

**CATSBY®**

**Become  
your own  
petfood  
detective**





## Table des matières

<b>Sujet</b> .....	2
WHY, mise en contexte .....	2
WHO.....	5
WHEN & WHERE .....	6
WHAT .....	7
Prioritise .....	9
Détails des fonctionnalités de l'application .....	9
Prototype : voir annexe .....	10
MVPs .....	10
<b>Concierge</b> .....	10
<b>Magicien d'Oz</b> .....	11
Annexe .....	12



**Sujet :** Le marché de « petcare » explose, trouvez une opportunité design et un business

## WHY, mise en contexte

Le petcare est le fait de prendre soin de son ou ses animaux de compagnie. Depuis quelques années, son marché ne fait que grossir. Certains scientifiques prédisent même que celui-ci devrait doubler dans quelques années.

“World Pet Care Market value to hit \$269 billion by 2025”

Global Market Insights, Inc.



Ce marché se différencie en trois grandes parties : l’alimentation, les accessoires, et le bien-être.

De même, le marché diffère aussi selon le type de pays :

- Dans les pays en voie de développement, la part des accessoires et du bien-être est encore relativement faible, alors que la nourriture premium est de plus en plus demandée.
- Pour ce qui est des pays développés comme la France, les propriétaires sont globalement plus généreux sur le bien-être et les accessoires, ainsi que la nourriture premium. Dans certains cas, l’animal domestique peut même être intégré comme un membre de la famille.

Pour ce devoir, je me focalise sur le marché français qui est déjà très conséquent. Voici donc quelques chiffres complémentaires sur le marché français :



Ainsi, le marché du petcare semble-t-être la nouvelle poule aux œufs d'or. Dénombrant de nombreuses opportunités de marché.

Si l'on s'intéresse à la majeure partie du marché : « l'alimentation, il y a beaucoup de personas rattachés à cette cible, car tous les propriétaires d'animaux ne sont pas les mêmes. Ils n'ont d'ailleurs pas les mêmes besoins et attentes...

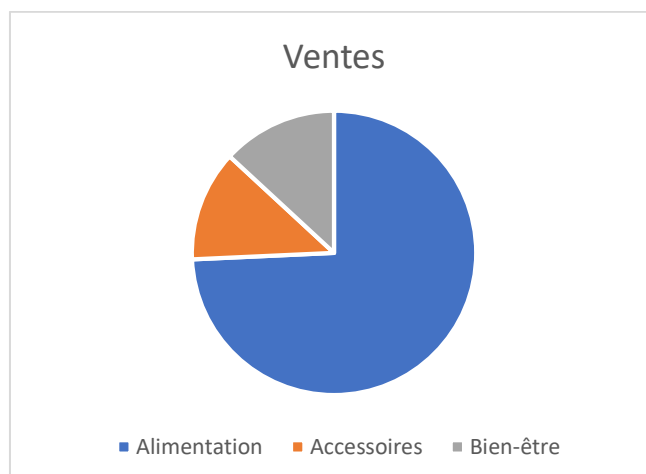
Il y a d'une part les propriétaires d'animaux traditionnels de type, chien, chat, poisson rouge, lapin ou hamster ...

Et d'autre part, on voit l'émergence confirmée depuis quelques années, des propriétaires de NAC (Nouveaux Animaux de Compagnie) tels que les lézards, les rats, les serpents, les fouines, les tortues, les araignées ...

Ils ont tous des âges différents, des CSP différentes, des budgets différents, un mode

de vie différent, des habitudes d'achat différentes ... bref, à part leur animal (et encore !) ils n'ont pas trop de points communs. »

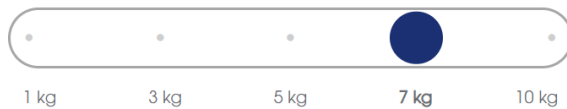
<https://blog.jetpulp.fr/la-strategie-de-niche-2/>



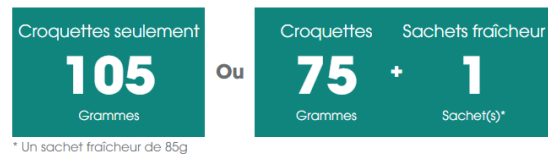
Ainsi, les entreprises productrices de petfood se basent plus sur des niches. Permettant de produire un produit bien spécifique qui pourra être adapté à un type d'animal avec des caractéristiques bien spécifiques. On peut donc trouver des croquettes pour chien sénior de moins de 10Kg avec en plus des indications précises sur les quantités à fournir pour que le compagnon puisse avoir les bons taux de minéraux recommandés par les vétérinaires.

