

CANI'CAT

LA NOUVELLE GÉNÉRATION AUX MANETTES

Dirigée depuis quatre ans par Jessyca Mauré, une jeune gérante motivée, l'animalerie toulousaine Cani'Cat respire un enthousiasme communicatif. Les clients ne s'y trompent pas : nouveaux ou fidèles, ils apprécient la convivialité et le professionnalisme du magasin. Des qualités déterminantes : le chiffre d'affaires est en pleine progression. Par É.L.

La notoriété de Cani'Cat, animalerie implantée dans le sud-ouest de l'agglomération toulousaine, ne date pas d'aujourd'hui : dès 1992, Éliane Comparot, éleveuse reconnue de bergers belges, ouvre ce magasin spécialisé dans les produits pour chiens et chats. Elle y imprime une forte identité canine grâce à une offre d'articles professionnels dédiés aux maîtres-chiens travaillant dans la sécurité et à des expositions-ventes régulières de chiens.

Au moment de sa retraite, en 2010, Éliane Comparot propose à Jessyca Mauré, employée à la vente depuis 2002, de poursuivre l'activité. La jeune femme relève le défi et prend l'animalerie en main sous l'œil approbateur de son ancienne patronne, qui, aujourd'hui encore, n'hésite pas à venir proposer son aide – « Seulement pour les gros coups de bourre », s'amuse la créatrice de Cani'Cat. Jessyca Mauré n'a pas révolutionné le magasin mais elle y a apporté sa

patte : en y posant un nouveau carrelage, en y créant des univers produits faciles à identifier pour les clients ou, plus récemment, en renouvelant la façade et l'enseigne de la boutique.

Des expositions-ventes de qualité

Prolongeant l'esprit de Cani'Cat, Jessyca Mauré continue à tenir tous les samedis des expositions-ventes de chiens, mais aussi de chats : elle propose ainsi à des éleveurs locaux,

L'équipe de Cani'Cat au complet devant la nouvelle façade du magasin.



triés sur le volet, de venir présenter leurs animaux aux clients. « Nous sommes particulièrement vigilants quant à la qualité et à la bonne santé des animaux. Un contrôle vétérinaire a lieu avant chaque session », explique la gérante.

« Chaque semaine, nous mettons à disposition du public, sur le site internet du magasin, la liste des races qui seront présentées », poursuit-elle. « C'est un bon moyen de pouvoir compter sur des personnes qui savent ce qu'elles veulent et de ne pas générer des achats d'impulsion, juste parce qu'un chiot est craquant. » Une dizaine d'animaux en moyenne sont ainsi vendus chaque samedi. Pour Cani'Cat, la mise en place de ces expositions est un plus indéniable en terme de ventes et de fidélisation au magasin.

L'animalerie vient d'ailleurs d'aménager un local dédié à ces expositions-vente : d'une surface de 80 m², équipé de box de présentation, d'un sol stratifié pour faciliter le nettoyage et d'un système de ventilation performant, il jouxte le point de vente principal.

Des univers complémentaires

Cani'Cat tire également son originalité de la cohabitation de deux univers, chacun bénéficiant à la notoriété de l'animalerie. Le magasin propose historiquement des accessoires et de l'habillement pour les professionnels du chien de sécurité ou d'utilité. Jeremy Leneau a la responsabilité de ce rayon, qu'il développe fortement : une mini-boutique séparée du reste de l'animalerie présente une offre complète dédiée aux maîtres-chiens, vigiles, militaires ou pompiers.

Cette dimension professionnelle influence l'offre du magasin, plus axée que la moyenne sur les gros gabarits. Le pet food canin, majoritaire en rayon, fait ainsi la part belle aux gros conditionnements, tandis

que l'univers sellerie présente des laisses, harnais et muselières également dédiés aux grandes races, tout comme les habitacles de transport. En présentoir figurent les produits d'un artisan local, Dogart', qui fabrique, entre autres, des muselières de frappe en cuir.

Le rayon sport canin est également bien développé, avec des haltères pour chiens que l'on ne trouve pas dans une animalerie lambda. « Là aussi, nous ne vendons pas n'importe quoi à n'importe qui », souligne Jessyca Mauré. « L'expérience de Jeremy dans le métier nous aide à rapidement cerner nos interlocuteurs et à les comprendre. »

Le toilettage est l'autre univers périphérique de la boutique. Il est tenu par Valérie Hoareau, toiletteuse, qui développe sa propre activité. Son salon, d'une dizaine de mètres carrés, est loué et intégré au magasin. Formée par Cani'Cat, Valérie Hoareau est en poste depuis deux ans. Elle a refait à neuf le salon existant et s'est spécialisée dans le toilettage des gros chiens. Réactive et accueillante, elle a fait passer son fichier clients d'une vingtaine de personnes à plus de deux cents aujourd'hui. « J'apprécie tout particulièrement de pouvoir travailler avec d'autres personnes, même s'il s'agit de deux entités séparées », explique-t-elle. « Nous nous apportons l'un l'autre avec le magasin. C'est enrichissant et très formateur. »

Des résultats à la hauteur

L'équipe de Canicat se distingue par sa jeunesse, avec une moyenne d'âge inférieure à 30 ans. Priscilla Martin, l'adjointe de Jessica Mauré, est à l'écoute des clients, venus nombreux pour une matinée de semaine. Gauthier, jeune stagiaire qui



L'univers du pet food chien fait la part belle aux gros conditionnements.



Valérie Hoareau, toiletteuse, développe sa propre activité au sein du magasin.

prépare en alternance son BTSA technico-commercial spécialisé en animaux d'élevage et de compagnie, s'affaire quant à lui à mettre les produits en rayon. D'autres apprentis, en communication cette fois, travaillent dans un bureau. « Je fais confiance aux jeunes comme on a su me faire confiance, c'est important », souligne la gérante.

Cet esprit couplé à la stratégie commerciale de l'animalerie portent en tout cas leurs fruits : Cani'Cat dispose d'un fichier de plus de 3 700 clients, et son chiffre d'affaire a doublé en quatre ans, atteignant 600 000 euros TTC sur son dernier exercice. « Je pense que notre clientèle apprécie d'abord notre convivialité et notre professionnalisme », analyse la jeune directrice.



Jessyca Mauré (g.), gérante du magasin, et Éliane Comparot, sa prédécesseur.



Un présentoir de sellerie dédié aux professionnels du chien de sécurité.



La vitrine offre une bonne visibilité sur la partie chat du magasin.

Consciente de l'importance de la dimension conseil auprès des propriétaires, elle n'hésite jamais à suivre les formations proposées par ses fournisseurs, qu'il s'agisse de pet food, de produits d'hygiène ou d'autres univers. « Plus nous apprenons, plus nos clients sont satisfaits », conclut-elle. ■