

ANNEXES

Annexe 1 : Guide d'entretien avec Mr. Eeckhout Dieter, Marketing & Communication manager de Tom&Co

Bonjour. Je m'appelle Taher Laraichi, je suis étudiant aux FUCaM à Mons.

Tout d'abord je voudrai vous remercier d'avoir accepté de réaliser cette interview ainsi que du temps que vous allez me consacrer.

Je voudrais vous interroger dans le cadre de mon mémoire qui porte sur l'étude d'expansion de Tom&Co en France ainsi que le positionnement de Tom&Co en Belgique. Il consiste à analyser les opportunités à tirer du marché français pour une expansion en termes d'assortiment, prix, distribution et communication.

Cet entretien s'articulera donc autour de 2 parties. L'une sur la Belgique et l'autre sur la France.

Voyez-vous un inconvénient à ce que j'enregistre notre interview ?

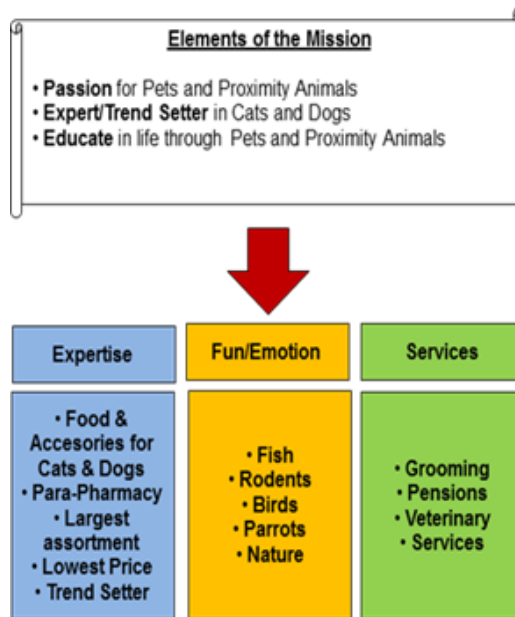
Tout d'abord, parlez-moi de vous, de votre fonction ainsi que de votre carrière et au sein d'Aniserco (Tom&Co) ?

... Revenons maintenant dans le vif du sujet.

Belgique

1. Quel est la mission et la stratégie globale de Tom&Co ?

Tom&Co s'est donné comme mission de partager sa passion et son expertise avec tous ceux qui aiment les animaux de compagnie et de proximité. Nous leur proposons un large et profond assortiment de produits et de services (en particulier pour le chien et le chat, où nous nous voulons nous positionner comme étant prescripteurs) pour garantir le bien-être des animaux, avec la garantie des prix les plus bas du marché.



2. Existe-t-il des éléments différenciateurs de Tom&Co par rapport à la concurrence?

L'expertise (aspect spécialiste c.à.d., donner des conseils en magasins, connaître et savoir répondre aux besoins des clients), le fun et émotion et les services sont nos trois éléments différenciateurs par rapport à la concurrence.

3. A quel niveau se situe l'avantage concurrentiel de Tom&Co ? Un avantage concurrentiel peut être défini comme étant « *compétence spécifique et durable qui crée, par son adaptation au marché, les conditions d'une concurrence imparfaite et qui conduit à une rentabilité supérieure* »¹.

Le conseil prime (bien-être des animaux). Expertise, fun et émotion et service.

4. Selon vous, qui sont vos concurrents ?

a. Parmi ceux cités, quels sont vos concurrents directs ?

Maxizoo, Belpet et les jardineries (Aveve)

b. Ceux qui représentent un danger ?

Maxizoo et Aveve

5. Quels sont les types de clients de Tom&Co ?

¹ <http://www.mercator-publicitor.fr/lexique-marketing-definition-avantage-concurrentiel-avantage-competitif>
page consultée le 5/04/2011

Tom&Co s'adresse à ceux qui aiment les animaux de compagnie et de proximité (animaux du jardin, basse-cour, poissons d'étang, oiseaux...), qu'ils en possèdent ou non (pet owner et pet lover).

Les clients de Tom & Co sont à distinguer des consommateurs.

- Nos consommateurs sont les animaux de compagnie et de proximité eux-mêmes.
- Nos clients sont leurs maîtres, tuteurs ou amis en général.

