SUISSE
NESTLÉ : DES RÉSULTATS CONTRASTÉS

Bien que le groupe suisse Nestlé ait atteint un chiffre d'affaires de 96,8 Md€ en 2024, soit une baisse de 1,8 %, les ventes de Nestlé Purina ont augmenté, passant de 19,98 Md€ en 2023 à 20 Md€ en 2024, soit une augmentation de 0,12 %. La société indique que cette croissance a été soutenue par des marques basées sur la science, telles que Purina ProPlan, Purina ONE et Friskies.

EUROPE
UNE MARKETPLACE B2B DÉDIÉE À L'ANIMALERIE

OOBA OOBA Business lance la première plateforme B2B entièrement dédiée au secteur de l'animalerie en Europe. Elle ambitionne de simplifier et dynamiser les échanges entre marques et revendeurs professionnels, dans un environnement digitalisé, intuitif et sécurisé. Pensée comme un levier de croissance, la plateforme permet aux marques de renforcer leur visibilité, d'élargir leur réseau de distribution et de saisir de nouvelles opportunités commerciales. Pour les revendeurs, elle centralise les achats, facilite l'accès à une offre diversifiée et propose des avantages comme le cashback et, bientôt, le paiement différé. OOBA OOBA Business s'impose ainsi comme un outil stratégique, apportant clarté, efficacité et valeur ajoutée à un marché en pleine mutation.

ESPAGNE/PORTUGAL
PLUS D'ANIMAUX DANS LES FOYERS IBÉRIQUES

La tendance à l'humanisation des animaux de compagnie gagne du terrain en Espagne et au Portugal, selon une étude menée pour le compte de l'Association espagnole de l'industrie des animaux de compagnie, dévoilée lors du salon professionnel Iberzoo Propet 2025 à Madrid. 52 % des foyers espagnols possèdent au moins un animal de compagnie, contre 49 % l'an dernier. Au Portugal, ce chiffre atteint 58 %. Une progression qui s'explique, en partie, par l'essor des foyers composés d'une seule personne (désormais 28 % en Espagne et 25 % au Portugal, contre respectivement 13 % et 14 % en 1991). Autre facteur identifié : la hausse des couples sans enfant, qui semblent davantage enclins à nouer des liens affectifs forts avec leurs animaux.

ALLEMAGNE
NOMBREUX CHANGEMENTS CHEZ TRIXIE

Trixie (entreprise allemande spécialisée dans les produits pour animaux de compagnie) est en pleine réévaluation stratégique pour renforcer son avenir à long terme. Dans le cadre d'une transition générationnelle, Burkhard Friedrichsen rejoint la direction, reprenant les ventes et les RH. Volker Haak, après 40 ans dans l'entreprise, quitte la direction mais reste au conseil consultatif. Danny Bollerey deviendra directeur financier en juin pour professionnaliser la gestion financière. Enfin, le fondateur Bonnik Hansen prévoit de céder ses parts à un partenaire à moyen terme, avec l'appui de consultants de la Deutsche, pour garantir l'indépendance future de l'entreprise.

ITALIE
CAREPET REMPORTE LE PREMIER NEXT AWARD FOR PET INNOVATORS

Cette année, pour la première fois à Zoomark, le NEXT Award for Pet Innovators a récompensé Carepet de Domethics, un lit intelligent pour animaux capable de surveiller en temps réel les signes vitaux tels que le rythme cardiaque, la respiration et la qualité du sommeil, ainsi que les conditions environnementales en temps réel via une application. Ce prix, dédié aux start-up innovantes du secteur, marque l'engagement de Zoomark à soutenir les jeunes entreprises qui révolutionnent l'industrie des animaux de compagnie grâce à des idées originales et des technologies pionnières.

ÉCOSSE
LE POUVOIR PERSUASIF DES « PETFLUENCERS »

Les entreprises et agences publicitaires s'intéressent de plus en plus aux animaux influenceurs, ou «petfluencers», pour promouvoir leurs produits. Des chercheurs écossais ont exploré, à travers 4 études, les raisons pour lesquelles ces figures animales sont parfois plus convaincantes que les influenceurs humains. Les résultats révèlent que les petfluencers disposent d'un pouvoir de persuasion supérieur, principalement en raison d'une sincérité perçue plus forte. Leur impact est d'autant plus efficace lorsque leur message s'aligne avec un état d'esprit centré sur le présent -plutôt que sur l'avenir- chez les consommateurs.

FINLANDE
NOUVELLE USINE POUR SNELLMAN

Le groupe finlandais Snellman, qui possède plusieurs marques d'aliments crus pour animaux, dont MUSH, Fodax et Raw for Paw, prévoit de construire une nouvelle usine à Pedersöre pour augmenter sa capacité de production, passant de 150 à 250 tonnes de nourriture surgelée par semaine. Cette expansion vise à remplacer une installation trop exiguë et à soutenir la croissance de l'entreprise. La nouvelle usine permettra également de produire des friandises séchées au four et à l'air, un domaine nouveau pour Snellman. L'entreprise prévoit d'élargir ses marchés en Europe centrale et au-delà, renforçant ainsi sa présence sur les marchés nordiques et exportant des produits de qualité supérieure.

ÉTATS-UNIS
FRESHPET CÉLÈBRE UNE ANNÉE EXCEPTIONNELLE

L'entreprise américaine d'aliments frais pour animaux de compagnie, basée dans le New Jersey, a connu une année exceptionnelle en 2024, avec des ventes nettes de 932,8 M€, en hausse de 27,2 % par rapport à 2023. Le bénéfice net a été positif pour la première fois dans l'histoire de l'entreprise, atteignant 44,9 M€, une amélioration significative par rapport à la perte nette de 32,1 M€ enregistrée en 2023. Cette croissance est principalement due à l'augmentation du volume des ventes, qui a progressé de 27 % en 2024. ■

CALENDRIER DES SALONS PROFESSIONNELS 2025

PET FAIR ASIA
Du 20 au 24 août
Shanghai, Chine
www.petfairasia.com

INDIA INTERNATIONAL PET TRADE FAIR
Du 23 au 24 août
New Delhi, Inde
https://iiptf.in/

THE PET & AQUATICS TRADE SHOW
Du 28 au 30 septembre
Birmingham, Angleterre
www.patshow.co.uk

PETZOO EURASIA
Du 8 au 11 octobre
Istamboul, Turquie
https://petfuari.com/en/

PET FAIR SOUTH EAST ASIA
Du 29 au 31 octobre
Bangkok, Thaïlande
https://petfair-sea.com