## QUANTITÉS JOURNALIÈRES RECOMMANDÉES

### POIDS ADULTE ESTIMÉ



### QUANTITÉS JOURNALIÈRES RECOMMANDÉES



On peut également trouver de la nourriture adaptée pour un certain style de vie, ou ayant un certain but tel que l'hygiène bucco-dentaire, la lutte contre la formation de boule de poils ou le contrôle du poids.

Un autre point important à mentionner est que les ventes en ligne de produits dans le domaine du foodcare sont en plein essor. En effet, lorsque l'on regarde le tableau des plus gros vendeurs sur des sites de e-commerce, on voit Zooplus en neuvième position, juste devant Rakuten.

	1 an fin juin 2018	1 an fin juin 2019
↑ Amazon.Fr	20,0	20,3
C Discount	8,1	8,1
Vente Privée	3,6	3,4
↑ Fnac	2,3	2,5
↑ Darty	2,0	2,3
Showroomprive	2,4	2,1
Redoute	1,6	1,7
Boulangier	1,7	1,6
Zooplus	1,5	1,6
↑ Rakuten	1,1	1,4

Résultats en % de PDM, par le panel eKcommerce de Kantar

Ceci n'est pas si surprenant que cela puisse paraître. En effet, le petfood qui est la branche la plus bénéfique du foodcare se concrétise par des achats réguliers, ce qui fait très rapidement grossir les chiffres. De plus, l'achat en ligne permet d'avoir un choix illimité, ce qui n'est pas le cas des GSA (grandes surfaces alimentaires) (qui reste encore le plus gros point de vente dans ce domaine). L'e-commerce permet également de réduire la pénibilité de « l'achat corvée », puisqu'il ne requiert qu'une poignée de clics. Bien qu'aujourd'hui, les ventes en ligne ne représentent que 8% du marché, ce chiffre devrait s'envoler dans les années à venir selon Xerfi. Avec un gain de 5% du marché prévu pour 2020. « Ces deux circuits s'affrontent sur les prix bas, mais les GSA ne peuvent pas rivaliser sur la profondeur de l'offre. En clair, le réflexe Internet pourrait remplacer le réflexe GSA en matière de petfood chez bon nombre de consommateurs », avance ainsi le cabinet d'études. » Avance ainsi le cabinet d'études.

## WHO

Intéressons-nous maintenant à notre cible, qui sont les personnes concernées ?

Ce sont les personnes qui adorent leurs animaux de compagnie au point de leur acheter des accessoires, de leur consacrer beaucoup de temps. Mais ils n'aiment pas perdre leur temps (4h de recherches sur internet pour essayer de comprendre quel sachet de croquettes serait le plus adapté). Ces personnes ne s'y connaissent pas vraiment en nutrition. À part, « évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé » ils ne comprennent pas le rôle des minéraux et des différentes vitamines.

### ADDITIFS

Vitamine A	11901 IU
Vitamine D3	1313 IU
Vitamine E	780 mg
Sulfate de cuivre pentahydraté	17,2 mg
Sulfate de manganèse monohydraté	122 mg
Iodide de potassium	1,4 mg
Sélénite de sodium	0,5 mg
Sulfate de zinc monohydraté	325 mg
Taurine	1310 mg

## Persona :

Carole a grandi dans le Gers, dans une maison perdue au milieu des champs. Là-bas, ses parents avaient des chats semi-sauvages qui étaient très utiles pour chasser les rongeurs comme les souris. Cependant, il fallait quand même nourrir ces derniers, car les nuisibles n'étaient pas très nombreux. Ainsi, à une époque où la livraison à domicile était encore un privilège de citadin ; les parents de Carole allaient acheter des croquettes en GSA lorsqu'ils partaient faire leurs courses hebdomadaires.