Le public-cible de Tom&Co est varié (jeunes et âgés, familles et isolés). Il est approché de façon globale mais avec un focus néanmoins sur trois types de clients :

- les propriétaires d'un chat et/ou d'un chien
- les enfants
- Ceux à la recherche d'un conseil d'expert.
 - a. Existe-t-il des segments de clients ? Non
 - b. Opérez-vous de la segmentation ? Si oui, sur quelle base la faites-vous ?

Nous ne faisons pas encore de la segmentation. Nous voulons toucher les clients avec des produits qui les intéressent. Le premier mailing segmenté va s'opérer le 19 mai.

Politique de produits :

Tout d'abord, que veut dire être spécialiste, selon vous ?

En réalité, pour nous, spécialiste rime avec conseil et aussi le fait de proposer en vente des animaux vivants.

1. Quelle est la composition de l'assortiment ?

Auparavant il n'y avait que les chiens et les chats. Maintenant, nous avons des familles qui se sont ajoutés. Les 5 familles principales (de base) : chiens, chats, oiseaux, rongeurs et poissons. Ajouté à cela, les animaux de jardin (hérisson, écureuils), vente de vivant (reptiles). Le concept de Tom&Co a évolué (dans plus de 80% des magasins il y a des animaux vivants) en raison de la surface des magasins (par ex : les animaux vivant doivent avoir une certaine surface (législation)). Les animaux vivants sont des créateurs de trafic et d'émotion. Ces derniers sont deux éléments majeurs de la stratégie commerciale de Tom&Co. Dès lors, Tom&Co veut se positionner comme le spécialiste en animaux vivants : généraliste dans l'assortiment mais spécialiste pour le conseil

a. Comment est-il structuré ?

L'offre que nous proposons couvre l'alimentation (*food*), les accessoires et autres objets (*non food*), des animaux vivants et des services.

De manière synthétique, nos catégories de notre assortiment sont:

- Produits alimentaires
- Produits haut de gamme pour chats et chiens
- Accessoires
- Produits de soin
- Produits novateurs et découverte

2. Comment caractérisez-vous l'assortiment offert aux clients de Tom&Co ?

Un assortiment tel que l'on puisse répondre à tous les besoins des personnes voulant prendre soin d'un animal, c'est-à-dire un assortiment large et profond.

Nous avons 3 types d'assortiments : B pour une surface inférieure à 300 m², C (« *animal center* ») et D (assortiment facultatif).

Nous avons le même assortiment que les concurrents (Maxizoo, Aveve, ...). Les indépendants et les animaleries locales n'ont pas un assortiment large et profond.

a. Sur quels éléments objectifs vous basez-vous pour dire cela ?

Sur base de nos visites chez les concurrents.

b. Existe-t-il des besoins non encore assouvis ?

En réalité, il existe des magasins que l'on appelle des magasins « tests » (magasins intégrés que nos employés gèrent), car avant de proposer quelque chose à l'enseigne, nous le testons dans ces magasins et si cela fonctionne, l'implémentation se fait dans toute la chaîne.

c. Comment caractérisez-vous votre assortiment, en regard de chacun des concurrents directs que vous venez de citer ?

On peut dire que c'est le même, à quelques différences près (mais ce n'est vraiment pas significatif).

3. Quel est le rôle du franchisé dans la définition de l'assortiment qu'il offre à sa clientèle ? Peut-il opérer un choix ?

Il y a un assortiment de base + un assortiment facultatif (commandes ...) (cf. question 2)

Quelques autres éléments :

Nos points de références en termes de service clients et d'amabilité sont la FNAC, Décathlon, Mediamarkt.

Politique de prix :

1. Quelle est la politique de prix de Tom&Co ?

Nos magasins ont un positionnement prix globalement agressif. L'objectif pour nous est de se positionner comme le moins cher de l'animalerie spécialisée pour l'alimentation en chiens et chats et les basiques du *non-food*.

Pour ce faire, nous jouons au niveau réel des prix. Nous essayons aussi d'influencer les personnes afin d'avoir une bonne perception de prix (via les promotions, la communication et les espaces spécifiques en magasin).

2. Y a-t-il une politique de prix pour chacun des segments (premium, mid-segment et premier prix)? Si oui, laquelle ?

L'assortiment de Tom&Co est composé de marques nationales disponibles dans toutes les enseignes de distribution, les marques dites premium sont disponible uniquement dans le circuit spécialisé) et nos marques propres.

