

LPFF SAS

LPFF a été créé en Juin 2018: SAS au capital de 50.000 euros détenue à 100 % par Bertrand Ziegler et sa famille.

L'objet social de LPFF est de fabriquer, faire fabriquer et vendre des petites gamelles gastronomiques pour chiens et chats.

Le concept est basé sur 5 valeurs:

- ✓ Uniquement des matières premières nobles: pas de co-produits ou de sous produits.
- ✓ La transparence: les produits sont conditionnés sous bocaux en verre afin de permettre au maitre de visualiser le niveau qualitatif.
- ✓ Des recettes riches et naturelles: au moins 60% de la protéine animale titre. Pas d'ingrédients chimiques ou non naturels.
- ✓ Une fabrication en Bretagne (Mise en avant du Made In France pour les marchés internationaux)
- √ 30% de petits morceaux dans chaque pot afin de donner à l'animal le plaisir de mâcher.



LPFF en France: les gastronomes à 4 pattes

En France, nous avons décidé de ne commercialiser que sous notre marque « les gastronomes à 4 pattes », déposée auprès de l'INPI.

La distribution de nos produits se veut sélective et nous sommes d'ores et déjà référencés ou en voie de l'etre chez plusieurs distributeurs dans les directions suivantes:

- ✓ Les city marchés et enseignes de centre ville: (La Grande Epicerie de Paris, Monoprix, Lafayette Gourmet)
- ✓ Les animaleries (Animalis, Maxi Zoo,...)
- ✓ Les jardineries (Truffaut, Gam Vert, Jardiland, ...)
- ✓ Les réseaux de pharmacie: mise en marché avec meubles. (PLV)

L'objet est de tester ces circuits de distribution et de permettre au consommateur de trouver nos produits à proximité de leur domicile et dans un environnement qualitatif.



LPFF à l'international: les démarches en cours

Hors de France, nous avons initié plusieurs démarches et contacts dans les directions suivantes:

- ✓ En Grande Bretagne, nous avons un accord cadre avec une marque leader, qui nous permettra de diffuser largement le concept auprès de distributeurs que nous avons par ailleurs contactés (relations avec Tesco et Asda) et qui ont validés l'interet du concept pour eux.
- ✓ En Asie, nous travaillons d'ores et déjà avec un distributeur basé à Hong Kong et sous une marque créée pour l'occasion : Truffe Noire. Les premiers containers seront livrés en Chine avant la fin de 2018, afin de couvrir un marché à très fort potentiel d'une enseigne disposant de plusieurs centaines de magasins physiques et d'un site dédié au pet Food. (22 millions de clients existants)
- ✓ Etats Unis: nous avons initié une démarche avec Fresh Pet, structure dédiée au Pet Food frais, afin d'intégrer notre concept dans leur gamme et sous leur marque.



LPFF: les gammes existantes et a venir

En France: 5 références chat/poisson ont été proposées en format 90 g sous marque LG4P.

En Asie: 9 références en chien/poisson ont été proposées en format 170 g sous marque Truffe Noire.

En Grande Bretagne 3 references chat/poisson ont été proposées en 90 g sous marque de notre partenaire.

A court terme la distribution nous demande de développer 4 recettes volailles petits chiens en format 170 g.

A moyen terme une gamme 100% bio devra voir le jour.



LPFF SAS: les prévisions de vente

	2018			2019			2020			2021		
	Volumes	Chiffre d affaire	masse de marge	volumes	chiffre d'affaire	masse de marge	volumes	chiffre d'affaire	masse de marge	volumes	chiffre d'affaire	masse de marge
Asie	100000	200 000 €	30 000 €	600000	1 200 000 €	180 000€	1200000	2 400 000 €	360 000 €	2000000	4 000 000 €	600 000 €
Grande Bretagne	0	0€	0€	300000	600 000 €	90 000 €	600000	1 200 000€	180 000 €	1000000	2 000 000 €	300 000 €
France autres	50000	90 000 €	30 000 €	300000	540 000 €	180 000€	600000	1 080 000€	360 000 €	1200000	2 160 000 €	720 000 €
France city marchés	20000	36 000 €	12 000 €	200000	360 000 €	120 000€	400000	720 000€	240 000 €	800000	1 440 000 €	480 000 €
global	170000	326 000 €	72 000 €	1400000	2 700 000 €	570 000€	2800000	5 400 000 €	1 140 000 €	5000000	9 600 000 €	2 100 000 €