Aujourd'hui, Carole a bien grandi, et a 35 ans. Après ses études elle a décidé de s'installer en ville où elle exerce le métier d'avocate. Par nostalgie de sa jeunesse, elle a récemment acquis un petit chat (vraiment très mignon) il y a tout juste 6 mois (à la suite d'une rupture amoureuse). À défaut de ne pas s'épanouir côté cœur, c'est plutôt le cas dans son travail qu'elle adore. Très appliquée, elle aime peaufiner ses dossiers et travailler (un peu trop d'ailleurs selon ses proches). C'est justement par Caramel, son chat, qu'elle arrive à vraiment se relaxer, à se déconnecter de son milieu professionnel. À tel point qu'elle a commencé à dorloter son chat, s'intéressant particulièrement à son alimentation, pour que Caramel ne devienne pas Garfield. Elle a de plus en plus de mal à choisir quand elle est en face de son rayon de supermarché à la vue de la diversité de l'offre proposée. Ne pouvant pas trouver de conseiller en GSA, et étant perdue face à la quantité d'informations sur internet, elle doit se rendre dans un magasin spécialisé (qui se trouve à 40minutes de chez elle) au moins une fois par mois. Mais elle aimerait bien pouvoir allouer ce temps pour d'autres activités (comme chercher l'amour par exemple).



Carole, 35 ans

## WHEN & WHERE

Quel est donc le problème ?

L'engouement autour du petcare et de la petfood a fait évoluer le marché pour le rendre plus pointu, plus spécifique et plus complexe. Ainsi le client néophyte est perdu dans cet océan de produits et a besoin d'un aiguillage qui soit simple et ne demande pas, voire peu d'efforts. Idéalement il faudrait que cela soit accessible partout pour éviter les déplacements et la perte de temps. Il faudrait réduire le temps nécessaire pour que celui-ci soit raisonnable. On doit pouvoir trouver l'information en quelques minutes si ce n'est pas instantanément. Temps de trajet inclus.

Dans l'idéal, le choix du produit final devrait être un choix d'un client connaisseur et averti. Celui-ci aurait ainsi l'intime satisfaction d'avoir fait le bon choix de produit, car il aurait les cartes en main pour argumenter son choix. On se rend compte d'un sous-problème qui apparaît alors, comment instruire l'utilisateur de manière rapide et simple sans que celui-ci s'en rende compte ?

Analysons donc les différentes solutions qui s'offrent à nous.





## WHAT

Liste des différentes solutions envisageables

Solution	Description	Points forts	Points faibles
La recherche internet	Les informations relatives à chaque produit sont disponibles gratuitement et à tout moment depuis un appareil connecté à internet. L'intégralité (ou au moins la majeure partie) des produits est accessible.	Nombre de produits accessibles / pas besoin d'endroit spécifique	On doit faire d'autres recherches pour acheter le produit / il est préférable de s'y connaître un minimum / les recherches peuvent être extrêmement longues, on peut même ne pas trouver de réponse satisfaisante
GSA	Il est possible d'acheter de la petfood lors de passage en GSA	Si on fait ses courses en supermarché, il n'y a pas besoin de temps en plus, on peut acheter immédiatement le produit souhaité	Pas de conseiller / étendue de produits limitée / peut demander un déplacement
Comparateur noxetlili.com	Le comparateur possède des filtres permettant d'aider l'utilisateur à choisir le produit le mieux adapté.	Donne une liste de produits satisfaisants en quelques clics / accessible partout / pas besoin de se déplacer	Il faut faire d'autres recherches pour acheter le produit / difficile de comprendre la comparaison de deux produits
Boutique spécialisée	Magasin spécialisé dans le petcare	Confiance donnée au vendeur / bonne gamme de produits / possibilité d'achat immédiat (la plupart du temps) / possibilité de commande	Temps pour s'y rendre / horaires parfois complexes / le vendeur peut essayer de nous vendre d'autres produits
Implant connecté	Un implant connecté pourrait analyser en temps réel les besoins de l'animal et pourrait fournir un rapport détailler ainsi que commander directement les aliments nécessaires.	Enlève l'aspect « achat corvée » / trouve la solution la mieux adaptée / commande tout seul la nourriture / ne demande pas de temps	Demande un investissement élevé / demander d'implanter un capteur sur l'animal/ retire le plaisir du choix pour faire du bien à son animal domestique /risque d'éloignement affectif, car on doit moins penser à son animal.

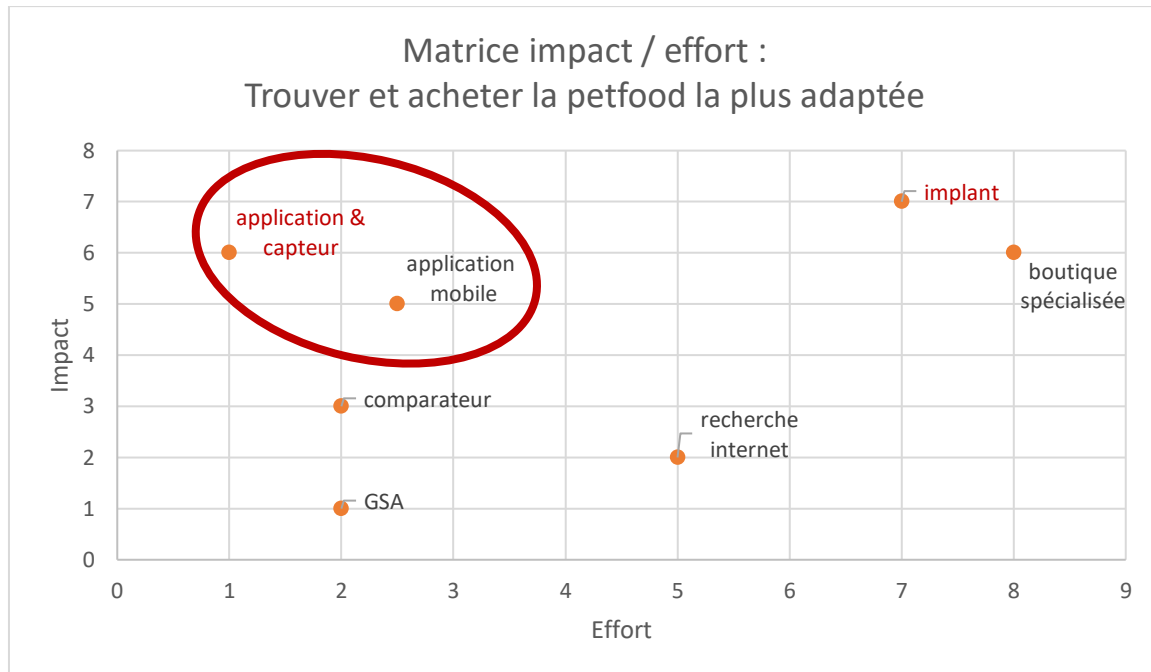


Une application mobile	Une application qui permette d'avoir les informations sur son animal de compagnie et ainsi choisir facilement quelle alimentation est nécessaire.	Accessible partout / l'utilisateur peut trouver une liste de solutions rapidement/ facilité pour l'achat / aide à comprendre le rôle des différents minéraux et vitamines / ludique /aspect social	Demande de rentrer des informations / demande de passer un peu de temps tous les jours sur l'application pour rentrer des informations.
Une application mobile avec un objet connecté	Même principe que l'application seule, mais les informations quotidiennes ne sont plus à rentrer manuellement.	Comme pour l'application / simplicité	Payant



## Prioritise

Après avoir listé toutes les solutions envisageables, regardons celles qui pourraient être les meilleures. Pour ce faire, on étudie le diagramme impact effort ci-dessous.



Les solutions écrites en rouge sont celles qui sont payantes.

On observe que les deux solutions ayant le meilleur ratio impact/effort sont l'application et l'application couplée à un capteur. La seconde étant payante. On peut donc imaginer une solution hybride qui se matérialiserait en une application gratuite que l'on pourrait updaten en achetant le capteur.

### Détails des fonctionnalités de l'application

#### Fonctionnalités principales :

A la première utilisation, on complète une fiche par animal de compagnie (taille, poids, âge et d'autres informations issues de la dernière visite chez un vétérinaire).

Plusieurs fois par semaine, l'utilisateur aura à compléter des feedbacks sur les moments passés avec l'animal en question (temps de promenade dehors, comportement particulier, appétit...).

En fonction du suivi du poids de l'animal, de la perte de poids et de son comportement, on peut avoir des pistes de quoi donner. Ex. : votre chien refuse d'aller courir, il doit avoir une baisse de tension, son alimentation devrait contenir plus de B12. De plus, il perd beaucoup de poils, mais c'est normal, c'est le début de l'été, pas de panique. Privilégiez la nourriture hydratée aux croquettes. Avec ces conseils, l'utilisateur apprendra au fur et mesure qu'il utilisera l'application.

En fonction de ces informations, une proposition d'alimentation adaptée sera faite. Elle sera sous la forme de 3 choix classés et dont le choix sera détaillé (nous avons choisi les croquettes purina one pour Caramel, car nous pensons qu'il est un peu fatigué et qu'il perd un peu trop de poils). Il y aura soit une

option pour commander directement depuis l'application, ou, qui redirige vers un revendeur comme Zooplus.

#### *Autres fonctionnalités et options*

Un accès à toutes les statistiques de son animal, et à des courbes d'évolution.

Des badges et des succès pourront être mis en place dans un souci de gamification de la chose. Ainsi on aura alors un Tamagoshi V2.

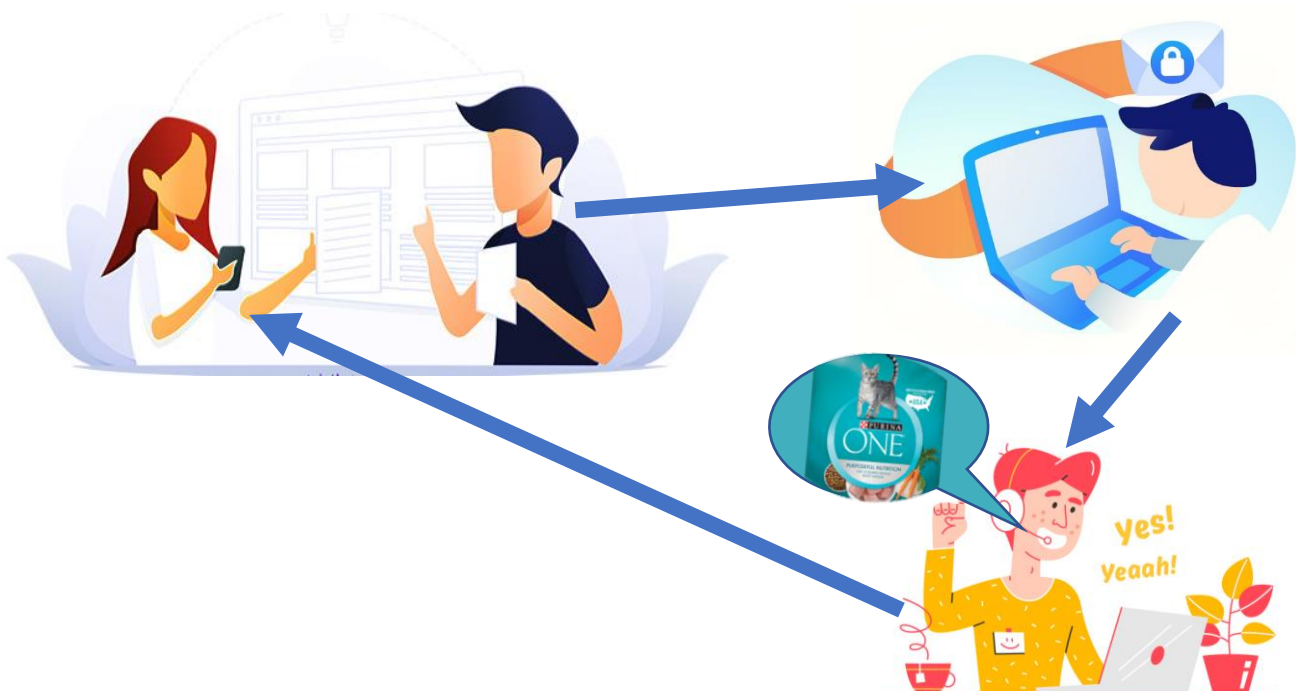
Une fonctionnalité réseau sociale, où l'on incarne son animal et on gère sa page avec toutes ses statistiques.

## Prototype : voir annexe

### MVPs

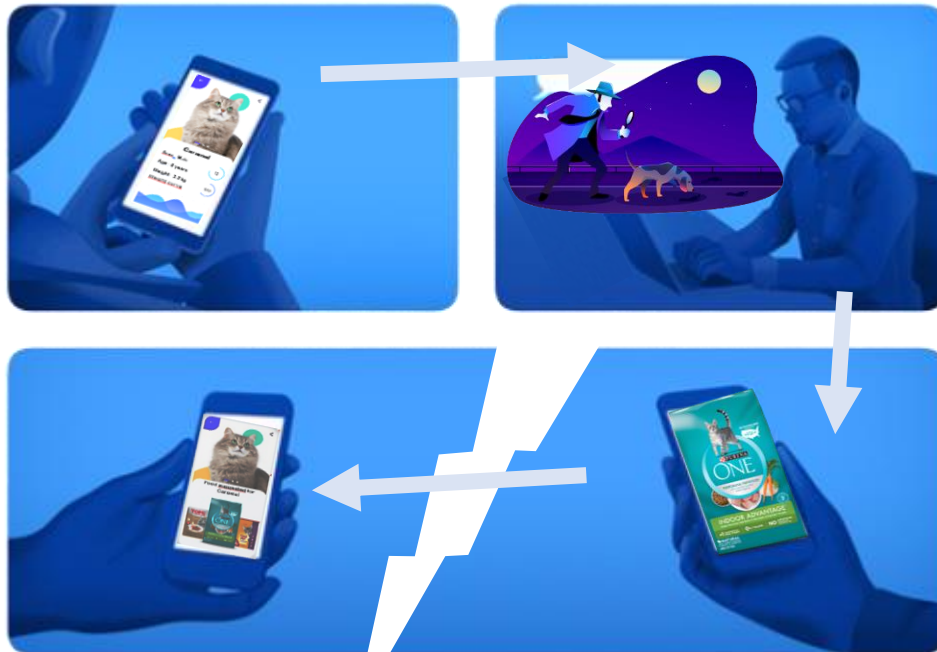
**Conciergerie** : on rencontre la personne, on discute et on récolte des informations sur l'animal sans poser les questions sous la forme d'un formulaire chiant. Il va ensuite appeler quotidiennement le maître de l'animal (il donne aussi des tips sur les vitamines et minéraux) et lui proposer chaque semaine une liste de nourriture la plus adaptée.

Version payante : un vétérinaire vient tous les jours faire des tests à l'animal de compagnie ..



- **Magicien d'Oz** : un site wix optimisé mobile avec des zones de texte qui nous envoient des data, on fait comme avec le mvp concierge, on les étudie manuellement, puis on envoie des messages personnalisés par la suite (textos par exemple)

Version payante : pareil avec la venue d'un vétérinaire qui vient faire des tests quand le maître n'est pas avec son animal

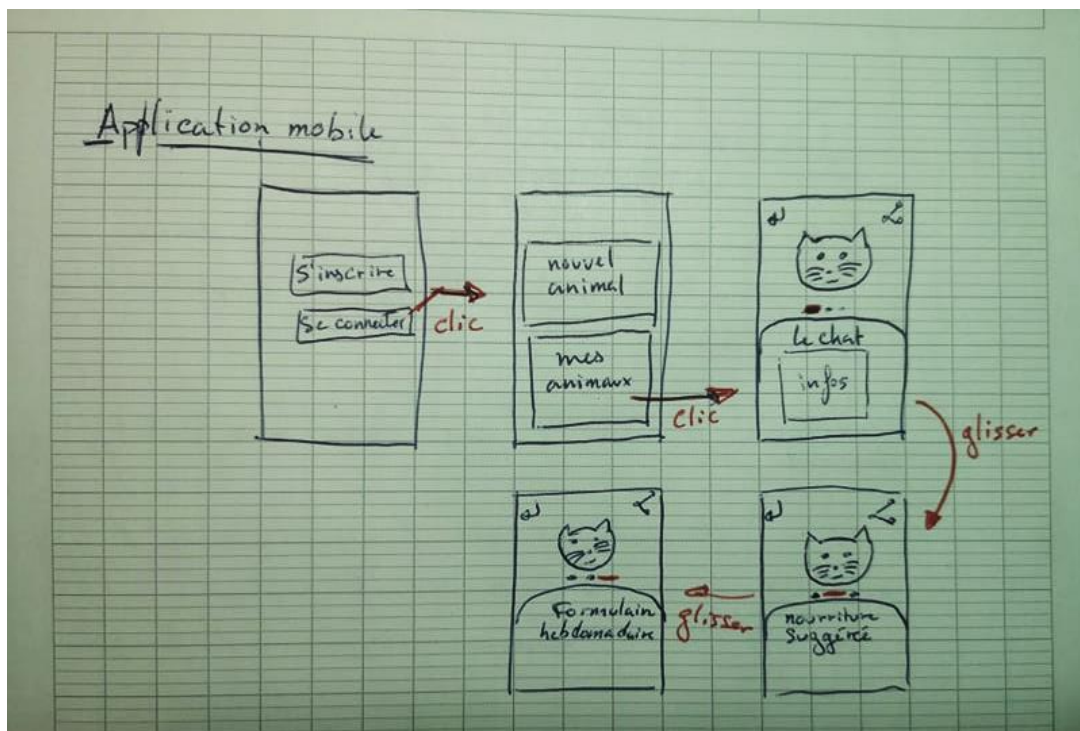




## Annexe : image des prototypes



Prototype collier connecté pour animaux domestique Catsby.



Prototype zooming et wireframing illustrant la fonctionnalité majeure de l'application Catsby.