Nos marques propres sont construites de la façon suivante :

- Premier prix : Pet's Budget (Prix et qualité Discount)
- Mainstream : 15% à 30% moins cher
- Premium : notre gamme « First Class » (25% à 40% moins cher)

3. Quelle est la stratégie en termes de promotion des ventes ? De quel type (HILO- High Low / EDLP- everyday low price)?

On adapte les promotions début de mois/fin de mois. Au début du mois, les gens reçoivent leur salaire et n'ont pas trop de contrainte ... Par contre la seconde quinzaine, on propose des produits à petits prix, c.à.d. à des prix discount. On opère cela chaque deux semaine (deux semaines car les concurrents font des promotions chaque mois ou deux mois). En le faisant chaque quinzaine, le client voit Tom&Co.

Remarque:

Nous avons une équipe de veille concurrentielle (équipe qui va chez les concurrents de façon mensuelle) qui collecte des données sur les critical 100 (les 100 produits qui marchent le mieux) et nous adaptons nos tarifs en fonction de cela, car c'est les meilleures rotations). Nous ne voulons pas déclencher une guerre de prix.

Politique de communication :

1. Quel est l'objectif de cette stratégie ?

L'objectif est d'augmenter la notoriété de Tom&Co dans les médias (radio, *folder*, site internet) pour attirer la clientèle en magasins et d'augmenter nos ventes.

Catalogue : nouveauté 2011, qui concerne l'aspect saisonnier (2 par an : été et printemps). Exemple : mettre un lien avec la saison comme des produits antiparasites, collier rafraichissant pour chiens en été ...

2. Comment et par quel moyen Tom&Co s'adresse-t-il à ses clients ? Quid des clients potentiels ? Cela a-t-il toujours été le cas ces 5 dernières années ?

La communication de Tom&Co est composée de deux volets :

- Un volet promotionnel
- Un volet image

Durant les 20 dernières années, la communication s'opérait uniquement par folders. Il s'agissait d'envoyer les folders à 2 millions de boîtes à une fréquence de deux fois par mois.

3. Quel est le rôle du site internet ? Quel est son objectif ?

Objectif du site : aider la notoriété, aider les clients à trouver des infos. Cependant, dorénavant, le site internet de Tom&Co a une double mission :

- Devenir le site de référence pour tous ceux qui aiment les animaux (rôle d'opinion maker de Tom&Co)
 - Etre un complément aux magasins en matière d'information (produits nouveaux, expertise, promotions etc.)
4. Quel rôle joue le franchisé dans la communication/publicité ? Expliquez.

Dans la communication, le franchisé joue beaucoup puisqu'il met l'affichage, réorganise le magasin, et cela est important dans la réussite de la promotion... Cependant, dans la construction du *folder* promotionnel, le franchisé ne joue aucun rôle, cela est négocié entre l'équipe achat et nos fournisseurs.

5. Sur quoi est axé le message publicitaire? Cela a-t-il évolué ?

Sur le meilleur choix au meilleur prix. Nous utilisons systématiquement cela. On met également en évidence les MDD et premier prix (sensible au pouvoir d'achat)

Politique de distribution :

1. Quelle est la stratégie de distribution de Tom&Co?

Depuis ses débuts, l'enseigne Tom&Co s'est appuyée sur ce mode de distribution. La chaîne compte 140 magasins dont 7 commerces intégrés.

France

Quel est l'objectif d'expansion en France ? Pourquoi la France ? Pourquoi le nord de La France ?

Ceci s'inscrit dans le cadre de l'internationalisation de l'enseigne. La France est à proximité de la Belgique ayant une culture similaire, une langue similaire ... Et surtout le potentiel est présent...

Politique de distribution :

1. Quelle sera la stratégie de distribution de Tom&Co en France ?

Franchise et après un master franchise.

Politique de prix :

1. Quelle sera la politique de prix menée par Tom&Co en France ?

On veut se mettre en dessous des concurrents au niveau du prix. Ca ne posera pas beaucoup de problème car les prix sont plus élevés en France, mais sans pour autant déclencher une guerre de prix.

Politique de produit : **En cours d'investigation.**

1. L'assortiment qui sera présent en France, va-t-il être le même qu'en Belgique ?
2. