

VITAKRAFT

De gauche à droite : Jérôme Tixier, président ; Estelle Darnil, directrice marketing ; Louise Kouassi, chef de produit ; Anne Joly, responsable marketing et Phoenix, Chief Happiness Officer !



UN FABRICANT D'ALIMENTS POUR TOUS LES ANIMAUX DE COMPAGNIE

Le fabricant allemand Vitakraft, dynamique et innovant dans les secteurs de l'alimentation pour oiseaux et rongeurs et du snacking pour chiens et chats, se lance dans la commercialisation d'un aliment sec composé d'ingrédients naturels pour chiens de petite et moyenne tailles.

Vitakraft, une entreprise familiale allemande créée en 1837 près de Brême, propose une offre complète de produits pour animaux de compagnie, aussi bien du pet food (aliments pour oiseaux, petits mammifères et poissons, aliments et snacks pour chiens et chats) que des accessoires, avec des gammes de jeux, jouets et articles destinés à l'éducation mais aussi des produits d'hygiène et de bien-être.

En France, son statut de laboratoire vétérinaire lui permet notamment de commercialiser des gammes d'antiparasitaires externes pour chiens et chats. L'offre de Vitakraft est commercialisée auprès des grandes et moyennes surfaces alimentaires et des magasins spécialisés. « Nous allons vers le consommateur, partout où il se trouve », explique Jérôme Tixier, président de la filiale française du groupe. Créée en 1978, cette entité française est implantée à Bruyères-le-Châtel (91) et compte une centaine de salariés aujourd'hui.

À l'écoute du consommateur

Disposant d'un outil industriel performant en Europe, la marque a fortement musclé son offre de snacks pour chiens et chats. Dans ce secteur, elle mise sur des produits à la fois nutritionnellement intéressants et savoureux, source de plaisir pour l'animal. « Avec nos lancements de snacks, nous sommes dans un plaisir 100 % Good Food ! », relève Jérôme Tixier. Pour mieux cerner les attentes du consommateur, au cœur des préoccupations de l'industriel, Vitakraft a mené deux

études en France, au cours de l'année 2019. Pour la première, 800 personnes ont été interrogées afin de mieux comprendre les usages et attitudes des possesseurs de chiens et de chats, et pour la seconde, destinée à mieux cerner leur perception du segment « snack », 625 personnes ont été interrogées. Ces études ont démontré que certaines de leurs attentes n'étaient pas encore satisfaites par l'offre disponible sur le marché du « snacking » (teneur en viande insuffisante, composition pas toujours naturelle, ingrédients insuffisamment qualitatifs). C'est pourquoi les nouvelles gammes de snacks mises sur le marché par Vitakraft, qui ont pour objectifs la récompense et l'occupation de l'animal, comblent tous ces critères avec des friandises à haute teneur en viande, composées d'ingrédients de haute qualité et naturels, majoritairement sans sucres ajoutés, sans conservateurs, sans colorants et sans arômes artificiels. Les gammes se sont étoffées, pour les chiens comme pour les chats, et les résultats ne se sont pas fait attendre. « En cumul annuel mobile, à la fin octobre 2019, nos ventes de snacks ont progressé, en valeur, de +30 % sur le segment chien, et de +20 % sur le segment chat », souligne Estelle Darnil, directrice marketing de Vitakraft France.

