

VAKBEURS VOOR
DE PET CARE MARKT

ANIDO



25 & 26 FEBRUARI 2024
KORTRIJK XPO

Registreer je gratis bezoek
met code PGP101 op
www.anido.be

Sponsors

DingoNatura
MORE THAN PET FOOD



UITNODIGING

ANIDO

VAKBEURS VOOR DE PET CARE MARKT

25 & 26 FEBRUARI 2024
KORTRIJK XPO



130 exposanten
new@anido
Seminars
Trimdemo's
Trends in de kijker

Registreer je gratis bezoek
met code PGP101 op
www.anido.be

PET & GARDEN PRO

nr 143 December 2023

NATIONAAL VAKBLAD VOOR
DIERENSPECIAALZAKEN, TUIN-,
VIJVER- EN AQUARIUMCENTRA
EN TRIMSALONS



Jaargang 27' | Verschijnt 4x per jaar (maart, juni, sept, dec) | December 2023

V.U.: Invent Media

**Maak het verschil met advies
bij de verkoop van voeding
voor tuinvogels**

ONTDEK ONZE WEBSHOP MET
MAANDELIJKSE PROMOTIES!

www.asp-pets.be



ASP is trotse verdeler van Curli

Curli staat voor Zwitserse kwaliteit, functionaliteit, design en betrouwbaarheid. Elk product is ontworpen met het welzijn van je huisdier in gedachten en straalt eigentijdse stijl uit. De ergonomische harnassen bieden niet alleen ongeëvenaard draagcomfort, maar voegen ook een vleugje persoonlijke flair toe aan het leven van je viervoeter.



Jouw partner voor

- ✓ assortiment op maat van kwalitatieve voeding & duurzame accessoires
- ✓ overtuigende verkooptips
- ✓ advies over nieuwste markttendensen
- ✓ de beste (na)service

ASP is verdeler van o.a. volgende A-merken:



Graag meer informatie?

+32 15 68 12 96 • info@asp-pets.be
www.asp-pets.be

Zet Vobra Special Petfoods de toon?

De hoge inflatie en de toegenomen productiekosten duwden de petcareprijzen eind 2022 en begin 2023 de hoogte in. Dit zette de consument aan tot een voorzichtiger aankoopbeleid, zeker op het vlak van duurdere accessoires. In de loop van het jaar zagen we echter dat de inflatie sterk terug liep. Ook de prijzen van de grondstoffen en energiekosten normaliseerden zich enigszins, nadat ze door de coronacrisis en de oorlog in Oekraïne ongeziene hoogtes hadden bereikt. De bovengenoemde factoren zetten Vobra Special Petfoods ertoe aan om begin december 2023 een prijsverlaging van haar producten aan te kondigen. Op zich toch opvallend nieuws, maar blijkbaar niet voor deze Nederlandse producent van honden- en kattenvoeding. Die had altijd beloofd om haar prijzen te herzien, wanneer de kosten zouden dalen. Benieuwd of deze nobele beslissing veel navolging zal krijgen in de sector...

Tot slot wil ik in naam van het ganse Pet & Garden Pro-team al onze lezers een fijn eindejaar en een mooi en succesvol 2024 wensen. Wie weet ontmoeten we elkaar op één van de eerstkomende events in de petcare- en tuinbranches, namelijk GET, ANIDO, DIY, Pro & Garden en Interzoo en kunnen we samen klinken op het nieuwe jaar!



Stijn Eeckloo,
Hoofdredacteur Pet & Garden Pro

Colofon

Cover: Doc. Vadigran ■ Onafhankelijk vakblad voor de pet- en tuinsector in België. Verschijnt vier keer per jaar in een oplage van 5.500 exemplaren. **Pet & Garden Pro is een uitgave van Invent Media BVBA**, Doorniksesteenweg 216, 8500 Kortrijk - Tel.: +32(0)56 21 30 32 ■ E-mail: magazines@inventmedia.be ■

Redactie en fotografie: Stijn Eeckloo, Wim Vanderhaegen ■ E-mail: redactie@inventmedia.be ■

Reclameregie en abonnementen: Evelien Desmyttere, Virginie Deneckere ■ Tel.: +32(0)56 2130 32 ■ E-mail: magazines@inventmedia.be ■ Art Director: Christian Laevens ■ Druk: Lowyck (Graphius Group)

De uitgever kan niet verantwoordelijk gesteld worden voor de inhoud van gepubliceerde advertenties. Het verlenen van toestemming tot publicatie in dit tijdschrift heeft tevens betrekking op de terbeschikkingstelling in om het even welke elektronische vorm. Niets uit deze uitgave mag op welke manier dan ook worden overgenomen zonder uitdrukkelijke schriftelijke toestemming van de uitgever. Ce magazine est disponible en français sur simple demande.

5	Inhoudspagina
6	Inside News
10	What's New
17	Voorbeschouwing DIY, Pro & Garden
21	Wat te verwachten op ANIDO 2024?
24	Plan ANIDO 2024
27	Exposantenlijst ANIDO 2024
26	Kort nieuws over Interzoo, Zoomark en GET
31	Een terugblik op de Dibevo-Vakbeurs 2023
36	Een analyse van 2024 met Dirk Ballekens (BTV)
40	Diepvriesvoeding voor aquariumvissen
42	Binnenkijken bij Flamingo Pet Products
44	Voeding voor tuinvogels
47	Marketing: de consumententrends voor 2024
49	Juridisch: de TRACES-wetgeving
50	Op bezoek bij Goe Beestig in Turnhout
54	Nuttige adressen

Publireportages

15	
19	
35	
38	
46	

PFA-Trade biedt voortaan ook service & diensten aan

Dierenverblijven zijn echte eyecatchers op de winkelvloeren en trekken meteen de aandacht van jong en oud. Een knaagdieren-, reptielen- of aquariumstelling er continu proper en aantrekkelijk laten uitzien, vraagt tijd en energie. Naast het dagelijkse onderhoud is een jaarlijks technisch nazicht op zijn plaats. Niet elke dierspecialist kan daar tijd voor uittrekken of heeft hiervoor technisch geschoold personeel in dienst. Voortaan kunt u voor deze dienstverlening bij PFA-Trade terecht. Hun professioneel en technisch geschoold team komt dan een algemeen onderhoud van de stelling uitvoeren. Daarnaast kan men de kleppen voor automatische waterverversing nakijken en indien nodig herstellen. Tevens worden de kranen geïnspecteerd en opnieuw afgeregeld. Tevens voert PFA-Trade een nazicht van de filters uit en vervangt het waar nodig het filtermateriaal. Tot slot controleert de onderneming ook de werking van de lampen en regelen ze eventueel de lichturen opnieuw af.

Maar ook voor andere diensten kunt u bij PFA-Trade aankloppen. Hun in-housespecialist

kan bijvoorbeeld workshops en events verzorgen over onder andere aquascaping, hamsterscaping, paludaria, terraria, binnen- en zelfs buitenvijvers. Deze vormen een duidelijke toegevoegde waarde tijdens een winkelopening, een opendeurdag of een feestweekend. Ook het verzorgen van een specifieke opleiding voor klanten of personeel is perfect mogelijk. Tevens kan deze expert de winkel naar een hoger niveau tillen door een unieke, adembenemende aqua- of hamsterscape te creëren of een visueel aantrekkelijk showterrarium in te richten.



ZOLUX presenteert zijn nieuwe identiteit

De Franse onderneming introduceert in de eerste plaats een nieuw logo. Dat is in vergelijking met het oude exemplaar toegankelijker, dynamischer en moderner. De vroegere capsulevorm van het logo maakte plaats voor de contouren van een megafoon. Tevens wordt de bedrijfsnaam voortaan in een kleiner lettertype weergegeven. De slogan staat voortaan in het Engels en moet het internationale karakter van de firma onderstrepen. Tot slot werd ook een symbool toegevoegd, namelijk de kolibrie. Deze vogel is een verwijzing naar de oorsprong van Zolux: de oprichters openden in 1933 immers een graanmolen in Saintes (Charente-Maritime). Bovendien staat de kolibrie symbool voor hoop, moed en optimisme en is het een embleem in de klimaatstrijd.

Naast het logo pakt Zolux ook uit met een nieuwe look & feel van de verpakkingen. Deze zullen een moderne indeling kennen, die



de keuze van de huisdiereigenaars moet vereenvoudigen: voortaan wordt er gewerkt met de 5 verschillende categorieën, namelijk Simply, Essential, Expert, Collection en Design. De nieuwe identiteit zal vanaf januari 2024 geleidelijk op de winkelvloer worden uitgerold.

Arvesta neemt nieuw hoofdkantoor in Wilsele in gebruik

Op 15 november huldigde landbouwexpert Arvesta met trots haar gloednieuwe hoofdkantoor in. Het is gelegen langs de Aarschotsesteenweg in Wilsele. Deze feestelijke opening gebeurde in het bijzijn van premier Alexander De Croo en de Leuvense burgemeester Mohamed Ridouani. Arvesta verhuist van de Philipssite in Leuven naar een eigen gebouw aan de Aarschotsesteenweg, waar Arvesta's 33.000 m² grote logistieke distributiecentrum zich ook bevindt, net als de grootste Aveve-winkel van het land én tevens de vlaggenschipwinkel van de retailketen.

Voor het nieuwe hoofdkantoor koos Arvesta voor een grondige renovatie van het bestaande pand, waarbij enkel de grondvesten zijn blijven staan. Buiten het feit dat er voor veel licht, lucht en ruimte werd gezorgd, heeft dit pand een doorgedreven dak- en muurisolatie. Een warmtepomp zorgt voor verwarming. Tevens vangt men 40.000 liter regenwater op en er wordt

gebruik gemaakt van hetzelfde elektrisch circuit als het ernaast gelegen klimaatpositief logistiek centrum. Op die manier kan het hoofdkantoor mee gebruik maken van de 2.000 zonnepanelen op het dak van het distributiecentrum dat volledig klimaatneutraal is.

"We hebben ons nieuw hoofdkantoor opgetrokken op de plek, waar in 1970 één van onze eerste Aveve-winkels stond en waar later onze retail-afdeling zijn intrek heeft genomen. Het voelt dan ook een beetje

als thuiskomen, naast onze andere Arvesta-collega's in het distributiecentrum en onze winkel", aldus Eric Lauwers, CEO van Arvesta.



side news

Volg onze LinkedIn-pagina!



Sinds enkele maanden kan je Pet & Garden ook volgen op LinkedIn, waar we regelmatig berichten plaatsen over het laatste nieuws en de recentste ontwikkelingen in de petcare- en tuinretailbranche. Nog geen volger? Aarzel niet en breng daar vandaag nog verandering in! Ruim 355 professionals uit de petcare- en tuinretailbranche gingen je al voor. Uiteraard kan je ook nog steeds terecht op onze website www.petandgardenpro.be om op de hoogte te blijven over het reilen en zeilen in bovengenoemde sectoren.



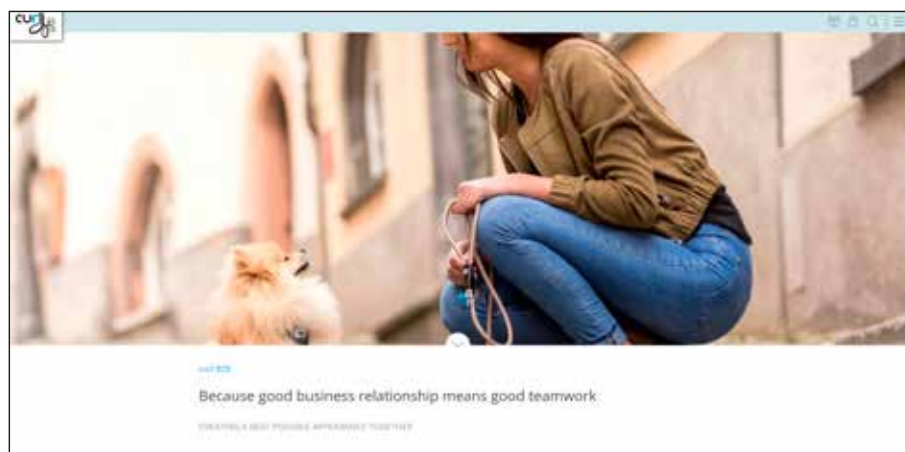
Nederlandse Jumper komt in handen van Fressnapf

Fressnapf, de Europees marktleider in huisdierenbenodigdheden en in ons land actief onder de noemer Maxi Zoo, zet haar expansie voort met de overname van het Nederlandse Jumper Groep. Door deze deal is Fressnapf – Maxi Zoo ondertussen in 14 Europese landen operationeel met meer dan 2.000 winkels. De acquisitie van de op één na grootste petcareretailer in Nederland gebeurt met terugwerkende kracht sinds 1 januari 2023. Fressnapf nam in 2001 al een participatie in Jumper, maar deed die later weer van de hand.

“De overname van Jumper Groep is strategisch belangrijk voor Fressnapf. Jumper heeft geweldige medewerkers en winkels doorheen gans Nederland. Deze transactie geeft ons toegang tot een sterk ontwikkelde en groeiende huisdierenmarkt met een volume van 1,7 miljard euro. We zijn overtuigd dat onze omnichannel ecosysteemstrategie ook in Nederland zal werken”, stelt Fressnapf-eigenaar Torsten Toeller.

Momenteel telt Jumper 47 eigen winkels, 3 franchisewinkels en 19 shop-in-shops. “We zijn erg trots op de manier waarop Jumper uitgegroeid is tot een succesvol bedrijf. De visie en kernwaarden van de Fressnapf Group passen perfect bij ons. Jumper heeft nu samen met Fressnapf de kans haar grote ambities waar te maken in een groeiende Nederlandse markt”, duidt Kees Vierhouten, voormalig eigenaar van Jumper.

Website curli steekt in nieuw jasje



curli ziet zijn website als een centraal onderdeel van zijn merkstrategie. Omdat communicatie steeds sneller wordt, waarbij de smartphone als centraal apparaat fungeert en de klanten meer behoefte aan storytelling en contact hebben, besloot deze Zwitserse specialist in harnessen en lijnen zijn website een relaunch te geven. Van de gedachte ‘mobile first’ werd duidelijk de focus gelegd op de gebruiksvriendelijkheid op smartphones. Op de nieuwe curli-website vindt de consument productpresentaties, nieuwe beelden en video’s, een curli magazine met informatie en inzichten over het merk en nog veel meer. Het B2B-gedeelte is nog steeds terug te vinden onder de vertrouwde gebruikersinterface, zodat de professionals hun curli-productlijn eenvoudig kunnen beheren en bestellingen kunnen plaatsen.



Onze beste hapjes.



Cats & Dogs viert 20-jarig bestaan



Op woensdag 25 oktober jl. blies dierenspeciaalzaak Cats & Dogs 20 kaarsjes uit. Na 20 jaar staat de teller al op 7 dierenspeciaalzaken en daar zullen er in de toekomst alleen maar bij komen. Wat ooit begon als een kleine dierenspeciaalzaak is vandaag uitgegroeid tot een netwerk van zeven winkels. "We blijven inzetten op vernieuwing en dat wordt duidelijk gesmaakt door onze klanten en hun huisdieren" vertelt zaakvoerder Kevin Massart.

Sinds het ontstaan maakte Cats & Dogs een indrukwekkende transformatie door.

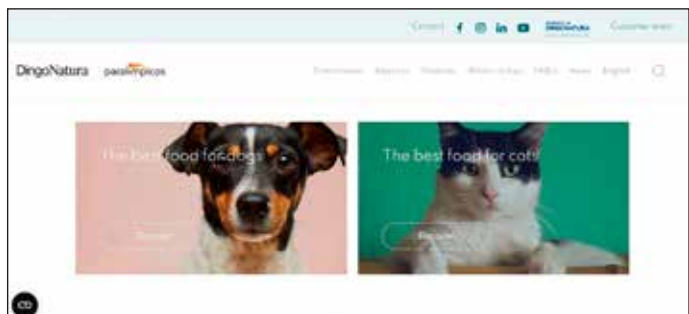
"Tot 2018 verkochten we nog alle bekende merken en producten die je vandaag ook nog bij de gekende ketens vindt. Ik wilde hier echter het verschil maken door meer te focussen op kwaliteit, natuurlijke producten en adviesverlening. Ik ben ervan overtuigd dat dit ook onze sleutel tot succes is: de kwaliteit van onze producten én de kennis van onze mensen die als echte adviseurs in de winkel staan. We nemen ook het voortouw in onze sector en stellen onethische producten en praktijken in vraag, zo verkopen we bijvoorbeeld geen dierenonvriendelijke producten of levende dieren meer in onze nieuwe winkels. Daarnaast zetten we bij Cats & Dogs ook sterk in op beleving", gaat Kevin Massart verder.

"Wat de toekomst betreft, blijven we inzetten op vernieuwing. Naast nieuwe locaties, wordt er achter de schermen hard gewerkt aan een aantal grote projecten, waarmee we onze dierenliefhebbers en hun huisdieren nog beter zullen kunnen verder helpen in de toekomst. We hebben alvast veel zin in de volgende 20 jaar", besluit Kevin Massart enthousiast.

Om hun 20e verjaardag mee te vieren loopt er nog tot het einde van dit jaar een wedstrijd waarbij de klant in elk van de 7 winkels van Cats & Dogs 1 jaar gratis droogvoeding kan winnen voor zijn/haar hond of kat. Per winkel worden 2 winnaars uitgeloot.

Nieuwe look & feel voor DingoNatura

De Spaanse producent van voeding voor honden en katten DingoNatura heeft zijn huisstijl in een nieuw jasje gestopt. Daarbij kregen zowel het logo als de website van de onderneming een grondige make-over. In zijn nieuwe huisstijl benadrukt DingoNatura dat het meer is dan zomaar een fabrikant van huisdierenvoeding:



het bedrijf vervaardigt immers producten die zowel de origine van honden en katten als de natuur respecteert. DingoNatura ontwikkelt en produceert zijn referenties op een unieke manier waarbij het respect voor onze planeet en haar bewoners centraal staat. Hun waarden en voeding beantwoorden perfect aan de noden van de consument.

Horta pakt uit met AHA!-klantenkaart

Horta lanceerde onlangs haar nieuwe loyaltyprogramma. Deze biedt trouwe klanten communicatie op maat, unieke, exclusieve voordelen en kortingen, toegang tot handige how-to-video's, digitale kassatickets per e-mail en dergelijke meer. De AHA!-kaart werd in eerste instantie bij de Vlaamse vestigingen ingevoerd en zal binnen enkele maanden ook in de Waalse winkels worden geïntroduceerd. Tijdens de RetailDetailNight van de B2B-retailcommunity RetailDetail lichtte de retailketen haar nieuwe klantenkaart toe. Zo liet Horta weten dat deze de trouwe klant meer aanbiedt dan alleen maar kortingen. Er wordt ook ingezet op advies, content, inspiratie, kennis en personalisatie. Dankzij het nieuwe loyaltyprogramma krijgt Horta nog gedetailleerder inzicht in het aankoopgedrag van de consument en wil het daar ook op gaan inspelen. Verder vernamen we dat Horta weldra ook op de omnichannel-kar springt: in 2024 start het immers met e-commerce.



Stylecats komt in handen van HUNTER

Tot nu toe was HUNTER een merk dat zich vooral op honden richtte. Met de overname van Stylecats komt daar nu verandering in. Het tot nu toe vrij kleine kattenassortiment wordt uitgebreid met de premiumproducten van Stylecats. Net als bij HUNTER ligt ook bij Stylecats de nadruk op functionaliteit en esthetiek. De Stylecats-producten blijven verkrijgbaar in de bestaande onlineshop en zullen vanaf medio 2024 ook in de fysieke winkels beschikbaar zijn. Stylecats blijft een onafhankelijk merk. De huidige Managing Director Carsten Thylmann blijft als Category Manager verantwoordelijk voor de productontwikkeling en de verdere uitbreiding van het assortiment, maar dan als onderdeel van de HUNTER-familie. Stylecats wordt tegen midden 2024 omgetuned tot een B2B-merk. Stylecats blijft een zelfstandig merk en zal dusdanig verder ontwikkeld worden. Oprichter Carsten Thylmann vormt al een actieve aanvulling op het HUNTER-team en zal ook in de toekomst verantwoordelijk zijn voor de creatie en de uitbreiding van kattenaccessoires.





Gebr. de Boon: de Hurtta Mudventure Dog Coat ECO en Mudventure Reflective Coat

Deze milieuvriendelijke Mudventure Dog Coat ECO is vervaardigd uit gerecycled ECO-materiaal en gelamineerd met een zacht, glad en waterdicht membraan. Het ontwerp is doordacht met een sluitbare riemaansluiting om water buiten te houden, een waterdichte regenstopper in de kraag en handige lussen om de achterpoten die ervoor zorgen dat de jas goed op zijn plaats blijft zitten. Deze waterdichte jas met volledig getapete naden is geschikt voor diverse weersomstandigheden. Verkrijgbaar in de stijlvolle kleuren eggplant en blackberry. Daarnaast presenteert Gebr. de Boon, exclusief distributeur van Hurtta in de Benelux, ook de Hurtta Mudventure Reflective Coat. Het reflecterende oppervlak zorgt dat de hond van alle kanten zichtbaar is. De reflecterende piping aan de voor- en achterkant, de verstelbare lengte, de flexibele tailleband en de lussen om de achterpoten zorgen dat de jas op zijn plaats blijft tijdens actieve momenten.



Gebr. de Boon
Tel.: +31 (0)183660822
info@deboon.nl
www.deboon.nl



HobbyFirst: Canex Adult Grainfree Salmon

HobbyFirst Canex Adult Graanvrije Zalm biedt een licht verteerbare, complete en uitgebalanceerde voeding voor volwassen honden van alle rassen. Deze hypoallergene voeding is specifiek bedoeld voor honden die gevoelig zijn voor granen. Ze bevat geen tarwe, rijst, maïs of andere granen. De granen worden vervangen door groenten, zoals aardappelen, erwten en wortelen. De voeding bevat de juiste dagelijkse hoeveelheden eiwitten, vetten, koolhydraten, vitaminen en mineralen, die bijdragen aan een goede gezondheid van de hond. De hoogwaardige grondstoffen zijn van dierlijke en plantaardige oorsprong. Beschikbaar in 3 en 12 kg. Ontdek ook de andere nieuwe varianten: HobbyFirst Canex Adult Mini Grainfree Salmon, HobbyFirst Canex Adult High in Lamb & Rice en HobbyFirst Canex Adult Mini High in Lamb & Rice.



