

BASSE-COUR

# L'ART DE JOINDRE L'UTILE À L'AGRÉABLE

Il est déjà temps de prévoir comment renouveler la présentation du rayon basse-cour pour s'assurer de faire encore de belles progressions. Pour cela, il faut vérifier que l'offre dans les magasins correspond aux attentes des nouveaux profils de clients à la recherche d'un animal de compagnie... Par Marie-Anne Person



L'intérêt du rayon basse-cour n'est plus à prouver aujourd'hui. Ce rayon a largement fait ses preuves en termes de rentabilité. Il peut représenter un chiffre d'affaires annuel plus important que celui des accessoires et de l'alimentation des oiseaux de cage. L'activité est associée à celle du jardin et bat son plein au printemps. Malgré cette saisonnalité, il est implanté à l'année dans toutes les animaleries, en présence ou non de « vivant ».

### Organisation du rayon

L'implantation de la basse-cour présente au moins deux difficultés : tout d'abord, elle nécessite une surface importante afin de présenter l'ensemble des produits, dont certains sont volumineux (sacs de 20 kilos, poulaillers...). Ensuite, l'idéal est d'associer l'alimentation et les accessoires avec la présence d'animaux, mais cela se révèle difficile. En effet, les produits d'alimentation stockés à l'extérieur supportent très mal les intempéries et sont à la merci des moineaux, tourterelles, étourneaux et autres petits rongeurs divers et variés ! Il faut donc accepter de séparer cette offre de celle du vivant. Le meilleur compromis peut être de présenter l'habitat et le vivant à l'extérieur, et l'alimentation et les accessoires dans l'enceinte du magasin, l'ensemble accompagné d'une bonne signalisation. Enfin, il faut définir un emplacement de choix pour permettre aux clients de trouver facilement l'alimentation de leurs animaux : idéalement, sur un axe principal de passage.

Il est préférable d'utiliser des podiums et des gondoles pour la présentation des produits : des gondoles basses avec des tablettes larges permettent de présenter les gros volumes en alimentation et

les accessoires et compléments alimentaires associés au dessus. Des abreuvoirs et des mangeoires pour la basse-cour sont spécifiquement adaptés aux exigences des animaux : ils doivent représenter des ventes systématiques avec les animaux, leur alimentation et les compléments alimentaires (complément minéral, vitamines, friandises...).

### Présentation du vivant

Il faut privilégier la présentation de vivant à l'extérieur pour trois raisons principales. La première est que les clients qui viennent faire l'acquisition d'animaux vont les installer dans un enclos, un parc ou un poulailler toujours à l'extérieur. Il faut donc éviter aux animaux des changements de conditions de vie. La deuxième est d'ordre sanitaire : il est préférable que les poules soient le moins possible en contact avec les autres animaux de l'animalerie pour éviter des contaminations croisées. La troisième est liée aux nuisances que les poules peuvent provoquer dans un bâtiment clos lorsqu'elles sont nombreuses : poussière, bruit et mauvaises odeurs. Pour toutes ces raisons, la basse-cour se présente dans de grandes volières adaptées ou des enclos. Tous doivent être sécurisés et équipés d'un dispositif de couchage avec perchoirs,



La poule rousse (et autres poules pondeuses de couleurs variées) fait partie des races les plus recherchées. Elle est de bonne taille (2,5 à 3,5 kg), rustique mais peu compatible avec les poules naines. C'est une très bonne pondeuse (environ 280 œufs/an).

de caisses pour la ponte et de différents points d'eau et de nourrissage surélevés (car les poules grattent le sol ou leur litière).

Pour la maintenance, il est vivement recommandé de suivre les préconisations alimentaires des éleveurs/fournisseurs des animaux pour assurer leur bonne acclimatation. Une attention particulière sera portée à l'entente entre les individus. Dans tous les cas, il ne faut jamais mélanger les races ornementales de petite taille avec les poules pondeuses de plus grande taille qui sont plus agressives.



### TROIS PROFILS TYPES DE CLIENTÈLES :

Le client qui recherche des poules « pratiques » plus que des poules de compagnie. Sa priorité est d'avoir des animaux utiles et productifs. Il affectionne particulièrement les poules pondeuses pour la quantité d'œufs produits chaque année et leur capacité à consommer les déchets ménagers. Il porte une attention particulière à leur alimentation et s'intéresse notamment au bio.

Le client qui recherche la compagnie des poules avec les mêmes avantages qu'un chien ou un chat. La priorité de ce client est de bien apprivoiser ses poules, il les manipule quotidiennement. Il choisit sa race de poule en fonction de sa prédisposition à être proche de l'homme. Il affectionne des races comme les hollandaises huppées et les orpington qui sont particulièrement placides. Il est prêt à tout pour assurer le confort de ses animaux.

Le client qui recherche des poules d'ornement belles et originales. Il s'intéresse aux différentes races de poules et apprécie aussi bien les races naines que les grandes races. Il a en général beaucoup d'espace à leur consacrer. Il s'agit d'un collectionneur, à la recherche de races spéciales. Il affectionne entre autres la bantam de Pékin et la poule-soie, dont il existe de nombreuses variétés. C'est le seul client qui peut être intéressé par l'acquisition d'un coq pour l'élevage.



La poule-soie (blanche, noire, rousse, bleue et panachée) est une très belle poule d'ornement de taille moyenne (1 à 1,2 kg), au tempérament paisible. Cette poule « nounours » pond environ 150 œufs/an.



La bantam de Pékin (fauve, blanche, noire, argentée, cailloutée...) est une poule d'ornement de petite taille (700 à 850 g), au tempérament calme. Cette petite poule ronde pond environ 200 œufs/an.

Les poules attirent de plus en plus de clients. Ce mouvement s'inscrit dans une démarche générale liée à la tendance écologique. Les poules peuvent permettre de réduire les déchets ménagers et de revenir à des modes de production et de consommation simples et respectueux de l'environnement. Pour répondre à leurs attentes, il faut commencer par identifier leur profil pour les orienter vers les races et les produits complémentaires adaptés. et correspondant à leurs désirs. En effet, un client satisfait deviendra rapidement un fidèle du rayon ! ■