« NOS VENTES DE SNACKS ONT PROGRESSÉ, EN VALEUR, DE +30 % SUR LE SEGMENT CHIEN ET DE +20 % SUR LE CHAT. » (ESTELLE DARNIL)

Des croquettes qui se montrent

C'est également d'après les résultats d'une étude que Vitakraft a conçu Vita Nature, une nouvelle gamme d'aliments secs pour chiens de petite et moyenne tailles. Menée auprès de possesseurs de petits chiens ⁽¹⁾, l'étude constate qu'ils choisissent d'abord une croquette adaptée à la taille de leur animal (59 %). La composition du produit est leur deuxième critère de sélection en matière de pet food (41 %), suivie de la qualité des ingrédients (36 %). Lancée en janvier et destinée aux grandes et moyennes surfaces alimentaires, la gamme Vita Nature propose des tailles de croquettes adaptées aux chiens de petite et moyenne tailles. Ces croquettes sont proposées en sacs de 1,2 kg, 2,4 kg et 7 kg. Composée de deux recettes, la gamme se distingue par ses ingrédients naturels

(graines de lin, levure de bière, endives, carottes, myrtilles, betteraves...) sélectionnés pour leurs bienfaits fonctionnels. Elle présente également une teneur élevée en protéines issues de protéines animales. La référence Vita Nature Veau compte, par exemple, 72 % de protéines d'origine animale et 28 % de protéines d'origine végétale, avec des carottes et des myrtilles. Elle ne contient ni blé, ni additifs (colorants, conservateurs...) « Le procédé de fabrication exclusif nous a permis de concevoir des croquettes dont les morceaux de légumes, de carottes ou de maïs, sont visibles sur la texture même de la croquette. C'est une façon de mettre en avant la dimension naturelle de nos aliments », explique Estelle Darnil. Elles sont présentées sur la face avant du packaging des deux recettes de la gamme.

Oiseaux et rongeurs

Vitakraft a également revu la formulation et le packaging de sa gamme emblématique pour petits mammifères et oiseaux, Menu, avec, comme priorité, la naturalité, qui a donné lieu à l'ajout, dans la composition des aliments, du complexe Vita Herbs, un mélange d'herbes et de plantes reconnues et utilisées pour améliorer naturellement le bien-être et la digestion des animaux. De plus, grâce à une fenêtre sur l'emballage, le consommateur peut voir le produit. Les Kräckers, des aliments complémentaires gourmands, riches en vitamines et sans sucres ajoutés, conçus sous forme de baguettes à picorer pour les oiseaux et à ronger pour les petits mammifères, arborent, eux aussi, un nouveau packaging.

Outre l'alimentaire, Vitakraft propose une nouvelle gamme d'accessoires (sellerie, couchage, jouets, transport, repas...) baptisée « Parole2 ». Avec son ton ludique, affectif et décalé, cette gamme a trouvé ses adeptes auprès des possesseurs de chiens et de chats. « En un an, nos ventes sur cette gamme ont progressé, en valeur, de +40 % sur le chien et de +30 % sur le chat », souligne Anne Joly, responsable marketing. Des chiffres qui parlent d'eux-mêmes... ■

(1) Étude Kantar pour Vitakraft effectuée en mai 2019 auprès de 504 Français possesseurs de petits chiens.

EN UN AN, LES VENTES DE LA GAMME D'ACCESSOIRES DE LA MARQUE ONT PROGRESSÉ DE +30% (CHAT) ET +40% (CHIEN).



1. Les aliments Vita Nature intègrent des ingrédients naturels (graines de lin, levure de bière, endives, carottes, myrtilles, betteraves...) sélectionnés pour leurs bienfaits. Ils présentent une teneur élevée en protéines issues de protéines animales.
2. Les snacks pour chiens et chats de la marque garantissent le plaisir de l'animal avec des compositions équilibrées, respectant la nature carnivore des animaux.
3. La gamme Menu, pour petits mammifères et oiseaux, renouvelle ses recettes et son packaging avec, comme ligne de conduite, la naturalité. Le complexe Vita Herbs est un mélange d'herbes et de plantes reconnues pour améliorer naturellement le bien-être et la digestion des animaux.
4. Compléments alimentaires pour oiseaux et petits mammifères, les Kräckers bénéficient de recettes gourmandes, riches en vitamines et sans sucres ajoutés.
5. Liquid Snack est une friandise faible en calories qui améliore la santé des chats grâce à son fort pouvoir hydratant.