HobbyFirst
Tel.: +32 (0)3 6403550
order@natural-granen.com
www.hobbyfirst.com

TRIXIE: Heerlijke soep voor katten

TRIXIE kattensoep is zowel een snack als een supplement. Als leuke afwisseling tussendoor of in combinatie met het droogvoer als extra stimulans, verhoogt de soep de vochtinname van de kat. Slechts 1-2 dosis(sen) dekken de dagelijkse vochtbehoefte. De glutenvrije vloeibare snack van hoogwaardig vlees en groenten voorziet de kat van eiwitten en vitaminen, evenals taurine. Hierdoor wordt het gezichtsvermogen ondersteund



en worden tal van deficiëntieverschijnselen voorkomen. Vlees- en visgehalte: ca. 20%. Geen toegevoegde suiker, smaakstoffen noch conserveringsmiddelen.

BSI: Clean Kill by Perythrum Mier

Clean Kill Mier is een krachtige en snelwerkende oplossing voor de bestrijding van mieren binnenshuis. De actieve stof is afkomstig uit de natuur en wordt gewonnen uit bloemen. Clean Kill werkt gedurende twee weken en is volledig geurloos. Clean Kill maakt geen vlekken op textiel, hout noch tapijt.



JBL: Nieuwe vitaminen en mineralen voor reptielen



De R&D-afdeling van JBL ontwikkelde voedings- en mineralensupplementen voor reptielen. Het resultaat zijn 3 verschillende multivitaminereparaten, die qua samenstelling nauwkeurig op de diersoort aangepast zijn: voor landschildpadden (JBL PROTERRA TORTOISE FLUID), voor waterschildpadden (JBL PROTERRA TURTLE FLUID) en voor andere reptielen

at's New



Beeztees: Drinkfonteinen voor katten

Met de Beeztees drinkfonteinen Jaap en Sjors heeft de kat heerlijk stromend drinkwater tot zijn of haar beschikking. De meeste katten houden er niet van om stilstaand water te drinken, daarom zijn deze drinkfonteinen een ware oplossing. Door een waterfontein aan te bieden, wordt de kat gestimuleerd om te drinken. Bovendien blijft het water door de filter heerlijk zuiver en koeler dan water uit een normale drinkbak. Drinkfontein Jaap is gemaakt van keramiek. Drinkfontein Sjors heeft een sensor die rood gaat oplichten, wanneer het waterniveau te laag is. De fonteinen kan de katteneigenaar via een USB-aansluiting verbinden met het elektriciteitsnetwerk.

beeztees
Beeztees
Tel.: +32(0)3 330440
info@beeztees.com
www.beeztees.nl

Flamingo Pet Products: Looprad Eksi

Dankzij het lichtbruine looprad Eksi laat de eigenaar zijn kat spelen en rennen. Deze nieuwigheid is



vervaardigd uit hout en textiel. Ze is voorzien van een sisal krabmat aan de buitenkant en een bekleed loopvlak binnenin. Het toestel is geluidsarm en perfect voor urenlang speel plezier. Het is geschikt voor alle kattenrassen en beschikbaar in 2 formaten, namelijk 75cm (B:33 cm x C:93 cm x D:70 cm) en 100 cm (B:43 cm x C:119 cm x D:94 cm). Het rennen in het rad kan via een laserspeeltje worden aangeleerd.

CEVA Santé Animal Benelux: ADAPTIL® Chew

Snelwerkende, smakelijke kauwsnacks met natuurlijke ingrediënten, die honden helpen te ontspannen bij tijdelijke situaties en dito veranderingen. ADAPTIL® Chew zorgt voor

Producten in de kijker



Laroy Group: D&D HOME x I LOVE HAPPY CATS

De nieuwe collectie van D&D HOME in samenwerking met "I Love Happy Cats" is het resultaat van een lang gekoesterde wens om te innoveren en te verrassen met het gedrag en geluk van de kat als centraal thema. Anneleen Bru, de kattengedragstherapeute achter I Love Happy Cats, droeg met haar expertise en inspiratie bij aan een collectie, die rekening houdt met de behoeften en gedragingen van katten in hun huiselijke omgeving. Het D&D HOME-designteam combineerde deze input met hun eigen creativiteit en kennis van de hedendaagse interieurtrends, wat resulteerde in een op maat gemaakt en vernieuwend gamma voor zowel katten als hun eigenaren. Bovendien is elk product voorzien van een boeiende video, waarin Anneleen in geuren en kleuren uitleg geeft over het gedrag en noden van de kat, het opzet van het bijhorende product en het gebruik ervan.

Laroy Group
Tel.: +32(0)9 2581300
info@laroygroup.com
ddhome.nl/happycats

een kalmerend effect, het vermindert stress en angst, zonder verdovend of verslavend te werken of de hond slaperig te maken. De caloriearme kauwsnacks, ook geschikt voor dagelijks gebruik, zijn makkelijk te halveren. De snelle werking wordt verkregen dankzij de unieke combinatie van 4 natuurlijke bestanddelen: L-Theanine (van groene thee), Thiamine (vitamine B1), L-Tryptofaan en Colostrum. Verkrijgbaar in een voordeelverpakking met 30 kauwsnacks. 24 maanden houdbaar in een recycleerbare afsluitbare pot.



Nieuw: Chhurpi Cheese Pops

1+1
gratis



Meer informatie
over onze Chhurpi Cheese Pops?
Of neem contact op met Minka Nijs:
+31 (0)6 19889305



TRIXIE

Regenjas Dublin met
getapete naden en hoge
kraag - een loopplui
zorgt voor optimale
bewegingsvrijheid.

Jas Oslo met
fleecevoering en
waterdichte ritsen
is gemaakt van
90% gerecycled
materiaal en is
daarom bijzonder
duurzaam.



Sweatshirt Amsterdam van
puur katoen met opgeruwde
binnenkant kan worden
gecombineerd met een tuigje.

Trui Berlin in vier
trendy kleuren:
grijs, salie, roest
en antraciet.



Hondenkleding
in moderne stijl!

www.trixie.de

Laroy Group: NOIR Japandi

NOIR Japandi is tijdloos, innovatief en duurzaam. Deze professionele verzorgingsproducten zijn voorzien van een ergonomisch verantwoord handvat, gemaakt van FSC-gecertificeerd beukenhout, waardoor het gebruik wordt geoptimaliseerd. De combinatie van het zwarte metaal en het donker gebeitste hout zorgt voor een luxe uitstraling. Het strakke, minimalistische, natuurlijke design kenmerkt de stijl van Japandi. De Japandi-collectie biedt een grote diversiteit qua aanbod, zoals haarverzorgingsproducten, nagelknippers en een tekenverwijderaar.



Capi Europe: Groove 'Made With'-reeks

De bloempotten uit de nieuwe 'Made with' collectie van Capi zijn gemaakt met een specifieke gerecyclede reststroom, namelijk kunstgras, houtzaagsel of textiel. De restmaterialen krijgen zo een nieuwe bestemming en bepalen ook de kleur. De frisgroene pot is gemaakt met kunstgras, de beige is vervaardigd op basis van zaagsel en de zwarte wordt geproduceerd met gerecycled textiel. Het design van de lichte Groove-potten is geïnspireerd op de natuurlijke groeven in stenen en bergen en vormt een eerbetoon aan de wonderen van de natuur.



Renske Natuurlijke Diervoeding: Chhurpi Cheese Pops

Deze gepofte, glutenvrije kaassnack, op basis van het eeuwenoude recept uit de Himalaya, is een echte verwennerij voor de smaakpapillen van de hond. De Chhurpi Cheese Pops worden gemaakt van 99,9% koemelk in een gecertificeerde IFS-fabriek in België. Dankzij de productie in België kan de veiligheid van het product gegarandeerd worden en wordt de impact op het milieu verkleind door kortere transportafstanden. Deze smaakvolle, 100% natuurlijke hondensnack is vrij van geur-, kleuren- en smaakstoffen. De Chhurpi Cheese Pops wordt in ongepofte vorm geleverd. De bereiding is eenvoudig.



Croci: nieuwe Bobby-voederkommen voor katten



Een blikvanger in de nieuwe wintercollectie van Bobby zijn deze voederkommen voor katten, die een aantrekkelijk design en comfort voor het dier combineren. Ze zijn vervaardigd uit roestvrij staal, een duurzaam materiaal dat bovendien makkelijk te reinigen is. Het kattenmotief bezorgt deze nieuwigheden een unieke en originele touch. De antislipbodem voorkomt dat de kommen wegglijden tijdens het eten. Deze nieuwe voederkommen zijn verkrijgbaar in verschillende modieuze kleuren, die passen bij elke interieurstijl.

Zolux: Neopark

Met Neopark worden verblijven geïntroduceerd die aan de behoeften van zowel konijnen als cavia's zijn aangepast. Er is zowel een konijnen- als een caviaverblijf, die te onderscheiden door hun aparte kleur: groen voor konijnen en blauw voor cavia's. Het concept, goedgekeurd door dierenartsen, omvat tevens een reeks accessoires die optioneel verkrijgbaar zijn: 100% FSC-gecertificeerde houten accessoires, maar ook stoffen accessoires gemaakt uit gerecycled materiaal. De habitats en accessoires hebben het label '1% pour les Animaux', waarbij 1% van de omzet aan de Youcare Association, die strijdt voor de bescherming van dieren, wordt gedoneerd.



Flamingo Pet Products: Boost-snacks voor honden

Speciaal ontworpen voor trouwe viervoeters, zijn deze graanvrije traktaties niet alleen lekker, maar zitten ze ook nog eens boordevol collageen voor een gezonde huid en gewrichten. De snack bevat toegevoegde glucosamine en chondroïtine voor extra ondersteuning van het collageen en zorgt voor een smakelijke beloning, die zowel baasje als hond zeker



zullen weten te waarderen. Deze snacks zonder toegevoegde suiker zijn voorzien van natuurlijke bewaarmiddelen en gemaakt in Europa.

The Pots Company: Cosapots 2.0

The Pots Company uit met een totaal vernieuwde lijn van haar merk Cosapots. Dit high-end merk blijft synoniem voor bijzonder stijlvol gedesignde, grootformaat-plantenpotten en -bakken. De versie 2.0 is nog opvallender en robuuster dan de eerste versie. De maatvoering werd grotendeels aangepast. Er wordt bewust ingezet op nog grotere maten, tot wel 125 cm diameter of 3 meter lang, en ook op tal van nieuwe formaten. Tevens werden de kleuren een tikkeltje geactualiseerd en is de look meer gevuld dan vroeger. Vaste waarden van het merk blijven het uitgekend, architecturaal design, het feit dat ze 100% handgemaakt zijn, de duurzaamheid, de perfectie en de natuurlijke uitstraling.



Group Depré Petfood: Droogvoeding Voskes kat

Recent breidde Group Depré Petfood de Voskes-lijn van natte kattenvoeding uit met een premiumgamma van complete droge



voeding. Het Voskes kat-droogvoer bevat kip of zalm als hoofdingrediënt en is samengesteld zonder tarwe of maïs. Daarnaast dragen de prebiotica, de β -glucanen en de antioxidanten bij tot een gezonde spijsvertering en een sterk immuunsysteem. Visolie, rijk aan Omega 3, zorgt voor een gezonde huid en vacht. Tevens wordt er een speciale aandacht wordt besteed aan de mondhygiëne van de kat. Het volledige assortiment bestaat uit Kitten Complete (kip), Adult Complete (kip of zalm) en Adult Sterilized (kip of zalm), verkrijgbaar in hersluitbare, recycleerbare zakken van 2 kg en 7 kg.



Bezoek ons
op Anido
stand 570

VOSKES KAT

Een compleet gamma
premium droge en natte
voeding voor katten

- ✓ Complete, droge voeding
- ✓ Verrukkelijke, smeùige paté
- ✓ Snack-taculaire snacks
- ✓ Gezonde en lekkere treats



THE
**TASTE OF
HAPPINESS**

info@voskes.nl • www.voskes.nl

Group Depré Petfood presenteert met Voskes kat een compleet voedingsassortiment voor de kat



“Door de perfecte combinatie van kattenvoeding en snacks biedt Voskes nu een mooi en volledig assortiment voor elke kattenliefhebber”, luidt het bij Group Depré Petfood. Kom op de stand van Group Depré Petfood tijdens ANIDO 2024 in Kortrijk XPO zelf ontdekken waarom deze hoogwaardige lijn ook voor uw verkooppunt een duidelijke meerwaarde vormt!

Voskes KAT: Een attractief segment

Met ruim 2,5 miljoen katten in België is de markt voor kattenvoeding en snacks op zijn minst aantrekkelijk te noemen. Bovendien is de verwachting dat dit aantal in de toekomst zelfs nog zal groeien. De kat is namelijk het favoriete huisdier bij uitstek van eenpersoonshuishoudens en dat aandeel zal in de komende jaren alleen nog maar groter worden.

Voskes Cat Dry

Reden te meer voor Group Depré Petfood om in september 2023 de Voskes-lijn van natte kattenvoeding uit te breiden met een premium-gamma van complete droge voeding. Voskes kat-droogvoer bevat kip of zalm als hoofdingrediënt en is samengesteld zonder tarwe of maïs. Daarnaast dragen de prebiotica, de β -glucanen en de antioxidanten bij tot een gezonde spijsvertering en een sterk immuunsysteem. Visolie, rijk aan Omega 3, zorgt voor een gezonde huid en vacht.

Gezond gebit

Het unieke van de Voskes-kattenbrokjes is dat er speciale aandacht wordt besteed aan de mondhygiëne van de kat. Dit vormt immers hét belangrijkste argument van katteneigenaren om voor droogvoer te kiezen. De gefosforyleerde vitamine C in Voskes Kat zorgt voor een verminderde vorming van tandplak, wat heel wat voordelen met zich meebrengt.

Assortiment

Het assortiment droge voeding bestaat uit de best verkochte recepturen, zowel voor actieve jagers als voor rustige huistijgers. Natuurlijk is er ook aan de gesteriliseerde katten gedacht. Het volledige assortiment bestaat uit: Kitten Complete (kip), Adult Complete (kip of zalm) en Adult Sterilized (kip of zalm). De kattenbrokjes van Voskes zijn verkrijgbaar in hersluitbare, recycleerbare zakken van 2 kg en 7kg.

Succesfactor

Voskes kat onderscheidt zich door het beste van twee werelden te bieden. Het biedt namelijk zowel een volwaardig droog als een breed nat assortiment aan, dat bovendien aangevuld

wordt met heerlijke snacks & treats. Op de Nederlandse vakbeurs Dibevo-Vakbeurs in oktober 2023 viel het volledige één meter schap van Voskes kat dan ook erg in de smaak. Het volledige gamma is beschikbaar voor de consument die zijn kat niet alleen wil voeden, maar ook verwennen - en dat geldt zelfs voor de meest kieskeurige kat! Tijdens de vakbeurs ANIDO, die op 25 en 26 februari 2024 in Kortrijk Xpo wordt georganiseerd, zal dit schap ook op de stand van Group Depré te zien zijn.

Tetra-pak

Naast een volledig assortiment aan premium droge voeding is er ook een complete premium-lijn met 5 smaken natte voeding. Deze Voskes kat natte voeding bestaat uit een verrukkelijke, smeuïge paté in 85 gram tetra-verpakking. Hiermee is Group Depré één van de pioniers in Europa. De consument zal snel aan dit concept gewend raken, mede door het gebruiksgemak en het feit dat het een duurzaam alternatief vormt. De verpakking heeft een ecologische voetafdruk, die maar liefst 81% lager ligt dan andere verpakkingen. Bovendien is de packaging 100% recycleerbaar.

Treating

Het belonen en verwennen van katten - op een gezonde manier - zit in de lift. Sterker nog, er is zelfs sprake van een toename van 11% (vergeleken met vorig jaar). Het assortiment van Voskes kat voldoet hier volledig aan, met heerlijke snacks, gezonde treats, lekkere jelly cups en smakelijke drinks als ware verwennerij. Ook de katten van uw cliënteel zullen hier zeker niet kunnen aan weerstaan!

Voor meer info over de lijn Voskes kat, neem contact op met:
Group Depré Petfood
info@voskes.nl
www.voskes.nl
Of kom een kijkje nemen op stand 570 tijdens ANIDO.



KORTRIJK XPO

DIY-PRO-GARDEN.BE

**SAVE
THE DATE**

nieuwe datum
in februari

DIY PRO & GARDEN

26 & 27 februari 2024

Inspireert het aanbod in doe-het-zelfzaken,
vakhandels en tuincentra, elke dag van 9u tot 18u

Industry Afterwork Drink tot 20u op maandag | 150 exposanten | 7.500 m² productpresentaties

DIY, Pro & Garden 2024

pakt uit met 'Innovations & Sustainability Route'

DIY, Pro & Garden vindt plaats op 26 en 27 februari 2024 in Kortrijk Xpo. Met deze nieuwe datum keert de tweejaarlijkse afspraak met de doe-het-zelfsector, tuinbranche en professionele vakhandel terug naar het voorjaar, een seizoensperiode die traditioneel gepaard gaat met belangrijke aankoopinvesteringen voor nieuwe producten en diensten in het winkelaanbod. Met meer dan 130 exposanten brengt de vakbeurs niet alleen een heel ruim productenaanbod, ze biedt ook nieuwe inzichten op recente trends en marktevoluties via korte seminarsessies en een 'Innovations & Sustainability Route'. DIY, Pro & Garden is voortaan ook beide beursdagen open van 9u tot 18u met op maandagavond een 'Industry Afterwork Drink'. Op maandag overlapt het event trouwens met de petcare vakbeurs ANIDO.

130+ standhouders

Een snel veranderende wereld vol onzekerheden gaat gepaard met een snel wijzigend consumentengedrag. Ieder seizoen heeft zijn klassiekers in de winkel, aangevuld met nieuwigheden die inspelen op actuele markttrends. De meer dan 130 exposanten op de beurs brengen op één locatie een overzichtelijk producten- en dienstenaanbod uit de segmenten doe-het-zelf, tuin en een steeds ruimer professioneel aanbod. Leveranciers geven er technisch-commerciële feedback en verkoopadvies, die van cruciaal belang zijn bij de veeleisende consument. DIY, Pro & Garden telt heel wat gevestigde waarden, zoals Soudal, PGB, enzovoort, maar pakt ook uit met tal van nieuw- en terugkomers, zoals Stanley Black & Decker die er voor de eerste keer bij is. De meest recente exposantenlijst is online beschikbaar.

'Innovations & Sustainability Route'

Nieuwigheden zijn onontbeerlijk en vormen dé traffic builders naar de winkel. Ook duurzaamheidsaspecten spelen meer en meer een belangrijk rol in de aankoopbeslissing, vooral bij jongere generaties. DIY, Pro & Garden zal dan ook een aantal 'must-see' innovaties van exposanten in de kijker zetten die ná 1 januari 2023 op de Belgische markt gebracht werden en die niet alleen een meerwaarde betekenen voor de eindgebruiker, maar ook relevant zijn op vlak van duurzaamheid. Deze (duurzame) innovaties zullen op de beurs uitgelicht worden via de 'Innovations & Sustainability Route', alsook via digitale kanalen.

Seminarsessies: inzichten op trends & marktontwikkelingen

Tendensen en evoluties, zoals veranderend consumentengedrag, de groei van e-commerce binnen de doe-het-zelfmarkt, de energietransitie, technologische evoluties in het retaillandschap, nieuwe DIY/PRO-businessmodellen,... zullen worden vertaald via korte seminars of casestudies. Deze sessies zullen waardevolle inzichten brengen en ongetwijfeld inspiratie bieden voor het winkelmodel van morgen.

Industry Afterwork Drink

DIY, Pro & Garden is en blijft ook een belangrijk netwerkplatform dat bijdraagt tot constructieve en langetermijnrelaties tussen retail & industrie. Op het einde van de eerste beursdag (of na de werkuren) is iedere professional uit onze industrie welkom op de Industry Afterwork Drink op de beursvloer van 18u tot



20u. Exposanten en bezoekers kunnen er gezellig netwerken onder collega's, ideeën uitwisselen, business doen tussen de standen en samenwerkingsbanden versterken onder het genot van drinks & bites en animatie. De toegang tot de Industry Afterwork Drink is toegankelijk mits het dragen van de bezoekers- of exposantenbadge.

Retailmeetings

De vertrouwde retailmeetings staan opnieuw geprogrammeerd en zorgen voor een mooie mix van doe-het-zelf- en pro-retailers op de beursvloer. Voor 2024 hebben ProCoop, MenoGroup Gedimat en Bouwpunt alvast hun aanwezigheid bevestigd. De lijst zal nog worden aangevuld met extra groeperingen, meer nieuws hierover volgt in januari 2024.

Combi-bezoek met petcare vakbeurs ANIDO

Vorige editie besloten DIY, Pro & Garden en ANIDO, de beurs voor dierenpeciaalzaken, om in dezelfde periode te organiseren, met een overlapping van een aantal uur in de namiddag. De reacties hierop waren heel positief, toen bezochten ruim 10% van de bezoekers van DIY, Pro & Garden en 15% van de ANIDO-bezoekers (vooral tuincentra en DIY-zaken met een ruim petcare-assortiment) beide beurzen. Dit jaar wordt deze aanpak verder uitgebreid en overlappen beide beurzen een volledige dag (van 9u tot 18u).

Tickets & info

Bezoek aan DIY, Pro & Garden is voorbehouden aan retailers. Meer info en gratis bezoekersregistratie op www.diy-pro-garden.be.

Designed
by Lotte



Ribbed ligmand kat



Ribbed kattenmand



Ribbed krabpaal

Lifestyle for your pet

www.designedbylotte.nl

Beeztees begeleidt u in themapresentaties en -assortimenten

Om hun assortiment extra betekenis te geven, creëert Beeztees graag beleving in uw winkel door middel van themapresentaties. De Nederlandse specialist in snacks en accessoires voor huisdieren kan tuincentra en dierspecialzaken voorzien van een seizoensgebonden assortiment of een bijzonder thema gedurende het jaar, zoals kerst. Dit betekent dat het assortiment gedurende het jaar zal veranderen. Zo blijf je als tuincentrum of dierspecialzaak altijd relevant voor de klant!

Themapresentaties

Producten kunnen op een normale manier in het schap worden gepresenteerd. Maar als je een stap verder gaat, worden de producten en de winkelbeleving aantrekkelijker voor de klant. Door beleving toe te voegen, creëer je extra attentiewaarde voor de klant, waardoor de producten meer opvallen. Speciaal voor seizoensproducten ontwikkelde Beeztees themapresentaties. Een mooi voorbeeld hiervan is de themapresentatie van kerst voor de feestdagen. Deze presentatie bevat een aangeklede kerstboom met Beeztees assortiment en passend POS. Het voordeel van deze presentatie is dat consumenten de producten direct associëren met kerst en hun aandacht wordt getrokken naar het assortiment.

Thema-assortiment

Naast het creëren van beleving is het ook erg belangrijk dat het assortiment de consument aanspreekt. Naast seizoensthema's die in de loop van het jaar kunnen veranderen (zoals veiligheid, verkoeling en buiten spelen) presenteert Beeztees ook een specifiek assortiment voor speciale thema's. Dit omvat bijvoorbeeld Formule 1, Halloween en Pasen. En natuurlijk mag Werelddierendag niet ontbreken. Dit assortiment wordt ieder jaar vernieuwd met



leuke producten, zodat er voldoende keuze is voor de consument. Vaak is dit een compleet assortiment, dat perfect bij het thema past: van Halloween-speelgoed in de vorm van een pompoen tot aan raceauto voor Formule 1.

De afgelopen jaren heeft Beeztees daar weer enkele nieuwe seizoenconcepten aan toegevoegd. Heeft een hond een oogje op iemand? Dan past het Valentijn-concept van Beeztees daar perfect bij! Ook tijdens Pasen ontbreken de pluche kippen en eieren voor de hond niet. Jaarlijks vernieuwt Beeztees hun seizoensthema's om de laatste trends te volgen en om aan de wensen van de klant te voldoen. Uiteraard blijven de topproducten elk jaar te koop. Want laten we eerlijk zijn, een 'cool' concept is niet compleet zonder een hondenzwembad.



Beeztees

Tel.: +32(0)3 330440

info@beeztees.com - www.beeztees.nl

beeztees

Hobby First

Passion for animal nutrition
since 1840

Canex

Premium



Intestinal Security

Bevat de prebiotica FOS en MOS die bijdragen aan een gezonde darmflora.



Skin & Coat Care

Bevat de optimale verhouding tussen omega 3 en omega 6 vetzuren, is rijk aan omega 3-vetzuren EPA en DHA, voor een gezonde huid en een glanzende vacht.



Hypo Allergenic

Uitgebalanceerde voeding voor honden met een gevoeligheid voor Poulet- of tarweproteïnen.



Immunity Support

Bevat een combinatie van astaxanthine, omega-3 vetzuren en FOS, MOS en bètaglucanen om het immuunsysteem te ondersteunen.

New



Ontdek hier ons volledige Premium assortiment of op

www.HobbyFirst.com



ANIDO 2024 wordt terug in februari georganiseerd



Op 25 en 26 februari 2024 worden de petcareprofessionals opnieuw uitgenodigd op ANIDO, de tweejaarlijkse vakbeurs voor de petcarebranche in de Benelux en Noord-Frankrijk. Na een uitzonderlijke (noodgedwongen) verplaatsing landt het event opnieuw in de vertrouwde maand februari. Op de volgende pagina's blikken we uitgebreid vooruit naar de komende editie, zodat u nu al uw beursbezoek kunt voorbereiden. Want ANIDO 2024 belooft de moeite te worden met een breed scala aan innovaties, talrijke vertrouwde leveranciers, meer dan 40 nieuwe deelnemers en een interessant randprogramma, dat dit jaar voor het eerst wordt ondersteund door Pet & Garden Pro.

Back to normal

De komende editie van ANIDO wordt op 25 en 26 februari 2024 georganiseerd in hallen 4 en 5 van Kortrijk Xpo. Dit betekent dus dat de vakbeurs terugkeert naar haar vertrouwde periode.

"We opteren weervoor het normale stramien. Door de coronacrisis werden we genoodzaakt om de vorige editie naar het najaar te verschuiven, maar dat was – zoals toen ook al aangegeven – een éénmalige beslissing. Een beursdatum midden/eind februari sluit beter aan bij de noden van zowel de exposanten als de bezoekers. Op die manier kunnen de petcareprofessionals aan het begin van het jaar nieuwe producten, merken, concepten, ideeën en ontwikkelingen spotten en hun aankoopbeleid nieuwe zuurstof geven. De vorige en komende editie volgen elkaar nu iets sneller op in vergelijking met anders, maar dat betekent niet dat de exposanten met minder innovaties op de beursvloer uitpakken. De petcareindustrie blijft immers creatief vernieuwen. Hierdoor zijn de verkooppunten in staat om een dynamisch aanbod samen te stellen waardoor ze de consument blijven verrassen, telkens wanneer die komt shoppen. ANIDO bezoeken kan nog steeds gratis mits voorregistratie op onze website (gebruik hierbij de code PGP101, nvdr.). Onze online-bezoekersregistratie is trouwens sinds kort geopend", vertelt Annick Pycarelle, Exhibition Manager van ANIDO.

DIY, Pro & Garden en ANIDO vallen samen op maandag

Wat wel behouden blijft, is de overlapping met DIY, Pro & Garden, de tweejaarlijkse afspraak met de doe-het-zelfsector, tuinbranche en professionele vakhandel.

"Vorig jaar konden de specifieke gelijklopende bezoekersprofielen van beiden beurzen, namelijk de doe-het-zelfzaken, de

hypermarkten en de tuincentra, voor het eerst beide vakbeurzen op dezelfde dag bezoeken. De reacties op deze primeur waren heel positief: ruim 10% van de bezoekers van DIY, Pro & Garden en 15% van de ANIDO-bezoekers – vooral tuincentra en DIY-zaken met een ruim petcare-assortiment – maakten gebruik van de mogelijkheid om beide events bij te wonen. Wat wel verandert ten opzichte van de vorige keer is dat we deze aanpak verder uitbreiden: beide beurzen zullen elkaar op maandag een volledige dag (van 9u tot 18u) overlappen en niet meer een paar uren in de namiddag, zoals in 2022 het geval was. Dit moet nog meer doe-het-zelfzaken, hypermarkten en tuincentra de mogelijkheid geven om zowel op ANIDO als DIY, Pro & Garden langs te gaan", verduidelijkt Annick Pycarelle.

Op naar een uitverkochte editie

Het ANIDO-team slaagde er opnieuw in om een mooie exposantenlijst samen te stellen, waarbij de verschillende dierengroepen binnen de branche vertegenwoordigd zijn.

"Begin december 2023 hebben al ruim 130 exposanten hun deelname bevestigd. Dit maakt dat circa 3 maanden voor de start van ANIDO de beschikbare beursoppervlakte op enkele standen na volledig is ingenomen. De beurs zal dus weer 'full house' zijn, waardoor de bezoeker echt op ontdekkingstocht naar nieuwe producten, nieuwe merken, frisse ideeën,... kan gaan. De totale nettostandoppervlakte zal in februari 2024 tevens iets groter zijn dan bij de vorige editie. Onder de ingeschreven standhouders merken we heel wat trouwe ondernemingen. Daarnaast kan de bezoeker kennis maken met een 40-tal nieuwkomers en firma's die terugkeren nadat ze even niet participeerden. Ongeveer de helft van de deelnemende firma's is afkomstig uit ons land. Daarnaast zakken ook heel wat buitenlandse bedrijven naar ANIDO af.

CBD

**GEEN DAGELIJKSE
ZORGEN MEER!**

Fabriqu  en France

Made in France

GEEFT
CONTINU
ACTIEVE
STOFFEN AF

MASSERENDE
BORSTEL

GEZONDHEID VAN
DE GEWRICHTEN

De drie referenties in het nieuwe gamma "Comfort en Care" van Laboratoire Francodex bieden kant-en-klare oplossingen met **CANNABIDIOL**, waarvan bekend is dat het de gewrichten en de mobiliteit bij honden bevordert, en pepermunt, dat de ontspanning van de spieren bevordert.

TOONBANKDISPLAY
BESCHIKBAAR



francodex.com

25 & 26 FEBRUARI 2024
VAKBEURS VOOR DE PET CARE MARKT



Bezoek ons op

STAND 599



We verwelkomen exposanten uit in totaal 11 verschillende landen. Ongeveer 30% van de standhouders komt uit Nederland. Opvallend dit jaar is de toegenomen interesse uit Duitsland. Daarnaast zijn er ook firma's uit o.a. Frankrijk, Polen, Spanje, Turkije en het Verenigd Koninkrijk op de exposantenlijst terug te vinden", geeft Annick Pycarelle te kennen.

Meer dan de moeite waard

Volgens Annick Pycarelle is een bezoek aan de vakbeurs ANIDO niet te missen voor ambitieuze en gedreven petcareprofessionals. Ze ziet hiervoor verschillende redenen.

"De nieuwigheden, inzichten en knowhow die ze op de beursvloer verzamelen, laten hen toe om zich van de concurrentie te onderscheiden. ANIDO is en blijft hét beursplatform bij uitstek voor de

petcare-ondernemer in de Benelux en Noord-Frankrijk. Niet elk(e) dieren speciaalzaak of tuincentrum bezoekt de grote internationale vakbeurzen. Dankzij ANIDO kunnen ze dicht bij huis een compleet aanbod huisdierbenodigdheden ontdekken én



zich tegelijk vergewissen van de huidige en toekomstige marktevoluties. Denk hierbij onder meer aan de toegenomen aandacht voor duurzaamheid (zowel qua grondstoffen, verpakkingen als productieprocessen), de steeds verdergaandere humanisering van het huisdier, de focus op natuurlijkheid, de terugkeer naar het lokale, de omarming van digitalisering en technologie, de alsmaar grotere focus op de gezondheid en het welzijn van het huisdier, de premiumisering van het aanbod en noem maar op. Maar ook netwerken, collega's ontmoeten, inspiratie en nieuwe ideeën op doen, kennismaken met nieuwe firma's/partners, enzovoort kan allemaal op onze beursvloer. Tot slot vormen de promoties die verscheidene exposanten aanbieden een onmiskenbare meerwaarde."

'Meet the Experts' powered by Pet & Garden Pro

Naast het uitgebreide product- en dienstenaanbod vormt het randprogramma van ANIDO een onmiskenbare meerwaarde. Onder de noemer 'Meet the Experts' worden opnieuw verschillende lezingen en presentaties gegeven tijdens beide beursdagen. Nieuw dit jaar is dat Pet & Garden Pro het seminariegedeelte ondersteunt en mee helpt samenstellen.

"Pet & Garden Pro is al ruim 30 jaar het vakblad bij uitstek voor de Belgische petcareprofessional en tuinretailondernemers. Bovendien zit het huidige team al meer dan 16 jaar in de branche. Hierdoor zijn we goed op de hoogte van de markt en haar ontwikkelingen. Bovendien komen we tijdens onze reportages regelmatig in

contact met Belgische en buitenlandse petcareprofessionals. Onze connecties en expertise delen we nu met ANIDO voor het 'Meet the Experts'-gedeelte", laat Evelien Desmyttere, bladmanager van Pet & Garden Pro weten.

"Momenteel zijn we druk bezig de laatste hand te leggen aan het 'Meet the Experts'-programma. In primeur kan ik al meegeven dat de recent opgestarte dierenpeciaalzaak Goe Beestig hun unieke concept komt voorstellen (zie ook pag. 50-53, nvdr). Ook kattengedragstherapeute Anneleen Bru komt opnieuw een presentatie geven. Voorts voorzien we enkele hands-on workshops o.a. over aquascaping en komen er presentaties over duurzaamheid en B2B-webshops. De overige sprekers en de thema's die aan bod komen, kondigen we in de loop van januari 2024 aan. Uiteraard spelen we hierbij in op de actuele tendensen in de petcarebranche", vervolgt Annick Pycarelle.

New@ANIDO

Een andere blikvanger in het randprogramma is de zone 'New@ANIDO', waar de meest vernieuwende innovaties van de ANIDO-exposanten worden voorgesteld. Deze biedt de petcare-ondernemer een duidelijk beeld van de huidige sectortrends en van het aanbod op de beurs. De ideale locatie dus om uw rondgang op de beurs te starten. Aan New@ANIDO zijn ook awards gekoppeld, die in 2 categorieën worden uitgereikt, namelijk 'Voeding' en 'Accessoires & Verzorgingsproducten'. Bovendien is er ook een Sustainability-award voor de meest duurzame nieuwigheid op de beursvloer. Deze wordt gekozen uit de inzendingen van de twee bovenvermelde categorieën. De bezoekers kunnen op de eerste



beursdag stemmen op hun voorkeursnieuwigheden. De awards worden dan overhandigd tijdens de expositandrink, net na het sluiten van de beurs. We zijn alvast benieuwd wie de opvolgers worden van Edgard & Cooper (winnaar in de categorie 'Voeding' met de catrange), Beeztees (winnaar in de categorie 'Accessoires & Verzorgingsproducten' met het kippenconcept) en Ydolo (winnaar Sustainability-award ecologische kattenbakvulling Huskaloo). De winnaars worden uitvoerig belicht in het maartnummer van Pet & Garden Pro.



Kortrijk Xpo, Kortrijk



Zo. 25 - ma. 26 februari 2024.
Elke dag van 9u tot 18u.



Gratis ingang voor professionals uit de branche mits voorregistratie op de website. Gebruik hierbij de code PGP101.



www.anido.be

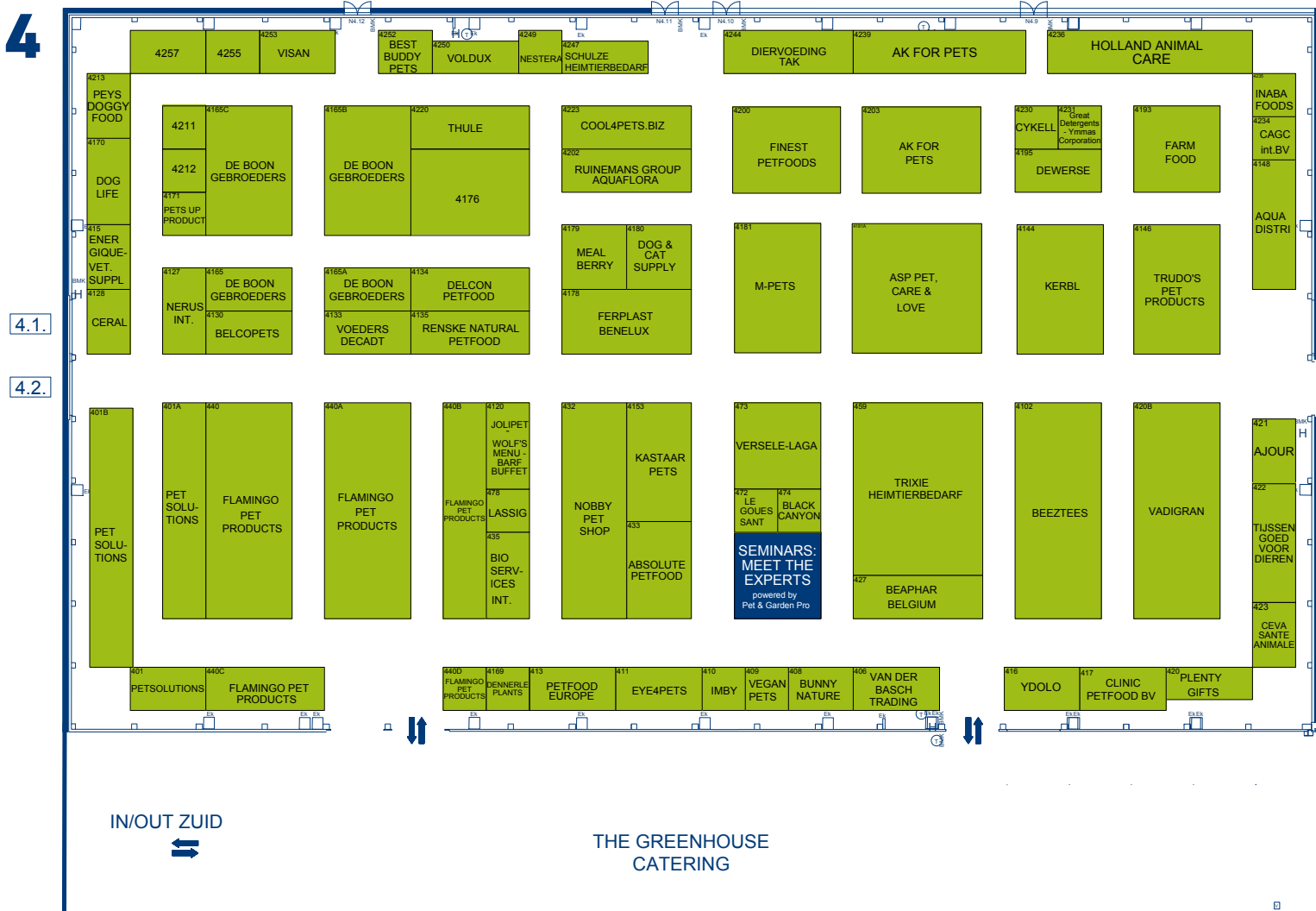


Overlapping met DIY, Pro & Garden op maandag 26 februari (ganse dag). Enkel voor bezoekende doe-het-zelfzaken, de hypermarkten en de tuincentra met een petcare-afdeling.



ANIDO

4



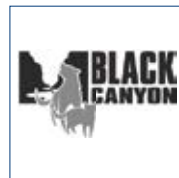
Stand 4239 - 4203



Stand 4144



Stand 4102



Stand 474



Stand 423



Stand 4165 - 4165C - 4165B - 4165A



Stand 596



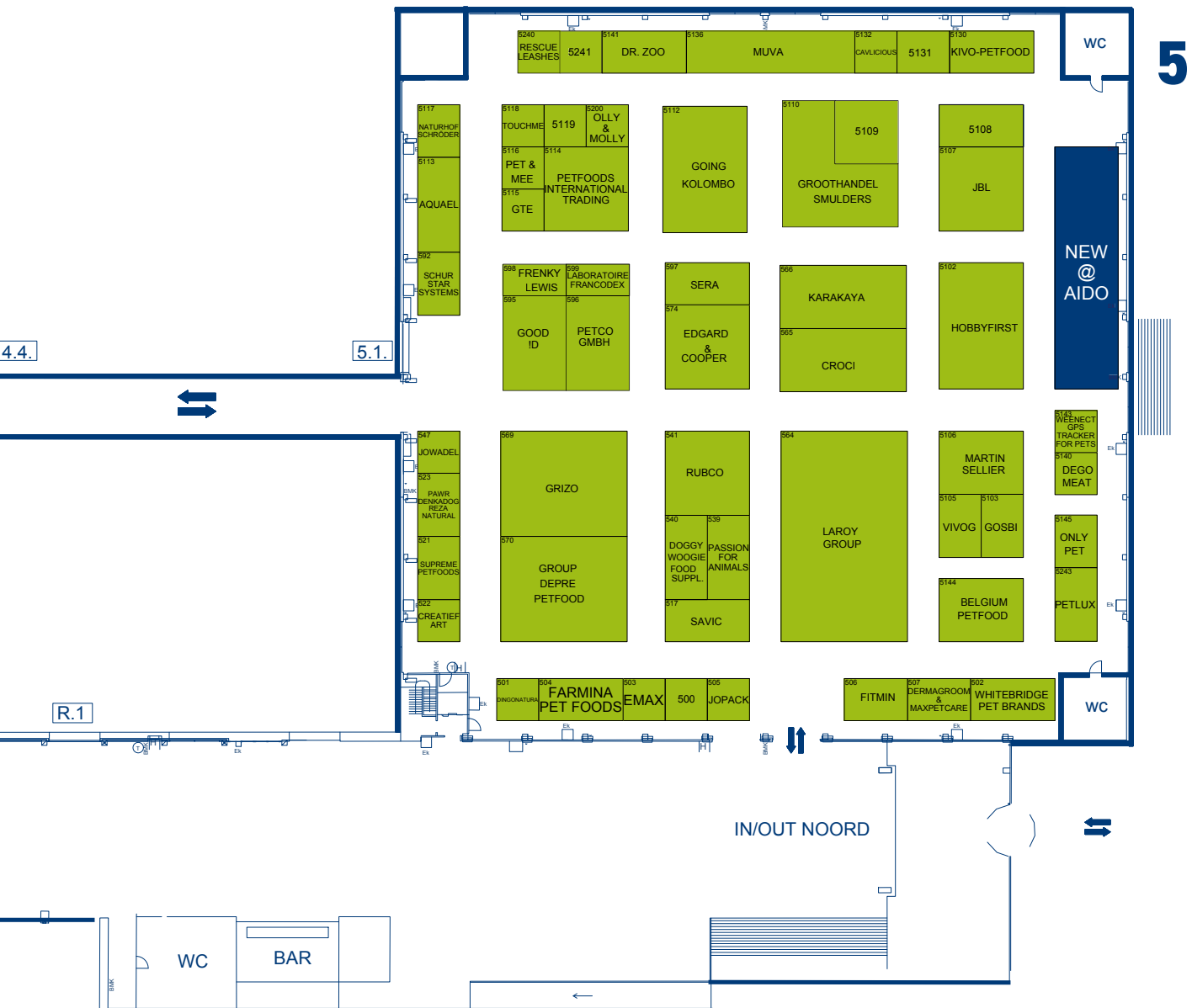
Stand 401 - 401B - 401A



Stand 4247

25 & 26 FEBRUARI 2024

KORTRIJK XPO



Stand 501



Stand 4200



Stand 440A - 440D -
440B - 440 - 440C



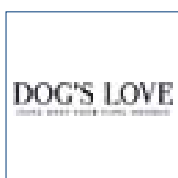
Stand 4235



Stand 566



Stand 4249



Stand 596



Stand 521



Stand 4253



Stand 502

Exposantenplan en -lijst op 8/12/23, aangeleverd door de ANIDO organisatie. Pet & Garden Pro is niet verantwoordelijk voor eventuele fouten.

schësir®



EVEN MORE

BIGGER & BOLDER

We hebben veel gedaan in 2023 door de introductie van ons complete en uitgebalanceerde voedingsprogramma voor katten en honden.

MAAR WE WILLEN MEER!

In 2024 komt er nog veel meer aan innovaties aan!



KOM EN ONTDEK DEZE BIJ ANIDO, STAND 502!



whitebridge
pet brands

schësir.com

Exposant	stand	Exposant	stand	Exposant	stand	Exposant	stand
4 HEALTHY PETS	574	DEWERSE	4195	JOLIPET - WOLF'S MENU -		PETS UP PRODUCTS	4171
ABSOLUTE PETFOOD	433	DIERVOEDING TAK	4244	BARF BUFFET	4120	PETSOLUTIONS	401, 401B, 401A
AJOUR	421	DINGONATURA	501	JOPACK	505	PEYS DOGGY FOOD	4213, 422
AK FOR PETS	4239, 4203	DOG & CAT SUPPLY	4180	JOWADEL	547	PLENTY PET	420
ALBERT KERBLGmbH	4144	DOGLIFE	4170	KARAKAYA	566	RENSKE NATURAL PETFOOD	4135
AQUADISTRI	4148	DR. ZOO	5141	KASTAAR PETS	4153	RESCUE LEASHES	5240
AQUAEL	5113	EMAX	503	KIVO Petfood	5130	RUBCO	541
AQUAFLOA AQUARIUM	4202	ENERGIQUE - CARNIBEST	415	LABORATOIRE FRANCODEX	599	RUINEMANS GROUP	4202
ASP PET, CARE & LOVE	4181A	EYE4PETS	411	LABORATOIRE FRERE	540	SAVIC	517
BEAPHAR BELGIUM	427	FARM FOOD	4193	LAROY GROUP	564	SCHULZE-HEIMTIERBEDARF	4247
BEEZTEES	4102	FARMINA PET FOODS	504	LASSIG	478	SCHUR STAR SYSTEMS	592
BELCOPETS	4130	FERPLAST BENELUX	4178	LE GOUSSANT	472	SERA	597
BELGIUM PETFOOD	5144	FINEST PETFOODS	4200	MARTIN SELLIER	5106	SUPREME PETFOODS	521
BEST BUDDY PETS	4252	FITMIN	506	MEALBERRY	4179	THULE	4220
BIO SERVICES INTERNATIONAL	435	FIXMER BELGIUM NV	5118	M-PETS	4181	TIJSSSEN GOED VOOR DIEREN	422
BLACK CANYON	474	FLAMINGO PET PRODUCTS		MUVA	5136	TRIXIE HEIMTIERBEDARF	459
BUNNY NATURE	408	440A, 440D, 440B, 440, 440C		NATURHOF SCHRÖDER	5117	TRUDO'S PET PRODUCTS	4146
CAGC int.BV	4234	FRENKY LEWIS	598	NERUS INTERNATIONAL	4127	VADIGRAN	420B
CAVLICIOUS	5132	GOING KOLOMBO	5112	NESTERA	4249	VAN DER BASCH TRADING	406
CERAL	4128	GOOD !D	595	NOBBY PET SHOP	432	VEGANPETS	409
CEVA SANTE ANIMALE	423	GOSBI	5103	OLLY & MOLLY	5200	VERSELE-LAGA	473
CLINIC PETFOOD BV	417	GREAT DETERGENTS - YMMAS		ONLY PETS	5145	VISAN	4253
COOL4PETS.BIZ	4223	CORPORATION	4231	PASSION FOR ANIMALS	539	VIVOG	5105
CREATIEF ART	522	GRIZO	569	PAWR DENKADOG		VOEDERS DECACT	4133
CROCI	565	GROOTHANDEL SMULDERS	5110	REZA NATURAL	523	VOLDUX	4250
CYKELL	4230	GROUP DEPRE PETFOOD	570	PET & GARDEN PRO Meet the Experts		WEENECT GPS TRACKER	
DE BOON GEBROEDERS		GTE	5115	PET & MEE	5116	FOR PETS	5143
4165, 4165C, 4165B, 4165A		HOBBYFIRST	5102	PETCO GMBH	596	WHITEBRIDGE PET BRANDS	502
DEGOMEAT	5140	HOLLAND ANIMAL CARE	4236	PETFOOD EUROPE	413	YDOLO	416
DELCON PETFOOD	4134	IMBY	410	PETFOODS INTERNATIONAL			
DENNERLE PLANTS	4169	INABA-FOODS (EUROPE)	4235	TRADING	5114		
DERMAGROOM & MAXANI	507	JBL	5107	PETLUX	5243		

Finest Petfoods,

Always a treat

Bezoek ons op stand 4200

Wil jij enkel het allerbeste voor honden en katten? Daar gaan wij als jouw zakelijke partner op het gebied van diervoeding volledig voor! Bezoek onze stand (4200) en ontdek meer over onze merken en diensten.

+31 (0)10 310 79 20 | info@finestpetfoods.com finestpetfoods.com

ADAPTIL® Chew

Een snelle oplossing voor honden in spannende situaties!

30 min Snelle werking: al na 30 minuten

Smakelijke, caloriearme kauwsnacks

Natuurlijke ingrediënten

Makkelijk te halveren

Geschikt voor dagelijks gebruik

NIEUW

ADAPTIL® Chew is een merk van Ceva Santé Animale, een farmaceutisch bedrijf in diergeneesmiddelen.

Overig beursnieuws in een notendop



GET brengt kennis, inspiratie en expertise bijeen

Op 6 en 7 februari 2024 vindt de eerste editie van GET (Garden Experts Together) plaats: het event voor en door experts in de tuinbranche. Als tuinretailondernemer zijn er zo veel facetten waarop je moet inspelen, dat je nooit overall specialist in kunt zijn. Tegelijkertijd is de tuinbranche zo rijk aan experts, dat de kennis zeker wel aanwezig is. 'Samenkomen is een begin' en dat begin wil men met GET (Garden Experts Together) faciliteren. Ruim 30 expert-deelnemers (waaronder, Capi Europe, Croix Chatelain, De Haan Instore Supplies, Ecostyle, Edelman, Elho, Flamingo Pet Products, Gardena, Kinlys Group, Napoleon Grills, Sanac, The Pots Company en Viano) laten hun beste retailconcepten zien en zullen hun kennis delen om winkels beter te maken en consumenten te helpen en inspireren. Plaats van het gebeuren is Tuincentrum Claes in Edegem, verkozen tot Beste tuincentrum van Vlaanderen 2023-2024. GET betekent een bron van kennisdeling, inspiratie, lekker eten, een knafeeest en voldoende ruimte om samen te zijn, dit alles in een waarheidsgetrouwe setting. Inspiratie, kennisdeling en gezelligheid, dat zijn 3 aspecten die de garden retailprofessional ongetwijfeld zullen aanspreken. Een gratis ticket bekomen, kan via www.gardenexpertstogether.com.

Interzoo maakt nu al indrukwekkende participatiecijfers bekend

Ruim 5 maanden voor de start van de vakbeurs Interzoo 2024, die van 7 t.e.m. 10 mei 2024 wordt georganiseerd, blijkt nu al dat de komende editie van 's werelds grootste vakevent voor de dierenbenodigdhedenindustrie groter zal zijn dan ooit tevoren. De geboekte standoppervlakte overtreft nu al die van Interzoo 2018, waardoor er een nieuw Interzoo-record wordt gevestigd. Exposanten uit 63 landen en minstens 13 internationale paviljoens bevestigden reeds hun deelname. In vergelijking met de vorige editie zal Interzoo 2024 2 extra beurshallen tellen, wat het totaal op 14 brengt. Desondanks die expansie is momenteel nog 5% van de beursoppervlakte beschikbaar.

"De continu sterke vraag van exposanten toont het belang van het evenement en bevestigt dat we op weg zijn naar een geweldige Interzoo 2024," zegt Dr Rowena Arzt, Head of Exhibitions bij Interzoo-organisator WZF - Pet Industry Services. "Interzoo is uitgegroeid tot 's werelds toonaangevende vakbeurs voor de huisdierenindustrie dankzij een randprogramma dat de



ontwikkelingen in de industrie duidelijk weergeeft en de talrijke netwerkevenementen met innovators en beslissingsnemers uit de wereldwijde branche."

Zoomark 2025 wordt groter en gedurfder dan ooit

Recent lanceerde de vakbeurs Zoomark de registratiecampagne voor de komende editie in 2025 met een compleet nieuwe identiteit. Deze zal



terug te vinden zijn in alle communicatie van deze internationale petcarebeurs vanaf nu tot de volgende editie, die van 5 tot 7 mei 2025 in BolognaFiere (Italië) wordt georganiseerd. Zoomark presenteert met trots 'Spotlight on Pets': deze nieuwe visuele identiteit benadrukt de nieuwe richting die Zoomark qua communicatie inslaat. De nieuwe tagline, namelijk 'Bigger and Bolder' benadrukt het doel van deze vakbeurs voor de komende editie: het event wil omvangrijker dan ooit zijn (qua beursoppervlakte, aantal stands en internationale bezoekers) en ook ambitieuzer in zijn plannen en doelstellingen. De volgende editie zal talrijke speciale projecten, evenementen en seminars tellen, die een deelname aan Zoomark nog boeiender en interessanter zullen maken.

GET

Op 6 en 7 februari 2024
Tuincentrum Claes, Edegem
www.gardenexpertstogether.com

ANIDO

Op 25 en 26 februari 2024
Kortrijk Xpo, Kortrijk
www.anido.be

DIY, Pro & Garden

Op 26 en 27 februari 2024
Kortrijk Xpo, Kortrijk
www.diy-pro-garden.be

Expozoo/Paris Animal Show

Op 9 en 10 maart 2024
Porte de Versailles, Parijs (Frankrijk)
www.parisanimalshow.fr

Interzoo

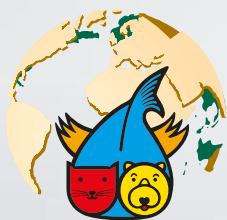
7 tot en met 10 mei 2024
NürnbergMesse, Neurenberg (Duitsland)
www.interzoo.com

Spoga+gafa

16 tot en met 18 juni 2024
KölnMesse, Keulen (Duitsland)
www.spogagafa.com

Wilt u uw beurs of event in onze beurskalender zien verschijnen, neem dan contact op met Evelien Desmyttere (magazines@inventmedia.be).

KALENDER



7 – 10 May 2024 | Nuremberg, Germany

Interzoo 2024

38th International Trade Fair for Pet Supplies



SEE WHAT'S NEW AT INTERZOO!

Find out about the latest trends
and developments in your industry.

Discover a wide range of innovative
products and services for pets.

Experience on-site what makes
the world's leading event Interzoo so unique.

The world market is present
here – for your success!

GET YOUR TICKET NOW!



INTERZOO.COM

Follow us!



Admission granted to authorized trade visitors only.

Organizer



Honorary sponsor



Organization on behalf
of the organizer

NÜRNBERG MESSE

Amanovă®

natural & tasty

ANIDO
Standnr.
4253



NIEUW
in België

SUPERFOOD

voor katten en honden

*De beste ingrediënten voor
de gelukkigste, gezondste huisdieren*



100% vers vlees
0% vleesmeel



100% natuurlijke
ingrediënten



Bereid in onze
eigen keuken



Eén dierlijke
eiwitbron

ALLEEN VERKRIJGBAAR BIJ VISAN NL
Bestel via: orders@visan.nl



Manon Peeters - Ambassadeur
+31 (0)6 254 972 14
manon.peeters@visan.nl



Gerben Verstraten - Ambassadeur
+31 (0)6 154 641 13
gerben.verstraten@visan.nl

www.amanova.com

De Vergert 4 6681 LE Bommel - NL | www.visan.nl



Dibevo-Vakbeurs 2023 telde veel blikvangers

Foto: Norbert Waalboer Fotografie

Dit jaar was de Dibevo-Vakbeurs weer de ideale plek om in één dag op de hoogte te raken van alle trends en weetjes in de huisdierenbranche. Dat bleek ook uit de bezoekerscijfers. Na de iets minder bezochte corona-editie in 2021 overschreed deze editie terug de kaap van de 4.000 bezoekers: uiteindelijk werd er afgeklokt op 4.364 huisdierprofessionals die de Dibevo-Vakbeurs 2023 bezochten. Onder die bezoekers eveneens heel veel Vlaamse dierspecialisten, zo merkten we op tijdens onze beursrondgang. Waarschijnlijk ontdekten zij ook het ruime aanbod innovaties dat op de beursvloer waar te nemen was. Hieronder tonen we u in woord en beeld de nieuwigheden van onze partners.

België boven

“Wat mij opviel, was dat exposanten veel werk hebben gemaakt van hun stands en productpresentaties”, steekt Dibevo-voorzitter Gijs van den Assum van wal. “Er zaten echt juweeltjes tussen, ook bij de kleinere stands. Dat is een pluim waard en een duidelijk signaal dat de branche ‘still going strong’ is. Niet voor niets het thema van deze vakbeurs!”

De bezoekers hadden veel lof voor de presentatie van de bijzondere producten van exposanten in het BLIKVANGERS-paviljoen. Opvallend was dat vooral de duurzame producten op veel belangstelling konden rekenen. Dit onderstreepte nogmaals dat duurzaamheid – naast dierenwelzijn – langzaam maar zeker een vaste kernwaarde wordt in de huisdierenbranche. Bijna 700 bezoekers brachten hun stem uit op wat zij ‘het beste product’ van het BLIKVANGERS-paviljoen op de vakbeurs vonden. De 10 producten uit het BLIKVANGERS-paviljoen, die de bezoekers als ‘beste product’ hadden genomineerd, werden vervolgens beoordeeld door een vakjury. De grote winnaar van de ‘Best of Show Award’ tijdens de Dibevo-Vakbeurs 2023 werd het Belgische Pino. Het bedrijf wint de award met de Slow Feeder, een snorhaarvriendelijke anti-schrok-bowl. De eerste runner-up werd de Puzzle Feeder Slow bowl van eye4pets. Deze voederbak uit plantaardig materiaal vertraagt de voedselopname tot wel 15 keer ten opzichte van ‘gewone’ slowfeed-matten. Dierengroothandel Overbeek werd uitgeroepen tot tweede runner-up met hun initiatief om het koppelen van konijnen te vergemakkelijken door gecasteerde rammelaars aan te bieden.

Beaphar Nederland

Blikvanger hier was de vernieuwde lijn Beaphar XtraVital. Deze complete premiumvogelvoeding met zaden, vruchten en eivoer zorgt voor een optimale ondersteuning van de gezondheid. De verschillende referenties zijn verrijkt met echinacea voor een goede natuurlijke weerstand. Het hoge gehalte aan eivoer zorgt dan weer voor een prachtig verenkleed.



Beeztees

In de eerste plaats introduceerde deze Nederlandse onderneming haar gloednieuwe concept Funpark 2.0. Deze leuke en aantrekkelijke presentatie van hondenspeelgoed trekt meer dan ooit de aandacht van de klant en verhoogt op die manier de impulsaankopen. Verder viel ons oog op het nieuwe presentatiemeubel, waardoor orthopedische hondenkussens en -manden op een overzichtelijke manier in de winkel worden gepresenteerd.



Dierengroothandel Overbeek

Veel aandacht ging naar het initiatief van deze Nederlandse onderneming om gecasteerde rammelaars aan te bieden aan de dierspecialisten. Door hun lagere geslachtsdrift zijn ze eenvoudiger aan andere konijnen te koppelen. Bovendien hebben gecasteerde rammelaars vaker een liever karakter en vertonen ze minder sproeigedrag.



Diervoeding Tak

Nieuw onder het merk Goood zijn de Superfood Gooodies. Deze superfood-crackers zijn vervaardigd met biologische ingrediënten, waaronder hennep en zijn 100% veganistisch. Ze bevatten geen suikers, kleur- en smaakstoffen, noch bewaarmiddelen. De crackers versterken de darmflora en zijn tevens makkelijk verteerbaar.



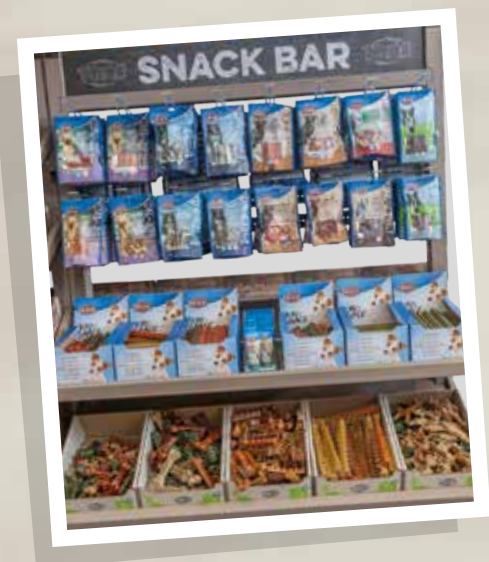
TRIXIE



TRIXIE marktkraam - ruimte voor veel verschillende producten



Op onze stand 459 op de Anido beurs kunt u naast talrijke andere artikelen onze nieuwe marktkraam komen bekijken - binnenkort voor uw eigen winkel bij ons verkrijgbaar!



Farm Food

Farm Food Fresh is nu ook verkrijgbaar in een kleinverpakking van 550 gram. Het handige formaat van circa 25 gram blokjes maakt het diepvriesvers vlees makkelijk te doseren. Deze kleine porties lenen zich uitstekend voor kleine hondenrassen. Er worden 2 varianten aangeboden: Rundvlees Compleet en Pens&Hart.



Ferplast

Dat deze onderneming inzet op ruime en comfortabele dierenverblijven, werd nogmaals onderstreept met de lancering van het Planeta Large-vogelverblijf. Het is geproduceerd uit gerecycleerde materialen en wordt geleverd in een Save Space-packaging. Tevens werd ook een grote kooi voor fretten geïntroduceerd.



Finest Petfoods

Centraal stond het merk Pawfect, waaronder een ruim assortiment natuurlijke snacks en treats werden voorgesteld. Het aanbod omvat o.a. gevriesdroogde snacks voor honden en katten, Himalayan cheese chews voor honden in verschillende smaken, peanut butter in een 5-tal varianten, de luchtgedroogde Pixie-snacks voor honden en katten en Yogurt Mellies voor honden.



Flamingo Pet Products



Duurzaamheid staat centraal bij de nieuwe Valeco-kussens, die in Europa worden geproduceerd. Deze zijn vervaardigd uit gerecycleerd textiel en gevuld met gerecyclede polyestervezel en schuimrubber. Bovendien vormt hun stijlvol design een duidelijke meerwaarde voor elk interieur. De kussens zijn verkrijgbaar in blauw en taupe. De Valeco-lijn omvat ook manden.

Gebr. De Boon

Op deze stand kon je echt niet naast de indrukwekkende kattenklimbomen kijken. Ze vallen op door hun aantrekkelijk design en het comfort dat ze de katten bieden. Ze zijn gefabriceerd met echt hout, aangevuld met stevige sisal en zachte pluche. De diverse uitvoeringen zijn leverbaar in 3 maten en 2 kleuren: polar white en grizzly brown.



Groothandel Smulders

Wabi Kusa is een concept dat overgewaaid komt uit Japan. Het laat toe om op een compacte manier een stukje natuur in de huiskamer te integreren. Ter ondersteuning van de consument worden diverse instructiefilmpjes aangeboden, die tonen hoe je Wabi Kusa-referenties gebruikt en installeert.



Group Depré

De nieuwe droogvoeding Voskes kat zet sterk in op ondersteuning van het immuunsysteem, het bevorderen van een gezonde vacht en huid, de support van een goede mondhygiëne en een goede werking van de spijsvertering. Hoofdbestanddelen van deze smakvolle brokjes zijn kip of zalm. Verkrijgbaar in hersluitbare, recycleerbare zakken van 2 kg en 7kg.



HobbyFirst

HobbyFirst King is een nieuwe ecolijn vogelvoer, die in een doosje wordt gepresenteerd. De compacte reeks, bestaande uit 6 voermengelingen en 2 essentiële supplementen, is vervaardigd met puur natuurlijke ingrediënten. Er werden enkele gekleurde koekjes toegevoegd voor de visuele en smakelijke aantrekkingskracht. Deze doosjes zijn volledig duurzaam en dragen het FSC-label.



Het Belgische Pino won de 'Best of Show Award'

Johnson Petfoods

Een opvallende introductie was Matties Petfood, een nieuw eigen merk van droogvoeding voor honden dat opvalt door zijn uitstekende prijs-kwaliteitverhouding. Ook voor de verkooppunten hangt een mooie marge vast aan deze referenties. Er worden 6 varianten aangeboden in verpakkingen van 3 en 12 kg. Vlees vormt het voornaamste ingrediënt van deze nieuwe droogvoeding.



Renske Natural Petfood

Wie graag samen met zijn hond wil relaxen en chillen in de zetel, kan dit voortaan met de Renske Chhurpi Cheese Pops. Deze snacks in popcornvorm moeten gewoon even in de microgolfoven en zijn klaar om te worden verorberd. Ze zijn 100% natuurlijk, vegetarisch en graan- en glutenvrij en worden gemaakt van 99,9% koemelk in een gecertificeerde IFS-fabriek in België.



Trixie

Deze nieuwe kattenbak van Trixie is uitgerust met een automatische zelfreinigingsfunctie. 4 mechanismes zorgen voor een vlot en veilig reinigingsproces. De geïntegreerde afvalbak heeft een inhoud van 5 liter. Het toestel is bruikbaar met klontvormende kattenbakvulling. Geschikt voor katten vanaf 1,5 kg of 4 maanden.



Kinlys Group

We vernemen dat de nieuwe productie tegen eind dit jaar volledig opgestart zal zijn. Er zullen tal van nieuwe mengelingen worden vervaardigd. Zo wordt het aanbod voor neerhofdieren uitgebreid met mengelingen voor herten en geiten. Voor kippen introduceert het bedrijf een zuivere granenmengeling met een mooie energiewaarde. Tot slot werd onder Benelux Nature een High Energy premiumstrooivoer voor tuinvogels uitgebracht.



Ruinemans Group

Ruinemans Group liet zien dat het meer aanbiedt dan alleen maar levende aquariumvissen. Zo werd ook uitgepakt met het ruime gamma hondensnacks van Landman Hoevelaken. Voorts konden dierenspecialisten het diepvriesvisvoer van Ruto en de aquariumplanten van Aquafloora waarnemen.



Visan Nederland

Bij de productie van Amanova, een nieuwe superpremiumvoeding voor honden en katten, wordt enkel vers vlees aangewend en geen vleesmeel, noch gedroogd vlees. Er wordt zowel droog- als natvoeding aangeboden. Binnen elke categorie zijn zowel graanvrije referenties als producten met een laag graangehalte verkrijgbaar.



Petsolutions

Deze Belgische onderneming deelde een stand met Animal Boulevard. Bij Petsolutions lag de focus op de lijn PlayScent van Jack & Vanilla. Deze omvat duurzaam en intens speelgoed dat de zintuigen van de hond prikkelt: zien, proeven, ruiken en voelen. Leverbaar in 3 smaken en kleuren: kip (geel), varken (rood) en rund (blauw). Bij Animal Boulevard ging de aandacht onder meer uit naar de nieuwe Perched Paws-krabpalen en de stijlvolle draagtassen Home & Away.



Tijssen Goed voor Dieren

Linda Circulair staat voor een litter die volledig geproduceerd is uit de reststromen van plantaardige producten. Daarmee is het GFT-geschikt, zorgt het dus voor minder restafval en lagere kosten. Alle grondstoffen/reststromen die worden gebruikt, komen uit Nederland en vereisen dus minimaal transport.



