

## Maxi Zoo, maxi croissance

Le spécialiste allemand de l'animalerie accélère son développement. Au rythme d'une cinquantaine d'ouvertures annuelles, il vient d'inaugurer son 1 500<sup>e</sup> point de vente en Europe, à Pontault-Combault (Seine-et-Marne). Tout sauf un hasard tant la France est désormais son terrain de chasse privilégié.



« Parmi nos onze pays de présence, la France est notre priorité pour les années à venir. À terme, nos activités y arriveront au niveau de celles en Allemagne. »

Torsten Toeller, fondateur et PDG de Maxi Zoo

© TRASFIDENIS - DR

À la fin de l'année, Maxi Zoo aura inauguré 53 magasins en France en douze mois.

**+ 16%**

La croissance du CA en 2017

**1 500**

Le nombre de magasins en Europe

**1,9 Mrd€**

Le chiffre d'affaires réalisé en 2017

**167**

Le nombre de magasins en France fin 2018

**4,7 Mrds€**

Le poids du marché des animaux de compagnie en France  
Sources : Maxi Zoo et Xerfi

**E**n Allemagne, l'enseigne s'appelle Fressnapf. Et pas besoin de manier la langue de Goethe avec dextérité pour en comprendre la signification : le logo est suffisamment explicite avec ce chat et ce chien posant, toute langue gourmande dehors, devant une gamelle. Fressnapf égale gamelle, donc. Et Fressnapf, surtout, égale mastodonte du marché de l'animalerie en Allemagne, avec 1,1 milliard d'euros de chiffre d'affaires en 2017, quand le groupe, au total, atteignait 1,9 milliard d'euros de ventes. En France, si le groupe avance avec le nom de Maxi Zoo, le logo est le même et on est loin de la « gamelle » commerciale. « Parmi nos onze pays de présence, la France est notre priorité pour les années à venir », avance ainsi le PDG fondateur, Torsten Toeller.

### Le milliard comme objectif

De simples paroles, vouées à amadouer le public français en ce jour d'inauguration du 1 500<sup>e</sup> point de vente du groupe, à Pontault-Combault (Seine-et-Marne) ? Tant s'en faut. « Ce magasin est, pour la France,

notre 35<sup>e</sup> ouverture de l'année, pointe le PDG. Nous en aurons encore dix-huit d'ici la fin décembre pour atteindre un parc de 167 unités à la fin 2018. » Ces cinquante-trois nouveaux Maxi Zoo de l'année s'ajoutent au trente de 2017, et prouvent à quel point le groupe accélère. « Nous misons sur cinquante inaugurations, encore, pour 2019, et avons comme objectif, très vite, d'atteindre les 300 à 400 magasins sur le territoire », précise Jan Wejbrandt, le patron de Maxi Zoo France. « À terme, nos activités en France arriveront au niveau de celles en Allemagne », appuie le PDG.

Pour l'heure, avec 140 à 150 millions d'euros de chiffre d'affaires, le cap du milliard n'est qu'un lointain objectif mais Maxi Zoo a clairement identifié un manque sur le marché, en France. Un manque également relevé par le cabinet Xerfi, dans l'une de ses récentes études sur le sujet des animaleries.

À savoir la faiblesse, sur ce marché de 4,7 milliards d'euros, de la grande distribution et des jardineries, qu'on attendrait pourtant pleinement légitimes.

En cause, selon Xerfi, « une offre centrée sur l'entrée de gamme pour la première et, pour les secondes, un plus faible positionnement sur le segment porteur des articles pour chats ».

### Tout pour les chiens et chats

Maxi Zoo, avec ses quelque 7 200 références, essentiellement pour chiens et chats, mises à disposition des clients, entend bien combler ce vide, en concurrence directe avec un Animalis par exemple. « Il y a clairement un créneau à occuper », se réjouit Jan Wejbrandt. Pour ce faire, l'enseigne mise sur des implantations de périphérie, à proximité des zones de flux. Si elle a trois concepts dans son catalogue pour accompagner sa conquête du marché français, celui qui a sa préférence est la coque de 500 à 600 m<sup>2</sup>, sans animaux vivants mais avec toutes les gammes d'alimentation, en ciblant très majoritairement les chats et les chiens. Logique si l'on considère que, selon Xerfi, ces deux espèces se partagent la bagatelle de 81 % du marché de l'animalerie en France. ■

JEAN-NOËL CAUSSIL