SCIENCE
Selective™

FOOD FOR LIFE.



We willen allemaal dat onze huisdieren lang en gelukkig leven, dus kies voor Selective, speciaal ontwikkeld ter ondersteuning van een gezonde spijsvertering en een gezonde dosis energie in elke levensfase.

- HOOG VEZELGEHALTE
- OMEGA 3 & 6
- ZONDER TOEGEVOEGDE SUIKERS
- NATUURLIJKE PREBIOTICA

SELECTIVE. VOORELKELEVENSFASE



supremepetfoods.com



KOM IN CONTACT MET ONZE FANS
@supremepetfoods

Scan to watch our video
and find out more



Supreme Petfoods voorziet konijnen en cavia's van voeding op maat in alle levens fases

Het erg specifieke spijsverteringsstelsel van konijnen en cavia's maakt dat een vezelrijke voeding essentieel is om hun gezondheid te ondersteunen. Nu we over steeds meer nutritionele kennis beschikken, worden we ons ervan bewust dat voeding afgestemd op de levensfase een positief effect heeft op het welzijn van konijnen en cavia's, dit vanaf de geboorte tot op hoge leeftijd.



De uitstekende start van het leven

Jonge konijnen en cavia's een voeding geven die de groei ondersteunt, helpt ze om hun leven op de beste manier te beginnen. Supreme's Science Selective Junior Rabbit en Science Selective Junior Guinea Pig, bevatten hogere eiwitgehalten en ondersteunen een optimale groei tot de leeftijd van 20 weken. Junior Rabbit is verrijkt met essentiële aminozuren, terwijl Junior Guinea Pig een verhoogd vitamine C-gehalte telt, waardoor deze tegemoet komt aan de behoefte van cavia's aan deze essentiële voedingsstof.

Optimale voeding

Vanaf de leeftijd van 20 weken moeten konijnen en cavia's overgeschakeld worden op een volwassen formule. Hierbij is het belangrijk dat elke overschakeling op een andere voeding geleidelijk gebeurt. Science Selective Adult Rabbit en Science Selective Adult Guinea Pig ondersteunen een optimale gezondheid van het gebit en de spijsvertering. Bovendien helpt het uitgebalanceerde caloriegehalte zonder toegevoegde suikers om overgewicht te voorkomen.

Senior-formules

Naarmate knaagdieren en konijnen ouder worden, veranderen hun voedingsbehoeften en nemen hun energiebehoeften af. Science Selective Four+ Rabbit voldoet aan de voedingsbehoeften van konijnen vanaf 4 jaar. Het hoge vezelgehalte ondersteunt de gezondheid van het gebit en de spijsvertering, terwijl het verlaagde eiwit- en energieniveau helpt om overgewicht te vermijden, waardoor het risico op aandoeningen zoals artritis afneemt.

Supreme's voeding voor levensfasen biedt van nature heerlijke, gezonde 'Food For Life'. Er zijn gratis stalen beschikbaar om huisdieren te helpen om hun ganse leven van optimale voeding te genieten.

Supreme Petfoods

Tel.: +31 306061200

info@supremepetfoods.nl

www.supremepetfoods.nl



GREAT. VALUE.



Als je klein bent, is elke hap belangrijk. Dat is waarom Tiny Friends Farm graag de meest waardevolle dingen in het leven biedt – zoals een heerlijke smaak en waardevolle voedingsstoffen. Dus u weet wat u moet doen voor deze geweldige kleintjes die bij elke hap meer van u zullen houden.

Tiny Friends Farm. Feed them happiness



supremepetfoods.com



KOM IN CONTACT MET ONZE FANS
@supremepetfoods

Scan to watch
our video and
find out more



“Levend groen wordt weer meer en meer het kloppend hart van tuincentra”



Dirk Ballekens

2023 loopt op zijn einde. Het ideale moment om te analyseren hoe het jaar voor de tuincentra verliep en na te gaan wat 2024 en de daaropvolgende jaren brengt. Daarvoor konden we bij niemand beter aankloppen dan Dirk Ballekens, directeur bij de Belgische Tuincentra Vereniging (BTV). Hij registreerde een jaar waarop de tuincentra al bij al tevreden kunnen terugkijken, al plaatst hij daar meteen een grote ‘maar’ bij. Voor de toekomst ziet hij kennis als dé troef bij uitstek voor tuincentra, maar waarschuwt hij ook voor de duurzaamheidsuitdaging en de steeds uitvoerigere wetgeving, die als een molensteen om de nek van tuincentrumuitbaters hangt.

Voorzichtig positief

“Met gemende gevoelens”, antwoordt Dirk Ballekens op de vraag hoe hij terugblijkt op het afgelopen jaar in de Belgische tuinretailbranche.

“Enerzijds verheugt het me dat we eindelijk terug in rustiger vaarwater zijn beland, nadat we achtereenvolgens met de coronapandemie, de oorlog in Oekraïne en de energiecrisis werden geconfronteerd. Bovendien hebben de meeste tuincentra commercieel gezien een positief jaar achter de rug: ze behaalden een gelijkaardig omzetniveau als in 2022 of kwamen daar zelfs een tikkeltje bovenuit. Anderzijds roepen die stabiele of licht toegenomen omzetcijfers zeker geen hoerastemming op. Daarvoor zijn helaas de uitbatingkosten van tuincentra te fors gestegen. Naast de hoge energieprijzen worstelen talloze uitbatingen met de automatische loonindexering: de personeelskosten zijn op nauwelijks 3 jaar met meer dan 20% opgelopen en dat weegt natuurlijk sterk op de rentabiliteit van de tuincentra. Dat brengt ons meteen bij de factor ‘inflatie’. Die duwde niet alleen de lonen, maar ook het prijsniveau de hoogte in. Daarom moeten we de omzetcijfers van 2023 met enige nuance bekijken: de positieve resultaten in waarde betekenen niet zomaar goed nieuws, want in sommige productgroepen camoufleren de prijsstijgingen een volumedaling. Dit maakt dat een ‘down-to-earth’-mentaliteit op zijn plaats is na de euforie van de coronajaren 2020 en 2021, die echt een godsgeschenk waren voor onze sector en ongeziene omzetten

en winsten meebrachten voor de Belgische tuincentra. Daarom is het beter om te vergelijken met de pre-coronajaren en dan zijn we genooddaakt om 2023 als een vrij neutraal jaar te bestempelen.”

Levend groen heeft wind in de zeilen

Voorts noteert Dirk Ballekens een duidelijke discrepantie tussen de verschillende productgroepen, die in een tuincentrum terug te vinden zijn.

“Levend groen, de corebusiness van een tuincentrum, scoorde heel erg goed het afgelopen jaar. Zeker het voorjaar was erg succesvol. In mei was er zelfs een tekort aan groenteplanten, zoals tomaat en paprika. Alleen de verkoop van buitenbomen en hagen bleef in het najaar wat onder de verwachting door het natte weer in oktober en november. Een heel ander verhaal noteerden we bij de productgroepen, die we onder de noemer ‘grote stukken’ kunnen catalogeren, zoals tuinmeubels, barbecues, luxedecoratie en potterierie. De weersomstandigheden waren niet ideaal, waardoor de consument weinig kon ontspannen of relaxen op zijn/haar terras. Dat had dan ook een duidelijke impact op de afzet van bovengenoemde referenties, die dan ook stroef verliep. Bovendien werden deze items in de coronaperiode massaal aangekocht en moeten we die hausse nu uitzweten. Vaak zijn het ook artikelen die niet jaarlijks worden aangeschaft, terwijl dat bij veel planten en éénjarigen wel het geval is. Dat maakt dat tuincentra voor het seizoen 2024 een behoedzaam aankoopbeleid voeren bij die zogenaamde ‘grote stukken’. Gedurende meer dan 30 jaar kozen tuincentra voor brancheverbreiding en werd het levend groen enigszins naar de achtergrond geduwd. Maar nu zijn we toch echt op een kantelpunt aanbeland en verschuift de focus toch weer voorzichtig naar planten en bloemen. We mogen deze evolutie zeker niet generaliseren, maar het is toch een opvallende tendens. Dat merkten we ook tijdens onze laatste BTV-reis toen we diverse Duitse tuincentra bezochten. Gartencenter Kremer uit Remscheid bijvoorbeeld besloot recent om bij een make-over van de zaak de barbecue-afdeling volledig stop te zetten en zich volledig op levend groen te richten.”

Verskil maken met kennis

Dirk Ballekens ziet nog een opvallende ontwikkeling: op het vlak van levend groen draagt de consument het fysieke verkooppunt weer meer op handen. Dit weerspiegelt zich in een lichte daling van de verkoop van bloemen en planten via e-commerce.

“De klant wil deze referenties voelen, zien en ruiken. Bovendien wil men echt over deze producten geïnformeerd worden en waar kan de consument daarvoor beter terecht dan bij de groenexpert



bij uitstek, namelijk de tuin- en plantencentra. Zij hebben uitvoerige kennis in huis en kunnen de tuinliefhebber adequaat adviseren en begeleiden in hun aankoopgedrag. Ook de klimaatverandering biedt tuin- en plantencentra talrijke opportuniteiten om hun expertise en knowhow uit te spelen. Duurzaamheidsinitiatieven van de Vlaamse overheid, bijvoorbeeld 'Wip een tegel', 'De Week van de Bij' of de 'Nationale Boomplantdag', doen (jonge) consumenten steeds meer nadenken over hoe ze de biodiversiteit in hun tuin kunnen stimuleren. De komende jaren zal de inrichting van onze tuinen door de klimaatopwarming grondig verschuiven. Het is aan onze tuin- en plantencentra om hen uitleg te verschaffen over hoe ze met diverse boomsoorten schaduwrijke plaatsen in de tuin kunnen creëren of welke planten resistent zijn tegen lange periodes van droogte. De aandacht voor de aspecten duurzaamheid en klimaat zal de komende jaren trouwens alleen maar toenemen. Het zal dus noodzakelijk zijn om het aanbod hierop af te stemmen."

Investeren in een duurzame infrastructuur

Sustainability biedt niet enkel kansen, maar schotelt tuincentra ook uitdagingen voor.

"De energetische omslag wordt voor tuincentra een essentieel aandachtspunt in de komende jaren. Ze zullen genooddacht worden om hun infrastructuur te verduurzamen, nu overheden steeds meer fossiele brandstoffen bannen. Nederland en Scandinavië tellen al diverse tuincentra die nagenoeg volledig klimaatneutraal opereren. In ons land moet er duidelijk nog een inhaalbeweging worden gerealiseerd. Er zal dus fors geïnvesteerd moeten worden in de installatie van warmtepompen, zonnepanelen, waterrecuperatie, extra isolerend glas en noem maar op. Dat kost uiteraard handen vol geld. Voor een kleinere minderheid van de tuincentra zal dit een sprong te ver blijken en die zullen langzamerhand uitdoven. Het zal vooral gaan om 3 soorten uitbatingen: zaken die extreem landelijk gelegen zijn en over een verouderd pand beschikken, winkels die geen

opvolging hebben en zonevreemde tuincentra. Anderzijds merken we ook een geleidelijke consolidatie op in de tuinretailbranche. Een duidelijk voorbeeld hier is de overname van de twee Pelckmansvestigingen en van Les Pieds dans l'Herbe (Jardinerie Delbard) uit Framerries door Oh'Green. Anderen versterken hun marktpositie dan weer door een extra filiaal te openen, zoals Tournesols dat nu ook een tuincentrum in Namen uitbaat", aldus Dirk Ballekens.

Wetgevende druk

Daarnaast stelt Dirk Ballekens vast dat de steeds striktere wetgeving het runnen van een tuincentra alsmaar complexer maakt.

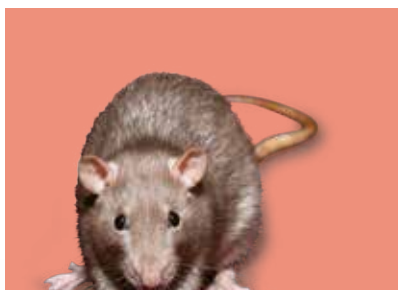
"Het is noodzakelijk om in te zetten op duurzaamheid en milieuvriendelijkheid voor het behoud van onze planeet. Maar voor tuincentra is het vaak geen evidentie om te schakelen en zo te voldoen aan de steeds groter wordende sneeuwbal aan milieuregels, die op hen af komt gedenderd. De laatste jaren hadden verschillende milieuwetgevingen al een serieuze impact op onze sector. Denk hierbij maar aan de reductie van het gamma bestrijdingsmiddelen, de druk op turf of het beheer van de afvalstromen. Of heel recent aan het verbod op bewust toegevoegde microplastics dat de Europese Commissie invoerde. Hierdoor werden losse glitters sinds 15 oktober jl. meteen verboden. Dit heeft een gigantische impact op de aanbieders van kerstmateriaal die niet geraadpleegd werden, maar nu wel in een ijlt tempo op zoek moeten naar alternatieven voor het seizoen 2024."

Personeel a.u.b.!

"Tot slot is en blijft de zoektocht naar geschikte medewerkers een heikel punt en dat zal gezien de sociodemografische ontwikkeling, waarbij onze bevolking steeds ouder wordt, niet snel veranderen. Gelukkig kunnen de tuincentra nog beroep doen op jobstudenten en flexijobs om bij te springen, maar zelfs dan nog wordt het een steeds nijpender probleem om de vacatures ingevuld te krijgen", besluit Dirk Ballekens.

FRAP®

**EEN COMPLEET ASSORTIMENT
VOOR DE DOELTREFFENDE EN
VEILIGE BESTRIJDING VAN
ONGEDIERTE !**



**EEN MUST IN
UW ASSORTIMENT!**



**De troeven van
FRAP op een rij:**

- Bewezen doeltreffendheid
- Snelle werking
- Aanbevolen door de pro's

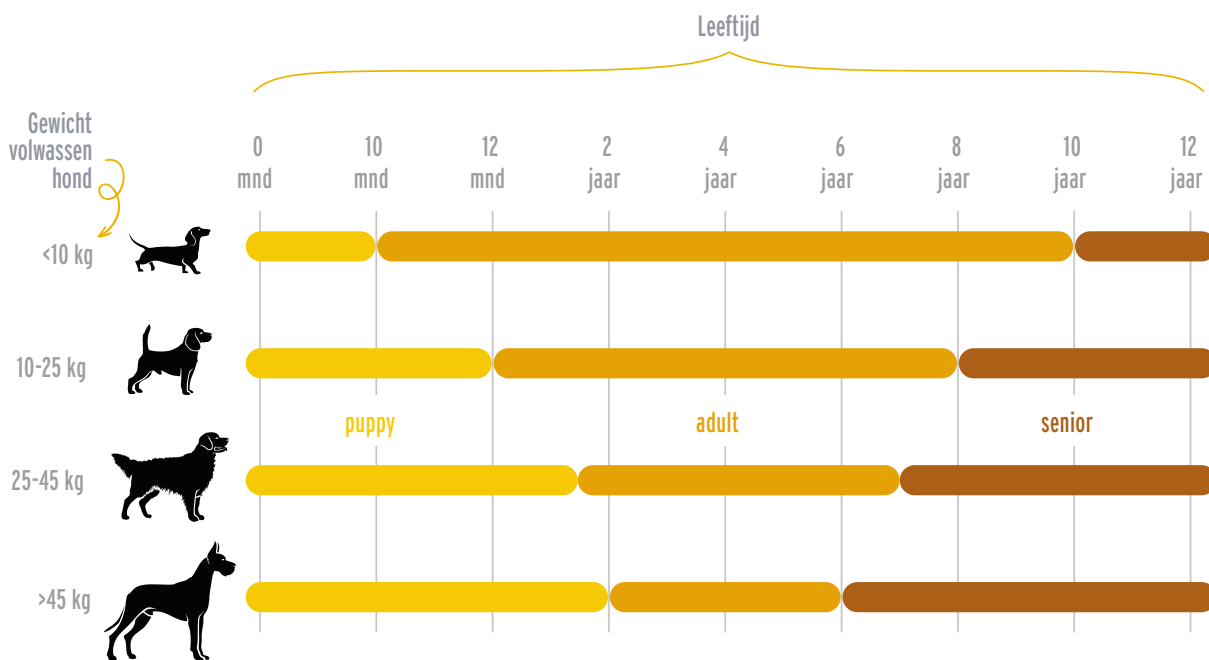


Bio Services International nv
Jagershoek 13 · B-8570 Vichte · T +32 56 77 24 34
info@bsi-products.com · www.bsi-frap.com



De vergrijzing bij honden: stoten de senior-honden binnenkort de puppy's van hun troon?

Veel dierspecialisten hebben op de winkelvloer bijzondere aandacht voor puppy's en pakken uit met een specifiek schap of zelfs een ganse corner voor de jongsten onder de honden. Opvallend, voor senior-honden is die verregaande focus er veel minder. Nochtans telt de wereldwijde hondenpopulatie veel meer seniors dan puppy's. Het Belgisch merk van kwalitatieve hondenvoeding EURO PREMIUM roept de dierspecialisten dan ook op om voeding en accessoires voor senior-honden duidelijk in the spotlights te plaatsen.



De levensfasen zijn afhankelijk van de grootte van je hond

Groeiende senior markt

Door de sterk verbeterde veterinaire zorg en de hogere kwaliteit van diervoeding is de levensverwachting van honden de laatste jaren sterk toegenomen. In de Verenigde Staten is de senior-markt in 2022 bijvoorbeeld van 42% naar 52% gestegen. De populaire puppy-markt daarentegen daalde van 13% naar 9%. Ook Conny Versendaal, Brand Manager bij EURO PREMIUM, is zich bewust van deze cijfers.

"Wanneer we deze cijfers op de Belgische markt projecteren, hebben we het over 1 miljoen senior-honden ten opzichte van 'slechts' 180.000 puppy's. Daarnaast kiezen mensen steeds vaker voor adoptie, wat resulteert in een daling van het aandeel puppy's binnen de totale populatie. Bovendien is een hond maar 1 jaartje puppy, terwijl de hond 3 tot 5 jaar lang als senior door het leven gaat. Deze data tonen een enorme opportuniteit en heel wat groeikansen voor producten die zich toespitsen op deze doelgroep."

Sensibilisering nodig

"Twee derde van de huisdiereigenaren – zo blijkt uit cijfers

van het Nationaal Huisdierpanel in opdracht van AniCura – weet niet op welke leeftijd ze een senior in huis hebben. Bovendien zien huisdiereigenaren hun hond niet als senior", stelt Conny Versendaal. "Ze zien wel dat hun viervoeter ouder wordt, maar het argument van 'hij is nog heel actief' komt vaak naar voren. Ze staan echter onvoldoende stil bij het niet te ontlopen, inwendige verouderingsproces, wat jammer is. Met aangepaste zorg en voeding kan je je hond niet alleen veel beter ondersteunen, maar ook zijn levenskwaliteit aanzienlijk verbeteren én verlengen."

Conny ziet een cruciale rol weggelegd voor dierenartsen, omdat zij preventief in plaats van curatief kunnen optreden bij seniors. "Dierenartsen kunnen de gezondheid borgen en mogelijke problemen tijdig opsporen met een senioren check-up. Helaas blijkt uit onderzoek dat mensen niet vaker naar de dierenarts gaan met hun senior-hond. Het is dan ook om die reden dat voedingsproducenten en dierspecialisten, net als de dierenartsen, een belangrijke taak hebben op vlak van sensibilisering."

Allereerst is er meer bewustwording nodig bij hondeneigenaren omtrent de leeftijd van de senior.

"Bij EURO PREMIUM bestempelen we een hond vanaf 8 jaar als senior. Zo houden we het eenvoudig voor de consument, ook al beseffen we maar al te goed dat kleinere honden pas senior zijn op 10 jaar en grotere honden al op 7 jaar. De grootste groep zijn honden van 10-25 kg: daar past de leeftijd van 8 jaar bij", aldus Conny. "Om ons steentje bij te dragen aan sensibilisatie, verschaffen we bij EURO PREMIUM ook een gratis gids voor baasjes van senior-honden, waarin verschillende onderwerpen over de zorg voor oudere viervoeters aan bod komen. Deze uitgebreide infogids is volledig gratis en eenvoudig via onze website te downloaden."

Speciale behoeftes

FEDIAF, de 'Federatie van de Europese petfoodindustrie', publiceerde een duidelijk advies omtrent de voeding van senior-honden. In dit rapport staat dat het eiwitpercentage voldoende hoog moet zijn, omdat seniors minder eten door hun vertraagd metabolisme. Ze hebben echter wel genoeg eiwitten nodig om het behoud van hun spieren en lichaamsconditie te garanderen.

Daarnaast zijn de vetten in senior-voeding ook erg belangrijk. De vetten moeten rijk zijn aan Omega-3 (vooral DHA), omdat ze een vitale rol spelen tijdens de werking van cognitieve functies. Bovendien versterken bepaalde mineralen en antioxidanten het immuunsysteem. "EURO PREMIUM volgt deze FEDIAF-adviezen en voegt ook nog

"Er is veel focus op puppy's, maar dan mis je een groot deel van de markt. De senior-markt zal nog verder groeien en daarom adviseer ik alle speciaalzaken om een assortiment aan senior-producten een prominent plaatsje op het schap te geven."

van EURO PREMIUM.

"Ik heb zelf al meermaals oudere honden in huis gehad. Ervoor kunnen zorgen dat ze genieten van een gezonde oude dag, geeft me bijzonder veel voldoening. In mijn professionele rol als Brand Manager wil ik er dan ook voor zorgen dat onze Senior-voeding naadloos aansluit op de gewijzigde voedingsbehoeften van seniors. Dat verdienen ze!"

Gezondheid en welzijn

Naast de dagdagelijkse voeding, zijn er ook heel wat opportuniteiten te vinden op vlak van functionele snacks, wet food en/of gezonde supplementen voor seniors. Conny beaamt dit ten volle en voegt er het volgende aan toe: "Ook accessoires kunnen een mooie aanvulling zijn. Er bestaan namelijk al heel wat accessoires op de markt, zoals loopplanken, orthopedische bedden, snuffelmattjes, brain trainers, hondenbuggies en fietskarren, die de fysieke en mentale gezondheid van je senior-hond ondersteunen."

glucosamine, chondroïtine en collageen toe aan de senior-voeding voor een goede mobiliteit", aldus Conny Versendaal. "Samen met prebiotica en beta-glucanen om de spijsvertering van seniors gezond te houden en optimaal te laten functioneren."

Conny Versendaal is niet alleen Brand Manager EURO PREMIUM, maar heeft ook zélf een viervoeter in huis. Haar voorliefde voor honden en haar bewuste focus op gezondheid en welzijn, staan centraal in het volledige assortiment



Chicken & Rice / Lamb & Rice
Verkrijgbaar in 3kg en 12kg

- ✓ **Collageen, glucosamine & chondroïtine**
Gezond bewegen
- ✓ **Omega 3, EPA & DHA**
Cognitieve functies
- ✓ **Vitamine C&E**
Sterke immuniteit
- ✓ **Prebiotica, FOS & MOS**
Gezonde spijsvertering
- ✓ **Minder calorieën**
Tegen overgewicht
- ✓ **L-carnitine**
Stimuleert vetverbranding

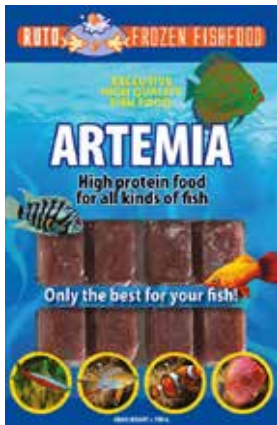


DOWNLOAD HIER
ONZE
SENIOR GIDS



EURO PREMIUM
DOG FOOD
the joy of good food

De verkoop van diepvriesvoer voor aquariumvissen vraagt voldoende knowhow



Doc.: Ruinemans

Voor een doorsnee dierenspecialzaak volstaat het niet om zomaar een diepvriezer met diepvriesvoeding voor aquariumvissen op de winkelvloer te plaatsen. Een grondige toelichting van het product is noodzakelijk om enerzijds (beginnende) aquariumliefhebbers voor dit voedingstype te doen opteren en anderzijds om personen die het reeds gebruiken er op te wijzen dat er meer is dan de klassiekers rode muggenlarven en artemia. Om die uitleg te verschaffen, is een goede kennis van diepvriesvoeding en de nutritionele noden van de voornaamste aquariumvissen aangewezen. Alleen is er op dat vlak nog ruimte voor verbetering volgens de spelers in deze productcategorie.

Talrijke troeven

Volgens de fabrikanten zijn er diverse redenen waarom een gamma diepvriesvoer voor aquariumvissen een duidelijke meerwaarde voor een dierenspecialzaak vormt en dus niet mag ontbreken in het aanbod. In de eerste

plaats sluit diepvriesvoer heel nauw aan op het natuurlijke dieet van

aquariumvissen. In hun authentieke biotoop in het wild voederen vissen zich met planten, dood materiaal, andere visjes, insecten, garnalen en dergelijke. Die bestaan allemaal voor ruim 85 à 90% uit water en voor 10 à 15% uit droge stof. Ook bij diepvriesvoeding is dit het geval. Bij droogvoer constateren we net het omgekeerde: tijdens het droogproces wordt het leeuwendeel van het vocht geëlimineerd, waardoor bijvoorbeeld flakes of pellets vaak 92% droge stof bevat. Dit maakt dat droogvoer veel geconcentreerder is. Hierdoor is diepvriesvoeding veel makkelijker te verteren in vergelijking met droogvoeding.

Daarnaast zijn ingevroren muggenlarven, artemia of krill ook visueel aantrekkelijker voor een aquariumvis dan een flake of pellets. Een derde reden is dat de voedingswaarde van diepvriesvoer in de buurt komt van die van levend of vers voer. Het productieproces heeft immers weinig impact op de voedingsstoffen: hoogwaardige diepgevroren referenties vertrekken van heel verse ingrediënten die op lage temperatuur en in principe snel ingevroren worden. Bij droogvoeding ondergaan de grondstoffen – sommige producenten gebruiken ingrediënten die reeds geprocesseerd zijn – meerdere bewerkingen onder druk en hitte, waardoor de kwaliteit van de nutriënten sneller daalt. Tot slot is diepvriesvoer ook commercieel interessant: door de minder sterke concentratie, eten vissen een groter volume diepvriesvoer in vergelijking met de geconcentreerde droogvoeding. Hierdoor kunnen aquarianen meerdere keren per dag – wat hun hobby boeiend maakt – diepvriesvoer geven aan hun vissen, waardoor deze referenties een hoge rotatiesnelheid kennen.

Afwisseling (met droogvoer) cruciaal

Een diepvriesvoeding bestaande uit een enkelvoudig ingrediënt mag wel niet beschouwd worden als een compleet dieet. Vaak zijn deze rijk aan specifieke voedingsstoffen, maar ontbreken ze of zijn ze arm aan bepaalde andere nutriënten. Wanneer er eentonig steeds dezelfde referentie wordt gevoerd, kunnen er bijvoorbeeld tekorten aan bepaalde voedingsstoffen ontstaan en komt de gezondheid van de aquariumvis – zeker zeewaterwissen – in gevaar. Daarom is het essentieel om de aquariaan te wijzen op het belang van voldoende variatie op het vlak van diepgevroren enkelvoudige ingrediënten. Tevens kan er geopteerd worden voor een diepgevroren mix, die verschillende ingrediënten bevat waardoor die al beter geschikt is als compleet dieet. Daarnaast is de combinatie met droogvoer zeker een aanrader. Een significant voordeel van

droogvoeding is dat deze specifiek geformuleerd kan worden, waardoor bijvoorbeeld het aminozuurpatroon afgestemd wordt op de groei van de vissen of de juiste hoeveelheid vitamines en soorten vetten aan het product wordt toegevoegd, net als carotenen en immunostimulanten om de vissen op kleur te houden en hun immuunsysteem geactiveerd te houden. Door de afwisseling van droog- en diepvriesvoer wordt de kans op nutritionele tekorten uitgesloten.

Zorg voor voldoende knowhow

Variatie bij diepvriesvoer is dus essentieel. Een mooi basisassortiment omvat artemia, rode muggenlarven, zwarte muggenlarven, witte muggenlarven, tubifex, turtle food, daphnia, tropical quintet, tropical mix en een veggie-variant. Alleen geven de producenten en leveranciers aan dat er op de winkelvloer nog te dikwijls gefocust wordt op de klassiekers artemia en rode muggenlarven. Deze zijn voor een breed scala aquariumvissen geschikt, maar soms biedt een andere referentie een betere oplossing, zeker in combinatie met de alom vertegenwoordigde klassiekers. Jammer genoeg is er vaak onvoldoende kennis over de voedingsbehoeftes van de verschillende soorten aquariumvissen. Voederkaarten op de deur of de zijkant van de diepvriezer, waarbij aangegeven wordt welke aangeboden referenties geschikt zijn voor de voornaamste visgroepen, zoals herbivoren, omnivoren, carnivoren, bodemvissen, discussen of cichliden, vormen zeker een meerwaarde. De websites van de voederfabrikanten geven vaak ook nuttige informatie over welke voeders het best geschikt zijn voor de verschillende vissoorten. Maar een goede begeleiding van de klant in zijn/haar keuze en grondig advies op de winkelvloer zijn echter een must om een goede omzet te genereren. Fabrikanten en leveranciers geven aan dat sommige dierenspecialzaken over weinig (basis)kennis beschikken omtrent diepvriesvoeding. Daarom onderstrepen zij het belang van opleidingen voor de winkelmedewerkers, zodat die de aquarianen een correct diepvriesvoer kunnen aanbevelen. Verder is het volgens de spelers in deze productcategorie noodzakelijk dat dierenspecialzaken de consument attent maken op hun aanbod diepvriesvoer. Talloze (beginnende) aquariumliefhebbers zijn niet vertrouwd met het product en grijpen daarom naar droogvoer. Ook gebruiksgemak is een factor waarom er voor laatstgenoemde voeding wordt gekozen. Tegenwoordig proberen veel aquarianen bij de inrichting van hun aquarium de natuurlijke biotoop van de vissen na te bootsen, bijvoorbeeld op het vlak van waterkwaliteit, diepte, beplanting, houtsoorten, lichtsterkte of dergelijke. Zoals reeds aangegeven, leunt diepvriesvoer het dichtst aan bij verse of levende voeding. Fabrikanten en leveranciers van diepvriesvoeding geven dan ook aan om de klant duidelijk op dit aspect te wijzen, waarbij tevens het belang van variatie wordt benadrukt (zoals hierboven reeds vermeld).



Doc.: PFA-Trade

Kwaliteit checken

Ook bij diepvriesvoeding is het voor een dierspecialzaak cruciaal om in te zetten op hoogwaardige producten. Deze bevorderen immers het welzijn en de gezondheid van de aquariumvissen. De kwaliteit van het diepvriesvoer wordt enerzijds bepaald door de hoogwaardigheid van het product zelf: hun grootte, hun voedingswaarde en dergelijke. Daarnaast heeft het productieproces een doorslaggevende invloed op de kwaliteit. In de eerste plaats is het noodzakelijk dat muggenlarven, artemia, daphnia of dergelijke grondig gespoeld worden, vooraleer ze worden ingevroren. Daarnaast is het primordiaal dat het product in kwestie zo vers mogelijk wordt ingevroren. Bovendien is het belangrijk dat het invriezen zo snel mogelijk gebeurt bij zo laag mogelijke temperatuur. Hoe trager er wordt ingevroren, hoe groter de vrieskristallen zullen zijn. Omvangrijke vrieskristallen verhogen de kans dat cellen scheuren bij het ontdooien en dat is nefast voor de kwaliteit van het voeder. Ook de

hoeveelheid toegevoegd water beïnvloedt het kwaliteitsniveau: hoe geringer dat volume, hoe beter natuurlijk en hoe meer vissen de aquariaan kan voederen met een blokje voer.

Zowel dierspecialzaken als consumenten kunnen de kwaliteit van de diepvriesvoeding op 3 eenvoudige manieren nagaan. Bij hoogwaardige referenties is de oorspronkelijke vorm van het ingevroren product na het ontdooien nog makkelijk te herkennen. Daarnaast vormt het water een duidelijke kwaliteitsindicator bij het ontdooien van een blokje diepvriesvoer: hoe helderder het water blijft, hoe beter de kwaliteit van de voeding. Kijk tot slot na het ontdooien hoeveel water er uit het blokje gelopen is: een hoogwaardig product focust op de hoeveelheid voedseldieren, het gebruikte volume water wordt tot een minimum beperkt.

Met dank aan Ward Brijs (Ocean Nutrition), Jonas Vergauwen en Remco Putteman (PFA-Trade) en Frank de Goey (Ruinemans).

Passion for Animals

PFA-Trade bv

ÉÉN GROOTHANDEL VOOR ALLES WAT LEEFT

- Vissen, knaagdieren, konijnen, vogels, reptielen, amfibieën
- Visvoer, kattengras, waterplanten
- Aquatisch levend voer, insecten
- en nog tal van kwalitatieve materialen

MET TAL VAN TROEVEN VOOR U ALS WINKEL

- Één adres, één franco, één aanspreekpunt
- Levering met eigen geconditioneerd transport
- 100% Belgisch bedrijf en enkel B2B

Bezoek ons op ANIDO: stand 539

http://www.pfa-trade.be - info@pfa-trade.be - +32 3 298 28 70

Scan me

Flamingo Pet Products neemt intrek in nieuw bedrijfspand

Begin november 2023 nam groothandel in dierenbenodigdheden Flamingo Pet Products een gloednieuw kantoor en magazijn op de Lammerdries te Olen in gebruik. Het opmerkelijke pand op een site van 56.000 m² wordt een bloeiende hub voor innovatie, groei en samenwerking. Dat de band tussen huisdieren en hun baasjes uniek is, hebben ze bij Flamingo Pet Products begrepen.

Ruime ervaring in petcare

Al meer dan 50 jaar heeft Flamingo alles in huis om beestjes en hun baasjes dicht bij elkaar te brengen. Op vandaag levert de firma circa 8.500 accessoires en snacks voor hond, kat, knaagdier, vogel, kip, vis of reptiel aan groothandels, dierenspeciaalzaken, supermarkten, tuincentra, doe-het-zelfzaken, trimmers,... in meer dan 65 landen. Flamingo werd in 1972 als vogelhandelaar opgericht. In 1980 maakte het bedrijf de overstap naar vogelaccessoires. Nog 5 jaar later werd het assortiment geleidelijk aan uitgebreid naar andere diergroepen, zoals honden en katten. In 1993 nam Erwin Van Tendeloo Flamingo over van zijn vader en werden de exportactiviteiten opgestart. Sindsdien groeide het bedrijf gestaag en barstte de site in Geel uit zijn voegen. De intrek in een nieuw, groter gebouw kon dus niet uitblijven.



Imposante site

Het nieuwe pand in Olen omvat een indrukwekkend magazijn van 33.500 m², een mezzanine van 6.300 m² en 4.600 m² aan kantoorruimte, verdeeld over 4 niveaus. Daarnaast beschikt Flamingo over een palletruimte van circa 62.000 plaatsen (gestapeld op 6 niveaus) om een vlotte logistieke werking te garanderen. In het magazijn zijn 65 pickingvoertuigen actief in 42 pickingrayons. Dagelijks worden circa 10.000 pickinglijnen verwerkt. Om de efficiëntie te optimaliseren, telt het pand 35 laad- en losdocks en 3 sectionale poorten voor een naadloze in- en uitstroom van producten. Dit alles maakt dat de onderneming goederen in de Benelux, Frankrijk, Duitsland en Italië kan verzenden binnen de 24u na bestelling. Een blikvanger in de mezzanine is de showroom van ruim 1.740 m², die het Flamingo-gamma van ruim 8.500 producten tastbaar maakt. Gemiddeld worden er trouwens 100 nieuwigheden per maand geïntroduceerd.

Opvallend bij het nieuwe gebouw zijn de grijze elementen in de buitengevel, die roze kleuren wanneer er zonlicht op schijnt. Het betreft een knipoog van de architect naar de levenscyclus van de flamingo: die wordt immers grijs geboren, maar evolueert later naar wit en met de tijd zelfs roze (door hun voedingspatroon).



Aandacht voor duurzaamheid

Sustainability staat bij Flamingo Pet Products hoog op de agenda, nu en in de toekomst. De onderneming stelde dit jaar een eerste duurzaamheidsrapport op en een opvolger is inmiddels in de maak. In lijn met de duurzaamheidsambitie van Flamingo Pet Products werd het dak van het pand voorzien van maar liefst 5.500 zonnepanelen. Dit stelt het bedrijf in staat een stap te zetten richting een groenere toekomst. Daarnaast werden 28 elektrische laadpalen geïnstalleerd.



Flamingo Pet Products valt in de prijzen

Tijdens de uitreiking van de Belgische E-commerce Awards 2023 werd Flamingo Pet Products bekroond met een prijs voor de beste B2B-webshop van België. Sinds februari 2022 kunnen professionele klanten naar hartenlust bestellen via een fonkelnieuwe, gebruiksvriendelijke B2B-webshop. Deze vormt een verlengde van de dienstverlening van het bedrijf. Vergeleken met andere B2B-webshops onderscheidt die van Flamingo Pet Products zich onder andere door de schat aan productinformatie, de handige B2B-features, de meertalige ondersteuning en de wereldwijde klantenboarding. In de eerste helft van 2023 kende de totale webshopomzet een stijging van 62% ten opzichte van dezelfde periode in 2022. Dit zorgde voor een stijging van het webshopaandeel in de totale omzet: van 6,14% naar 8,08%. Ook het aantal registraties op de webshop verdubbelde in de eerste helft van 2023 tegenover 2022.



Een gloednieuwe showroom van 1740 m²
gevuld met 8500 producten
voor je huisdierafdeling!



Plan je bezoek aan
onze showroom via
info@flamingo.be
+32(0)14 24 21 00
flamingo.be

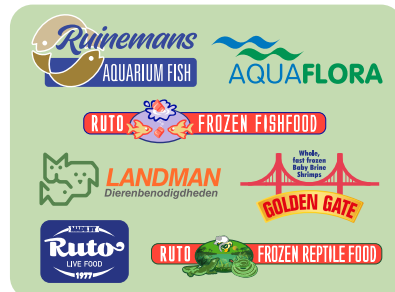
Ruinemans Group uw totaal leverancier!

Het grootste assortiment
zoetwatervissen.
Ruim 1 miljoen vissen in voorraad.

Ruim assortiment **honden**
kauwsnacks plus presentatie.
Diverse merken diepvriesvoer.
Levend voer voor vissen, reptielen
en amfibieën.
Royaal aanbod **aquariumplanten**.

24/7 online bestellen,
één leverancier, één factuur,
altijd gemak en kwaliteit.

Onze **eigen chauffeurs** bezorgen
wekelijks met verwarmde
bestelauto's.



Meer weten? Neem contact met ons op.

Ruinemans Group

SUPPLIER OF LIVE ORNAMENTAL FISH & ANIMAL- FOOD AND SUPPLIES

info@ruinemansgroup.com | ruinemansgroup.com



I ♥
HAPPY
CATS



Ontworpen met kattengedragstherapeut

Anneleen Bru



Een unieke & exclusieve collectie

De nieuwe collectie
van D&D HOME
in samenwerking met
"I ♥ Happy Cats"
is het resultaat van een
lang gekoesterde wens
om te innoveren en te
verrassen met het gedrag
en geluk van de kat
als centraal thema.



WAAROM JIJ
ERVAN ZULT



VIDEO
AFSPELEN

www.ddhome.nl

Heb je interesse om onze passie
voor D&D HOME | I ♥ Happy Cats
te delen en zou je graag betrokken willen
zijn bij deze succesvolle collectie?
Neem dan zeker contact op met ons via

www.laroygroup.com



Etaleer uw kennis bij de verkoop van voeding voor tuinvogels

De coronaperiode zorgde ervoor dat de consument zijn tuin herontdekte. Er wordt meer dan ooit tijd in de tuin gespendeerd. Vanuit de gedachte om zijn/haar steentje bij te dragen in de strijd tegen de klimaatopwarming, gaat de tuinliefhebber bovendien op zoek naar manieren om de biodiversiteit in zijn/haar groene oase te stimuleren en om tuindieren, zoals vogels, aan te trekken. Het plaatsen, strooien of ophangen van voeding voor tuinvogels levert zeker resultaat op en zorgt dat mensen volop kunnen genieten van het gefladder en gefluit van deze dieren. Een breed en gevarieerd assortiment voeding voor tuinvogels is dan ook een (commercieel) interessante productcategorie voor dierspecialisten en tuincentra. Omdat de consument kennis ontbreekt over deze producten is degelijk aankoopadvies zeker op zijn plaats.

Rotatie het ganse jaar door

Voeding voor tuinvogels is en blijft een wezenlijke omzetgenerator in veel dierspecialisten en tuincentra. De klant vindt het immers leuk als er leven en activiteit in de tuin zit en koopt bovengenoemde artikelen dan ook met plezier. Voor de winkelier is het dan ook een waardevolle categorie. Bovendien hangt aan diverse referenties een mooie marge vast, al mogen we zeker niet veralgemenen. De aankoop van vetbollen en ongezoeten pindanoten bijvoorbeeld is erg prijsgevoelig, waardoor de marges hier vaak geringer zijn. Het laatste decennium constateren we wel dat voeding voor buitenvogels niet langer een seizoenproduct is. Waar deze referenties vroeger hoofdzakelijk in de wintermaanden werden aangeschaft, gebeurt dit tegenwoordig het ganse jaar door. Daar zijn twee goede redenen voor. Enerzijds is er het feit dat de tuin een steeds centralere rol inneemt in het leven van de consument. Anderzijds is het besef bij de consument gegroeid dat tuinvogels ook doorheen het jaar extra energie kunnen gebruiken, bijvoorbeeld wanneer ze nesten bouwen, hun jongen moeten voederen, tijdens de rui of als ze zich klaarmaken voor de trek naar het zuiden. Deze evolutie betekent goed nieuws voor de dierspecialisten en tuincentra. Concurrerende verkoopkanalen, bijvoorbeeld supermarkten en dhz-centra, beschouwen voeding voor tuinvogels nog steeds als een seizoenproduct en concentreren hun verkoop voornamelijk in de wintermaanden. Dit biedt de mogelijkheid om gedurende het jaar loyale kopers van deze artikelen op te bouwen, waardoor u minder gevoelig bent voor de (prijs)acties van supermarkten en dergelijke.

Trends

In eerste instantie noteren we een toegenomen aandacht voor duurzaamheid. Dit onder meer door de toepassing van gerecycleerde/recycleerbare verpakkingsmaterialen, herbruikbare netjes bij de vetbollen of zelfs mezenbollen zonder

netje, de opkomst van alternatieven voor rundsvet, enzovoort. Verder vernemen we van sommige fabrikanten/leveranciers dat er een toegenomen belangstelling is voor premiumartikelen. Hoe beter de kwaliteit van de voeding, hoe meer tuinvogels terugkeren om ervan te eten. All season-mengelingen zijn dan weer erg gegeerd omwille van het gebruiksgemak: de klant kan ze immers probleemloos het complete jaar door voederen. Ook het conveniencegehalte van nomess-mengelingen spreekt aan door het hoge conveniencegehalte: dankzij de schaalvrije ingrediënten blijven er geen resten liggen in de tuin of op het terras. In het segment pindakaas voor tuinvogels gaat de tuinliefhebber, die het ganse jaar door voeding aanbiedt, vooral op zoek naar varianten die niet smelten in de zon.

Voldoende advies verstrekken

De meeste consumenten die voeding voor buitenvogels kopen laten zich leiden door factoren zoals prijs, kwaliteit, de visuele aantrekkingskracht van het product of de mooie uitstraling van de verpakking. In het algemeen zijn ze niet op de hoogte over de voedingsbehoeften of -voorkeuren van de vogels die hun tuin bezoeken of erin wonen. Daarom is het noodzakelijk



Doc.: Gebr. de Boon



Doc.: Vanrobaeys

om de klant hierover duidelijk te informeren, want door het voorschotelen van het juiste voer en voldoende variatie zal men ongetwijfeld meer vogels aantrekken. Om u en uw medewerkers alvast op weg te helpen, schetsen we hieronder wat de voornaamste tuinvogels eten.



Doc.: Jaap Koopman For Pets



Doc.: Versele-Laga

- **Fruit en bessen:** deze zijn erg geliefd bij eksters, kauwen, koperwieken, merels, roodborstjes, spreeuwen, zanglijsters en zwarte kraaien.
- **Insecten:** hier gaan onder meer heggenmussen, roodborstjes en heggenmussen naar op zoek.
- **Ongezoeten pinda's en noten:** deze staan op het menu bij onder andere boomklevers, mezen en spechten.
- **Vetbollen:** die hangt de tuinliefhebber het best op wanneer er boomklevers, gaaien, mezen en spechten in de tuin vertoeven.
- **Vogelpindakaas:** een lekkernij voor onder meer mezen, merels en vinken.
- **Zaad- en graanmengelingen:** deze vallen voornamelijk in de smaak bij groenlingen, mezen, mussen, sijen en vinken.
- **Zonnebloempitten:** vooral boomklevers, groenlingen, mezen, mussen, sijen, spechten en vinken zijn er echter dol op.

Niet alleen is het belangrijk om de verschillende soorten tuinvogels de juiste voeding te geven. Ook de manier waarop de voeding wordt aangeboden, speelt een rol. Het is dus noodzakelijk om de consument hierop te wijzen. Veel vogels zoeken immers van nature hun voedsel op de grond. Dit is onder meer het geval voor mussen, merels, roodborstjes en spreeuwen. Mezen komen dan weer eerder af op voeding die op een voedertafel ligt of in een boom/struik hangt. Wijs katteneigenaars er trouwens op dat ze buitenvogels best voederen op een plaats, waar de kat niet bij kan. Adviseer de consumenten om niet teveel voeding in één keer te geven. Resten kunnen immers ongedierte aantrekken. Geef hen tot slot nog mee dat het ideale tijdstip om te voederen 's ochtends of de late namiddag is. Heel wat leveranciers verstrekken POS-materiaal ter beschikking, die de klanten helpen informeren en begeleiden in de aankoopkeuze, zoals infocharts en informatieborden. Maak er zeker gebruik van. Ze zullen ervoor zorgen dat de klant

snel en efficiënt het gewenste product vindt en dus de winkelvaring bevorderen. POS-materiaal om de verkoop te ondersteunen, zoals displays en wobblers, wordt uiteraard ook aangeboden.

Sfeerschepping

Naast adviesverstrekking is een overzichtelijke winkelpresentatie essentieel in deze productcategorie. Zorg dat de consument snel en eenvoudig de gewenste referentie terugvindt in het schap. Een duidelijke opdeling van het schap volgens producttype of vogelsoort helpt op dat vlak. Hou er ook rekening mee om het assortiment aan te passen naargelang het seizoen. Vetrijke en hoogenergetische voeding zijn vooral in de herfst en de winter belangrijk. Referenties met een laag energiegehalte presenteert u het best in de lente en de zomer. Creëer voorts voldoende beleving in dit schap. Dit maakt niet alleen het winkelen aangenamer, maar trekt tevens de aandacht van het cliënteel. Foto's van levensechte tuintaferelen met buitenvogels in de hoofdrol bevorderen de visuele aantrekkelijkheid van het schap. Ook geluiden van fluitende tuinvogels scheppen een aangename atmosfeer. Op dat vlak reiken sommige leveranciers trouwens ook ondersteuning aan.

Benut verder de cross-sellingmogelijkheden om de omzet te bevorderen. Flankeer de voeding met bijpassende producten: denk hierbij niet alleen aan voederhuizen en -stations, zaadilo's, pindakaaspothouders of waterschalen, maar ook aan insectenhôtels en voeding/accessoires voor andere tuindieren, zoals egels, eekhoorns, vlinders of vleermuizen. Tijdens piekperiodes, zoals de wintermaanden, zijn second placements interessant om de rotatie te stimuleren. Opstellingen in de buurt van de kassa's zullen ongetwijfeld leiden tot extra impulsaankopen.



Doc.: Kinlys Group



Doc.: Wielink Dierbenodigdheden



Doc.: Vadigran

Met de kwalitatieve merken van ASP Pet, Care & Love maakt u het verschil!



Bij ASP Pet, Care & Love, een bedrijf dat trots draait op familiewaarden, begrijpen we de verantwoordelijkheid die komt kijken bij het aanbieden van producten voor huisdieren in zowel de retail- als dierenartsensector. Dat maakt de onderneming niet alleen de geschikte leverancier: dankzij hun expertise en betrouwbaarheid onderscheiden ze zich als uw ideale partner. Van specifiek afgestemde voeding voor diverse diersoorten tot innovatieve accessoires en oplossingen, staat ASP Pet, Care & Love klaar om u te ondersteunen met een assortiment hoogwaardige merken, zoals M-Pets, Curli, Schesir, CaroCroc en Intersand, zodat ook u het allerbeste kan aanbieden aan uw klanten.

M-Pets

Het gamma van M-Pets is vooruitstrevend en functioneel en biedt producten, die zowel functioneel als esthetisch aantrekkelijk zijn. Hun assortiment, gaande van slim ontworpen, interactieve speeltjes tot comfortabele bedden en accessoires, vormt een uitstekende toevoeging aan uw productgamma.

Curli

De Curli-harnassen zijn doordacht ontworpen en staan bekend om hun uitstekende kwaliteit en dito comfort. Een van de kenmerkende eigenschappen is het gebruik van ademende materialen, die zorgen voor optimale ventilatie voor de viervoeter tijdens wandelingen. Daarnaast zorgen verstelbare bandjes voor een perfecte pasvorm, terwijl reflecterende elementen de veiligheid van de hond in het donker waarborgen. Daarnaast biedt het merk een scala aan kleuren en stijl. Dit alles maakt Curli een essentieel merk voor elke winkel, die zich richt op hondenbenodigdheden.

Intersand

De kattenbakvullingen van Intersand staan aan de absolute top, wanneer het draait om hygiëne en gebruiksgemak. Van de Classic-reeks tot de Odourlock-formule, Intersand heeft sowieso een oplossing die past bij de persoonlijkheid van elke kat en de levensstijl van elk huishouden. De kattenbakvullingen zijn erg onderhoudsvriendelijk en zorgen voor een schone, geurvrije huisomgeving.

Nieuw in het gamma van Intersand is het Odourlock maxCare-kattenbakstrooisel. Dit komt met gepatenteerde BlüCare-granules, die blauw kleuren wanneer ze in contact komen met bloed of glucose in de urine van de kat. Hierdoor kunnen mogelijke aandoeningen aan de urinewegen of bv. diabetes vanaf de eerste dag worden ontdekt.

Schesir

Met hun nieuwe After Dark-lijn keert Schesir terug naar de oorsprong van de kat als roofdier en naar haar natuurlijke instincten. Het After Dark-gamma is een op vlees gebaseerde voeding met voedingsrijke organen, zoals hart en lever, die de kat ook in het wild zou aantreffen. Alle producten zijn

samengesteld met hoogwaardige ingrediënten en zijn vrij van kunstmatige toevoegingen, zodat katten alleen het allerbeste krijgen voorgeschoteld.

CaroCroc

Viervoeters hebben net als mensen energie nodig om te kunnen dollen, spelen en zelfs rusten, want ook in ruststand verbruikt het lichaam energie. CaroCroc richt zich met hun droogvoeding voor zowel honden als katten op de dagelijkse bezigheden en lichamelijke gesteldheid en stemt de energie in hun brokken af op deze behoeften. Iedere CaroCroc-brok bevat een uniek eiwit- en vetgehalte. Bovendien is deze gemaakt van 100% natuurlijke grondstoffen, waar een gebalanceerde hoeveelheid vitaminen en mineralen aan toegevoegd wordt.

Duurzaam partnerschap

Bij ASP krijgt u als partner toegang tot een assortiment van exclusieve producten waarmee u niet alleen uw aanbod kan verbreden, maar ook uw positie op de markt kan versterken.



De onderneming streeft naar langdurige partnerschappen met retailers, dierenartsen, kwekers en pensions door een overzichtelijk en onderscheidend gamma aan te bieden. ASP ondersteunt u niet alleen met advies over de producten, maar biedt ook een uitgebreide kennis en de beste (na)service aan. Neem vandaag nog contact met ASP op en ontdek hoe u samen met hen de beste zorg voor dieren kan waarborgen!

ASP Pet, Care & Love

Welvaartstraat 14/2

2200 Herentals

Tel.: +32(0)15 681296

info@asp-pets.be - www.asp-pets.be

Dit zijn de 5 consumententrends voor 2024

De consument gaat op zoek naar plezierige momenten om zijn zorgen te vergeten.

Nu 2023 stilaan op zijn laatste voeten loopt, is het tijd om vooruit te blikken naar 2024. Pet & Garden Pro klopte aan bij de gerenommeerde marktonderzoekbureaus Mintel en Euromonitor en ging na wat zij als de voornaamste consumententrends voor 2024 zien. Volgend jaar staat in het teken van Greenwashed Out, Value Hackers, Relationship Renaissance, Delightful Distractions en Being Human.

Greenwashed Out

Consumenten beseffen meer en meer dat ze de klimaatcrisis niet alleen kunnen aanpakken. Ze hebben stappen ondernomen om duurzaam te leven, maar vragen zich ook af of bedrijven en overheden alle mogelijke middelen inzetten om echt een verschil te maken. Mensen zijn dan ook Greenwashed Out. Ze weten dat hun milieuvriendelijke keuzes tot op zekere hoogte helpen, maar echte verandering moet een collectieve inspanning zijn. Daarom leggen de consumenten de verantwoordelijkheid dus weer bij bedrijven. Alle ondernemingen moeten verantwoordelijkheid nemen voor hun CO₂-voetafdruk. Bedrijven moeten dan ook strategische partnerships in hun toeleveringsketen sluiten om de koolstofvoetafdruk te verminderen en de circulaire economie te omarmen. Tevens is het noodzakelijk dat ze hun positieve impact bewijzen. Communiceer hieromtrent open en onderbouw beweringen met tastbaar bewijs. Zo helpt u de klant de impact van uw maatregelen beter te begrijpen. Vermeld bij een product dat vervaardigd van recyclebare materialen op de verpakking hoeveel afval er bespaard zal worden. Op die manier beseft de consument beter dat de aankoop van het product in kwestie echt een verschil maakt. Duurzame producten zijn vaak duurder geprijsd, iets waar de consument niet altijd begrip voor heeft. Herinvesteer daarom inkomsten en winsten om artikelen te vervaardigen die sustainability en betaalbaarheid combineren.

Delightful Distractions

Constant crisis, dat gevoel hadden de meeste mensen de afgelopen jaren door de economische onzekerheid, de politieke onrust en de klimaatrampen. Al die negatieve geluiden eisten een mentale tol. Nu willen mensen dagelijks een dosis blijdschap en vreugde om hun wereld op te fleuren. Plezierige afleidingen zijn momenten die positieve gevoelens oproepen, zodat de consument even zijn zorgen kan vergeten. Denk aan: opwindend, hartverwarmend of speels. Kleine (onverwachte) verrassingen of kleine, leuke diensten kunnen tot op zekere hoogte aan deze vraag voldoen. Tevens gaan shoppers op zoek



De consument wil producten die sustainability en betaalbaarheid combineren.

gaan naar producten, die een gevoel van beloning opwekken. Consumenten willen de alledaagse drukte compenseren met een vleugje plezier. Delightful Distractions hebben vaak een noemenswaardige impact, waardoor ze de merkperceptie en de klantrelatie verbeteren. Het is aan merken van huisdierbenodigdheden en tuinproducten, dierenspecialzaken en tuincentra om speelse, leuke en positieve berichten te integreren in hun klantencommunicatie. Voeg verder aan uw branding en innovaties kleuren, visuele effecten of audio toe, die de zintuigen aanspreken. Creëer tot slot memorabelen, feelgoodmomenten om een sterkere band met de klant op te bouwen.

Value Hackers

De inflatie zorgde voor een nieuwe financiële mindset, maar consumenten bekibbelen niet op wat ze echt willen. In plaats daarvan gaan ze op zoek naar de beste deals en dat gaat verder dan het prijskaartje. Ze schakelen bijvoorbeeld over op private labels of kopen hun favoriete merk/product in kleinere hoeveelheden/verpakkingen. Value Hackers vinden slimme manieren om hun budget te maximaliseren zonder aan kwaliteit in te boeten. Het is aan producenten, leveranciers en verkooppunten om te innoveren rond betaalbaarheid en in te spelen op deze kostenbewuste behoeftes. Combideals, volumekortingen, 1+1-acties bijvoorbeeld stellen shoppers in staat om meerdere producten aan een gunstige prijs te kopen. Abonnementen of programma's met herhaalaankopen hanteren een vergelijkbare aanpak. Zorg voor een mooi assortiment huismerken en private labels, zodat de klant een vergelijkbare kwaliteit tegen een lager tarief kan aanschaffen. Implementeer verder loyaliteits- of beloningsprogramma's met exclusieve

voordelen. Tot slot is het essentieel om uw toegevoegde waarde te benadrukken en om de voordelen van uw aanbod duidelijk te communiceren.

Being Human

Het afgelopen jaar zagen we een ongeziene vooruitgang in technologie en AI. Elke innovatie maakte ons leven en werk efficiënter. Denk bij voorbeeld aan de opkomst van Chat GPT. Technologie stelt consumenten in staat om taken te automatiseren, waardoor er tijd vrijkomt voor zinnigere activiteiten. In tegenstelling tot technologieën uit het verleden, die vooral hulpmiddelen waren, lijken de nieuwe (vaak door AI gestuurde) technologieën op weg om de menselijke output te overtreffen. We moeten dus op zoek naar een doordacht gebruik van de opkomende technologie. Dit maakt dat consumenten waarderen wat mensen net zo uniek maakt: emoties, empathie, creatieve ideeën en persoonlijk contact. Om een evenwicht te vinden tussen vooruitgang en behoud, zullen merken en consumenten steeds meer op zoek gaan naar unieke menselijke elementen als weerwerk tegen die gezichtsloze algoritmes. Naarmate opkomende technologieën intuïtiever worden, zullen consumenten ze omarmen en ze naadloos integreren in hun werk en in hun dagelijks leven. Tevens zal technologie worden ingezet om de menselijke creativiteit te behouden. Anderzijds zullen ook talloze mensen de technologie beu worden en heimwee krijgen naar hoe de dingen voorheen waren. Zelfs als het collectieve geheugen over de pre-techwereld steeds meer verdwijnt, zal die technologiemoetheid – zelfs bij jongere generaties die enkel de voordelen van een gedigitaliseerde wereld kennen – toch bij een deel van de consumenten blijven voortleven. Hierdoor zullen nieuwe diensten ontstaan die zelfexpressie en menselijk contact opnieuw zullen aanleveren. Bovendien zullen consumenten weer meer

op zoek gaan naar diensten die alleen de mens kan bieden. Bedrijven en merken zullen technologie hoofdzakelijk moeten inzetten om hun efficiëntie te verbeteren. Om de relatie met de klant te behouden, zullen ze in hun medewerkers moeten investeren.

Relationship Renaissance

De afgelopen jaren is de communicatie tussen mensen drastisch veranderd. Consumenten hebben meer dan ooit toegang tot communicatiemiddelen, maar die stortvloed aan sociale media, sms'jes en videogesprekken leidt tot stress en burn-outs. Traditionele plaatsen van persoonlijke verbinding, zoals een gedeelde kantoorruimte of de zetel waar familieleden samen televisie kijken, worden vervangen door thuiswerk en het gebruik van persoonlijke apparaten. Activiteiten die vroeger samen werden gedaan, worden nu afzonderlijk uitgevoerd. Dit creëert in toenemende mate een gefragmenteerd relatiernetwerk, dat moeilijk op te bouwen en te onderhouden is. Tegelijkertijd worden menselijke relaties een onderdeel van het welzijn van de consument. Voeding en beweging worden vaak gezien als de pijlers van onze gezondheid, maar tegelijkertijd groeit sociale verbondenheid steeds meer uit tot een cruciale gezondheidsfactor. Hierdoor benutten zowel publieke als private organisaties steeds meer de opportuniteiten om mensen samen te brengen en zoeken ze naar nieuwe manieren om de consumenten te helpen zijn passieve relaties om te zetten in actieve. Dit maakt dat merken een belangrijke rol moeten spelen bij het creëren van welzijn. Merken hebben de voorbije jaren vooral ingezet op de ontwikkeling van producten die de gebruikers in hun eigen cocon deden terugplooiën. Het is tijd dat ze nieuwigheden gaan produceren, waarbij de focus weer op het sociale contact ligt en die helpen om de persoonlijke gezondheid te verbeteren.

FARM FOOD FRESH®

NIEUW
Diepvries vers
vleesblokjes
à ± 25 gram

Makkelijk te doseren

Ook ideaal voor kleine hondenrassen

Bevordert een gezonde darmflora

Te combineren met Farm Food HE

Meer informatie?

Contacteer Niels Malipaard via
export@farmfood.com of 011 988 474



Volgt u de TRACES-wetgeving bij het verhandelen van huisdieren?

Elk jaar worden enorme hoeveelheden levende dieren, dierlijke producten, voeding (ook van niet dierlijke oorsprong) en planten verhandeld vanuit, binnen en naar de Europese Unie (EU). Om dit op een gestroomlijnde en veilige manier te laten verlopen – en te vermijden dat bijvoorbeeld ziektes zich makkelijk van het ene naar het andere EU-land zouden verspreiden – werd de TRACES-wetgeving ingevoerd. Ook levende huisdieren vallen onder die regelgeving en vereisen in de meeste gevallen een TRACES-certificaat. Wanneer dierenspeciaalzaken dus levende huisdieren aankopen in het buitenland of verkopen aan buitenlandse klanten via koerier of eigen transport, is een registratie op het TRACES.nt-platform verplicht. Alleen blijken heel wat dierenspeciaalzaken hiervan niet op de hoogte te zijn. Dit betekent dat ze bij eventuele controles door het FAVV het risico lopen op boetes of zelfs inbeslagname van de dieren, wanneer ze geen geldige certificaten kunnen voorleggen. Dit houdt natuurlijk een serieus omzetverlies en negatieve publiciteit in. Daarom belichten we de TRACES-regels in dit artikel.

Wat geldt er voor volgende huisdieren?

Concreet houdt de TRACES-wetgeving in dat alle bewegingen van levende dieren en producten over de landgrenzen heen – of het naar een EU-land of een derde land buiten de EU gaat – worden verplicht een TRACES-certificatie te ondergaan. In de categorie van de huisdieren gelden de volgende regels:

- **Vogels:** Een TRACES-certificaat is altijd obligatoir.
- **Knaagdieren en konijnen:** Deze huisdieren vereisen geen TRACES-vergunning, maar moeten verplicht in het bezit van een autocertificaat zijn. Laatstgenoemd document, dat kan opgesteld worden door de eigen dierenarts van de dierenspeciaalzaak, verklaart dat de dieren in kwestie gezond en fit zijn voor het transport.
- **Vissen:** Hier varieert de regelgeving van soort tot soort. Maar in het algemeen moeten alle mainstream aquariumvissen over een TRACES-certificaat beschikken, aangezien nagenoeg alle (kraak)beenvissen onder deze regelgeving vallen. Bij twijfel is het aangewezen om de soort in kwestie toch op het certificaat te vermelden: op die manier reduceert u de kans op overtreding van de regels en eventuele sancties.
- **Reptielen & amfibieën:** Deze huisdieren zijn niet vergunningsplichtig. De EU beschouwt reptielen en amfibieën immers niet als landdieren. Een autocertificaat is hier aanbevolen, maar niet obligaat.

Voor wie?

Deze regels gelden niet enkel voor groothandels die huisdieren leveren aan winkels. Ook verkooppunten die huisdieren via een transportdienst – die goedgekeurd is voor het vervoer van levende dieren – versturen naar klanten, moeten TRACES-documenten aanvragen en laten invullen. De controlerende overheden gaan ervan uit dat een handelaar de wetgeving kent die voor hem/haar van toepassing is en dat u dus ook bij import er zelf op toeziet dat de juiste documenten aanwezig zijn. Hou er dus rekening mee dat wie dieren aankoopt in het buitenland en/of wie dieren verzendt naar het buitenland in orde moet zijn met de TRACES-wetgeving.

Hoe te werk gaan?

Wanneer verkooppunten huisdieren in het buitenland aankopen, dan is de leverancier in kwestie verplicht om het TRACES-certificaat mee te sturen. Gebeurt dit niet, dan komen de dieren het land eigenlijk illegaal binnen en bent u als handelaar ook strafbaar. De meegeleverde documenten bewaart u best gedurende een aantal jaar. Wanneer de huisdieren in België worden aangeschaft, dan is de TRACES-wetgeving niet van toepassing en volstaat het om de factuur als bewijs bij te houden.

Dierenspeciaalzaken die zelf huisdieren via koerier leveren aan buitenlandse klanten, dienen een keuring aan te vragen bij het FAVV via e-mail en vervolgens een online-aanvraagdocument in te vullen. Vervolgens komt een dierenarts op het door u gekozen tijdstip de keuring uitvoeren. Die checkt de gezondheid van de dieren, maar brengt ook meteen het papierwerk in orde. Eenmaal de TRACES-documenten afgestempeld of (digitaal) ondertekend zijn, zijn de huisdieren klaar voor vervoer met een door de overheid vergund transport.

TRACES.nt

Voorheen werden de documenten vaak op papier uitgeprint. Tegenwoordig wordt er ook al digitaal gewerkt. Al uw TRACES-certificaten worden bewaard op uw eigen gebruikersnaam op het TRACES.nt-platform en kunnen daar ook worden geraadpleegd. De toegangsgegevens voor dit platform worden toegewezen door de overheid, in dit geval het FAVV, die ze eerst moet goedkeuren.

Kostprijs keuring

In ons land kost 1 TRACES-certificaat 57 euro per diergroep en per adres van de eindbestemming (een locatie waar de dieren minstens 48 uur ter plaatse blijven).

Wat bij inbreuken?

Indien de controledienst van de FAVV vaststelt dat de TRACES-certificaten ontbreken of afwijkingen vertonen, dan kunnen er boetes uitgeschreven worden. In sommige gevallen kan men ook overgaan tot de inbeslagname van de huisdieren en eventueel de vernietiging ervan om het risico op ziekteverspreiding tegen te gaan.



“Bij Goe Beestig is het huisdier dé echte klant”

In juni 2023 opende in Turnhout de nieuwe dierenspecialzaak Goe Beestig. Deze wordt gerund door Nicolas Koevoets en Gianni Daems. Ondanks hun jonge leeftijd kunnen beide sympathieke ondernemers terugvallen op een ruime ervaring in de retailbranche en bulken ze van de ambitie.

“Uit grondig marktonderzoek bleek dat er nog veel ruimte in Vlaanderen was voor een dierenspecialzaak met een innovatief concept. Daarom creëerden we met Goe Beestig een winkel waar de klant een unieke beleving ervaart. Daarbij draait alles om het huisdier zelf en niet zozeer het baasje. Op die manier trachten we ons te onderscheiden van andere petcareretailers”, luidt het. Die aanpak ging alvast niet onopgemerkt voorbij, want ondanks het kortstondig bestaan werd Goe Beestig uitgeroepen tot ‘Beste Belgische nieuwkomer 2023-2024’ tijdens de ‘Retailer of the Year-awards’. Een bewijs voor beide zaakvoerders dat ze de juiste richting ingeslagen zijn.

Jonge ondernemers met een duidelijke visie

Nicolas Koevoets en Gianni Daems leerden elkaar kennen bij Albert Heijn. Nicolas – ook mede-oprichter van het t-shirtmerk Strøm – was er 4 jaar aan de slag (eerst als supermarktmanager, later als category manager), terwijl Gianni – naast een paar dagbladhandels en bakkerijen – enkele franchisewinkels van de genoemde supermarktketen beheert. Er was meteen een klik tussen de twee en ze besloten al snel om samen een zaak op te starten. Alleen moesten ze nog de knoop doorhakken in welke sector dit zou gebeuren.

“Nadat we beiden een lijstje opmaakten met branches waar we kennis over en affiniteit mee hadden, bleven er slechts 2 over: de markt van babyspullen en de huisdierenindustrie. Uiteindelijk viel de keuze op die laatste en was Goe Beestig geboren. Vervolgens hebben we een grondige analyse gemaakt van de Vlaamse petcareretailers en hoe die eruit zien. Meteen viel ons op dat het Vlaamse landschap erg versnipperd is: de grote ketens (zoals Maxi Zoo en Tom&Co), heel wat tuincentra met een uitgebreide dierenafdeling, een grote verscheidenheid aan zelfstandige uitbaters met meestal 1 of 2 vestigingen,... In



Nicolas Koevoets (l.) en Gianni Daems (r.) met hun ‘Beste Belgische nieuwkomer-award’.

die laatste categorie bemerkten we slechts een handvol zaken die een echt onderscheidende aanpak voeren. De rest waren verkooppunten die meestal erg succesvol zijn, maar, met alle respect, op retailvlak het laatste decennium enigszins zijn blijven stilstaan. We constateerden dus nog heel wat blinde vlekken in Vlaanderen waar we een vernieuwend concept konden starten. Voorts gingen we na hoe een typische dierenspecialzaak eruit ziet en welke aspecten we anders konden aanpakken. Voor ons was het meteen duidelijk dat we niet op prijs wilden/moesten concurreren, maar dat er vooral opportuniteiten lagen op het vlak van inspiratie en beleving. We hebben de start van Goe Beestig ruim een jaar voorbereid. In die periode hebben we ook talrijke winkels bezocht, ook in Nederland. Daarbij hebben we veel inspiratie voor ons concept opgedaan. Die ideeën hebben we wel niet blindelings gekopieerd, maar er



onze eigen saus overgegoten en dat is Goe Beestig geworden”, licht Nicolas Koevoets ons toe.

Huisdier speelt hoofdrol

Goe Beestig wil meer zijn dan gewoon een dierenspeciaalzaak, maar echt een community te creëren.

“We willen echt fungeren als een ontmoetingsplaats voor mensen met een passie voor huisdieren en hen een meerwaarde aanreiken. We streven ernaar dat de consument hier niet puur komt winkelen, maar ook echt fan is van Goe Beestig. Ons concept is echt onderscheidend omdat we het huisdier steeds centraal zetten, zowel in onze beleving, onze marketing, onze communicatie en noem maar op. Het baasje komt de huisdierbenodigdheden wel kopen, maar het dier is de uiteindelijke consument/gebruiker van die artikelen en dat moet ook duidelijk zijn op de winkelvloer. Dit komt concreet tot uiting in alle evenementen die we organiseren. Deze staan altijd in het teken van het huisdier en hebben tot doel om de band tussen baasje en zijn geliefde dier te versterken”, benadrukt Gianni Daems.

Wekelijks een nieuw event

Beleving is voor Goe Beestig dus cruciaal om relevant te zijn en te blijven. Daarom plannen deze dynamische ondernemers elk week(end) wel iets, zodat het cliënteel elk bezoek aan de winkel anders ervaart.

“We organiseerden bijvoorbeeld al een Golden Retriever-dag, waarbij elke langgekomen hond van dit ras een ijsje, een foto en een goodiebag ontving. Tevens vonden er al enkele fotoshoots plaats: eigenaars konden hun huisdier(en) vooraf inschrijven en die zetten we vervolgens in de winkel voor de lens. We plaatsen trouwens regelmatig merken of producten in de kijker op de ledschermen, waarbij de viervoeters van ons cliënteel als modellen dienst doen. Dit bevordert de band met ons cliënteel en zorgt tevens voor interactie



tussen de klanten onderling.

Daarnaast consulteert onze dierenarts op regelmatige basis een aantal dieren gratis in onze winkel. Een bezoek aan de dierenarts is noodzakelijk, maar vraagt van sommige eigenaars een serieuze financiële inspanning, waardoor ze die consultatie vaak uitstellen. Dat is natuurlijk nefast voor de gezondheid en het welzijn van het dier. Daarom organiseren we zelf kosteloze check-ups: gedurende een kwartier wordt het huisdier grondig onderzocht en kan het baasje ook vragen stellen. We willen dit initiatief verder uitdiepen en ik kan je nu al in primeur vertellen dat we alle huisdieren van Turnhout in 2024 een gratis check-up willen aanbieden. Dit zal gebeuren op één specifieke dag en hiervoor gaan we samenwerken met enkele dierenartsen uit onze stad en de afdeling Dierenzorg van Thomas More Campus Geel. Ook het gebruik van onze dogwash is trouwens gratis. Tevens hebben we al diverse workshops en een 3-tal puppy parties achter de rug, die laatste in samenwerking met hondentrainer Femke Gebruers. We hebben nog een 50-tal ideeën/events die we in het komende jaar willen realiseren”, schetst Nicolas Koevoets.



De gigantische vogelkooi trekt meteen de aandacht van de klant.

Lokale partnerships

De organisatie van al die evenementen en workshops vraagt natuurlijk veel tijd, energie en geld.

"Dat ga ik zeker niet ontkennen", beaamt Nicolas Koevoets. "Maar die events en die beleving zijn nodig om onze community op te bouwen. Ik neem de opzet van deze initiatieven voornamelijk voor mijn rekening. Gelukkig kan ik terugvallen op een sterk team dat een groot deel van de operationele taken bij Goe Beestig uit mijn handen neemt. Hierdoor kan ik mij onder meer toespitsen op die events en het beheer van onze sociale media. Daarnaast bouwt Gianni met zijn onderneming een back office-structuur uit. Daar maakt ook een marketing- en communicatiemanager deel van uit. Die kan ik ook inschakelen voor Goe Beestig. Zij komt wekelijks langs en samen praten we over alle activiteiten. Haar ondersteuning en die van onze medewerkers is nodig om alles beheersbaar te houden. Gelukkig hebben we het voordeel dat we nog een kleine speler zijn. Dit maakt dat we snel en flexibel kunnen schakelen. Bovendien hoeven we slechts lokaal impact genereren. Fun en connecteren staan dan ook centraal bij onze events. Dit alles maakt het heel goed te managen. Die evenementen brengen natuurlijk een bepaalde kost met zich mee. In dat kader sloten we partnerships met enkele lokale ondernemers, zoals onze vaste dierenarts Charlotte die onder het merk LÈS-Antwerp handgemaakte hals- en leibandjes aanbiedt, een hondentrimster uit Beerse die onder de noemer Bricks&Broks eigen shampoos en verzorgingsproducten ontwikkelt en de holistische hondencoach Laura Lefebvre, die onder het merk Shiinu o.a. hondenkoekjes en snacks produceert. Deze experts komen onze workshops geven. In ruil houden wij de eerste 10 meter in onze winkel – meteen aan de ingang – voor hen vrij en daar kunnen zij hun producten voorstellen."

Modern interieur met diverse blikvangers

Voor de inrichting van hun 1200 m² grote zaak gingen Nicolas Koevoets en Gianni Daems in zee met de firma Tailormate uit

Mechelen. Die samenwerking stelde hen alvast erg tevreden.

"Op basis van onze input ontwierpen zij een eerste 3D-voorstelling, die exact de look & feel weergaf die wij voor ogen hadden. Onze winkel ziet er vandaag dan ook precies uit als op die plannen. Tevens hebben zij ons merk gecreëerd: steunkleuren, logo, beeldmerken, enzovoort. Vervolgens zijn we naar een pand op zoek gegaan. Eerst hadden we een locatie in Balen op het oog, maar uit marktonderzoek bleek deze gemeente net iets te klein voor ons



Uniek is de puppycorner.



Aan de ingang is ruimte voor lokale ondernemers.

concept. Daarna vonden we via projectontwikkelaar Heeren Group dit gebouw in Turnhout. Samen hebben we het gebouw aangepakt: de voorgevel opengetrokken, de structuren binnenin verwijderd,... Bij de winkelinrichting hebben we sterk ingezet op 2 pijlers. Enerzijds gebruiken we veel natuurlijke elementen, die een fris en warm gevoel oproepen. Daarnaast is er de sterke focus op beleving. Een mooi voorbeeld daarvan is onze gigantische vogelkooi van 3 meter hoog en 5 meter lang, die in het midden van de winkel staat. De klant kan er indien gewenst gewoon doorwandelen, waardoor die echt in de leefwereld van de vogels terecht komt. Ook bij onze vissenafdeling hebben we via een eenvoudig lichtdoek het gevoel gecreëerd, waarbij

de consument in het aquarium wordt gezogen. Andere eyecatchers zijn onze puppy- en kattencomers. Wie een puppy of kitten in huis neemt, heeft een breed scala aan producten nodig die hij/zij in de meeste winkels in verschillende schappen moet zoeken. Wij hebben al deze referenties op één plaats gecentraliseerd, wat de winkelbeleving voor de klant veel aangenamer maakt. Bovendien zijn we met deze aanpak echt wel uniek in de sector", getuigt Gianni Daems.

Petcare-experts

Nicolas houdt zich hoofdzakelijk bezig met het dagdagelijkse runnen van Goe Beestig, terwijl Gianni zich meer focust op de financiële kant en de backoffice van de dierspecialzaak. Daarbij worden ze

ondersteund door een gemotiveerd team.

"We waren echt verrast dat we heel snel een goede equipe konden samenstellen, in het supermarktwezen is het vaak een compleet ander verhaal. Na een maand was ons team voltallig. We zijn vooral op zoek gegaan naar mensen die ervaring in de retail combineerden met een passie voor huisdieren. Het feit dat we een ander verhaal brengen dan de meeste ketens en dierenpeciaalzaken, sprak ook veel medewerkers aan. Bovendien krijgt iedereen hier veel

correct antwoord of een adequate oplossing aanreiken. Lukt dit niet, dan koppelen we terug naar de leverancier of verwijzen we hen door naar een dierenarts, soms zelfs naar een collega wanneer we een bepaalde referentie (tijdelijk) niet hebben", verduidelijkt Nicolas Koevoets.

Uitgebreide marketing

Om naamsbekendheid te creëren, kwamen Gianni Daems en Nicolas Koevoets erg creatief uit de hoek.

"Nog voor we van start gingen, ondernamen we verschillende initiatieven, waaronder de aanwezigheid op diverse live-evenementen, zoals avondmarkten en braderieën, affiches op bushokjes, reclamepanelen langs drukke wegen, diverse onlinewedstrijden waarbij o.a. fotoshoots te winnen waren, enzovoort. De twee meest opzienbarende acties waren echter ons driegangendiner voor honden en ons kolossaal hondenbeeld. Die laatste beschilderden we in onze huiskleuren groen & wit en met tekeningen van Turnhout en vervolgens plaatsten we die gedurende 3 maand elke zaterdag op een andere locatie in de stad. De Turnhoutenaars waren echt nieuwsgierig over het doel van het beeld. Uiteindelijk belandde 'onze hond' een week voor de opening op zijn eindbestemming, namelijk voor ons pand. Anderzijds was er dus ons hondendiner op de Grote Markt van Turnhout, waarbij 12 honden een plaats aan onze 'tafel' konden winnen. Die kregen dan een driegangenmenu, bereid door een Nederlandse hondentraiteur, voorgeschied. Dat event was organisatorisch voor ons pure chaos, want honden kan je nu eenmaal niet sturen maar dat maakte het net fantastisch en leuk. Veel van onze evenementen verlopen niet altijd zoals gepland, want huisdieren zijn nu éénmaal onvoorspelbaar maar dat appreciëren de klanten net. Ook nu pakken we nog uit met diverse acties on- en offline om onze Goe Beestig-community uit te breiden. Het is logisch dat niet iedereen een nieuwe zaak vanaf dag 1 kent – dat was gezien onze Albert Heijn-achtergrond toch enigszins wennen – maar we zien dat ons klantenbestand en het aantal volgers op sociale media elke dag groeit. Daarbij mikken we op een combinatie van vaste klanten die loyaal enkel bij ons shoppen en de



vrijheid en kunnen ze zelf beslissingen nemen, bijvoorbeeld qua assortimentssamenstelling of de aanpak van een bepaald schap. Onze medewerkers hebben we opgeleid tot echte experts, zodat ze de klant die met een probleem of vraag zit, een oplossing kunnen aanreiken. Die opleidingen werden enerzijds verzorgd door leveranciers. Prins Petfoods bijvoorbeeld heeft hier een algemene, objectieve opleiding over hondenvoeding gegeven. Daarnaast coach(t)en we zelf onze medewerkers. Iedere week speel ik bijvoorbeeld een rollenspel op de winkelvloer met elk teamlid, waarbij we een verkoopsituatie nabootsen. Dat klinkt belerend, maar het helpt echt wel om hun saleservaring aan te scherpen. Begeleiding en advies in onze branche essentieel: klanten komen vaak met een vraag of probleem en dan moeten we hen een



meer fluctuerende consument die nu en dan langskomt en we vooral 'lokken' via promoties", beschrijft Gianni Daems.

Een uitgebreid interview kan je lezen op onze website www.petandgardenpro.be. Goe Beestig komt ook spreken tijdens het 'Meet The Experts'-programma op ANIDO.

Nuttige adressen

AANKOOPVERENIGING



ATD NV – HORTA TUIN EN DIER

Preflexbaan 101
1740 Ternat
T: +32 (0)25 82 12 27
atd@horta.org
www.horta.org

AQUARIUM SIERVISSEN



RUINEMANS GROUP BV

Ijsselveld 9
NL-3417 XH Montfoort
T: +31 (0)3 48 47 98 00
info@ruinemansgroup.com
www.ruinemansgroup.com



ZOLUX

cours Paul Doumer 141
FR-17100 Saintes
T: +33 (0)5 46 74 69 69
contact@zolux.com
www.zolux.com

DIERVOEDING, SNACKS EN ACCESSOIRES



KINLYS GROUP

Industriezone 6 | Zwaantjesstraat 8
8710 Wielsbeke
T: +32 (0)56 66 65 12
info@kinlys.com
www.kinlys.com



GROUP DEPREE PETFOOD

Wasserijstraat 25
2900 Schoten
T: +32 (0)33 26 07 10
info@beduco.be
www.groupdepre.com

Vogelaarsweg 23
NL Dordrecht, LL-3313
T: +31 (0)7 86 22 06 22
info@hollanddiervoeders.nl
www.groupdepre.com



VITAKRAFT BELGIË NV

Pastoor Cooremansstraat 3
1702 Dilbeek
T: +31 (0)313 67 00 00
info@vitakraft.be
www.vitakraft.be

GROOTHANDEL



ASP INTERNATIONAL

Herentalsesteenweg 54
2270 Herenthout
T: +32 (0)15 68 12 96
info@asp-pets.be
www.asp-pets.be



BEEZTEES

Energieweg 4
NL-5145 Waalwijk
T: +32 (0)33 30 14 40
info@beeztees.com
www.beeztees.nl



FERPLAST BENELUX BV

Collseweg 21
NL-5674 TR Nuenen
T: +31 (0)4 02 84 22 22
orders.benelux@ferplast.com
www.ferplast.com



NOBBY PET SHOP GMBH

Raiffeisenring 33
46395 Bocholt, Germany
T: +49 2871 239 439 0
Ines Tenhofen, it@nobby.de
www.nobby.de



FLAMINGO PET PRODUCTS NV

Hagelberg 14
2440 Geel
T: +32 (0)14 24 21 00
info@flamingo.be
www.flamingo.be



GEBR. DE BOON BV

Avelingen West 39b
NL-4202 MS Gorinchem
T: +31(0) 183 660 822
info@deboon.nl
www.deboon.nl



GRIZO

Posterijlaan 5
8740 Pittem
T: +32 (0)51 46 40 44
question@grizo.be
www.grizo.be



LAROY GROUP

Industrieweg 98-100
9032 Wondelgem
T: +32 (0)92 58 13 00
info@laroygroup.com
www.laroygroup.com

malanico.

MALANICO

Evenboersweg 1
7711 GX Nieuwleusen
T: +31 (0)529 431 223
info@malanico.nl
www.malanico-retail.nl



SMULDERS WHOLESALE

Burg. Visschersstraat 130
NL-6235 EM Ulestraten
T: +31 (0)4 33 64 23 87
sales@smulders.nl
www.smulders.nl
www.hsaqua.nl
www.kinshi.nl



TRIXIE

TRIXIE Heimtierbedarf
GmbH & Co. KG
Industriestraße 32
D-24963 Tarp
T: +32 (0)33 04 98 97
sales@trixie.be
www.trixie.de



VAN DER MEER DIERTOTAALGROOTHANDEL

Hongkongstraat 71
NL-3047 BR Rotterdam
T: +31 (0)1 04 37 05 05
klantenservice@vdmtdg.nl
www.vandermeerrotterdam.nl

LEVENDE DIEREN



DIERENGROOTHANDEL OVERBEEK

Parallelweg 8
2811 NS Reeuwijk, NL
T: +31 (0)17 26 51 15
info@dierengroothandel.be
www.dierengroothandel.be



PASSION FOR ANIMALS

Herentalsebaan 428
B-2160 Wommelgem
T: +32 (0)3 298 28 70
info@pfa-trade.be
www.pfa-trade.be

HOND + KAT SNACKS EN VOEDING



DIERVOEDING TAK

Vaartveld 18
NL-4704 SE Roosendaal
T: +31 (0)1 65 37 83 91
info@happydog.nu
www.happydog.nu



FARM FOOD HONDENVOEDING

Baruch Spinozastraat 10
NL-7442 PD Nijverdal
Voeding Advies:
T: +32 (0)11 98 84 77
info@farmfood.be
Administratie:
T: +32 (0)11 98 84 74
administratie@farmfood.be
www.farmfood.be



HUPPLE

Boudewijnstraat 19
2960 Brecht
T: +32 (0)36 46 11 60
info@hupple.com
www.hupple.com



JOHNSON PETFOODS

Saffierborch 16
NL-5241 LN Rosmalen
T: +31 (0)7 35 22 08 73
info@johnsonpetfoods.nl
www.johnsonpetfoods.nl



RENSKE NATURAL PETFOOD BV

Beerseweg 34a
5431LC Cuijk
T: +31(0)4 85 31 64 91
info@renske.com
www.renske.com



TRUDO'S PET PRODUCTS

Rellestraat 5035
3800 St Truiden
T: +32 (0)11 68 75 22
info@trudospetproducts.be
www.trudospetproducts.be



ZOLUX

cours Paul Doumer 141
FR-17100 Saintes
T: +33 (0)5 46 74 69 69
contact@zolux.com
www.zolux.com

HOND + KAT ACCESSOIRES



ANIMAL BOULEVARD BV

Kelderveld 37
2500 Lier
info@animalboulevard.com



PETSOLUTIONS NV

Kelderveld 37
2500 Lier
info@petsolutions.be
www.petsolutions.be



ZOLUX

cours Paul Doumer 141
FR-17100 Saintes
T: +33 (0)5 46 74 69 69
contact@zolux.com
www.zolux.com

HOND + KAT VERZORGINGS- PRODUCTEN



BIOGANCE

Zi Anjou Atlantique
FR-49123 Champtoce Sur Loire
T: +33 (0)2 41 73 15 15
info@biogance.fr
www.biogance.fr



BEAPHAR

Provenstraat 11-13
8970 Poperinge
T: +32 (0)57 33 35 00
info@beaphar.be
www.beaphar.com



LABORATOIRES FRANCODEX

rue de l'Ormeau de Pied 10
FR-17100 Saintes
T: +33 (0)5 46 97 90 23
adv@francodex.com
www.francodex.com

KNAAGDIEREN SNACKS EN VOEDING



ESVE

Rijndijk 83
NL-2394 AD Hazerswoude
T: +31 713414501
info@esve.com
www.tijssengovodi.nl



ZOLUX

cours Paul Doumer 141
FR-17100 Saintes
T: +33 (0)5 46 74 69 69
contact@zolux.com
www.zolux.com

TERRARIUM ALGEMEEN



ZOO MED EUROPE

Seoulstraat 1
2321 Meer
T: +18 (0)55 42 99 88
info@zoomed.com
www.zoomed.eu

VOEDINGS- SUPPLEMENTEN



MANNAVITA

Zuidstraat 10
8560 Wevelgem
T: +32 (0)56 43 98 52
info@animavital.be
www.animavital.be



LABORATOIRES FRANCODEX

rue de l'Ormeau de Pied 10
FR-17100 Saintes
T: +33 (0)5 46 97 90 23
adv@francodex.com
www.francodex.com

VOGELS SNACKS EN VOEDING



ESVE

Rijndijk 83
NL-2394 AD Hazerswoude
T: +31 713414501
info@esve.com
www.tijssengovodi.nl



GRIZO

Posterijlaan 5
8740 Pittem
T: +32 (0)51 46 40 44
question@grizo.be
www.grizo.be



KINLYS GROUP

Industriezone 6 | Zwaantjesstraat 8
8710 Wielsbeke
T: +32 (0)56 66 65 12
info@kinlys.com
www.kinlys.com



ZOLUX

cours Paul Doumer 141
FR-17100 Saintes
T: +33 (0)5 46 74 69 69
contact@zolux.com
www.zolux.com



VOEDING VOOR GEZONDE DIEREN EN GELUKKIGE BAASJES

Katoos, dat is een nieuw merk van diervoeding. Onze producten zijn gebalanceerd samengesteld en bevatten alle voedingsstoffen om je dieren optimaal te laten groeien. Ze zullen er gegarandeerd van smullen.

**10% KORTING
OP DE EERSTE
BESTELLING***



VANAF NU OOK VERKRIJGBAAR IN VERPAKKINGEN VAN **4KG**

Start & Grow • Crumble Pellet Mix • Grain Crumble

www.katoos.be

* Actie geldig tot eind augustus op alle kleinverpakkingen.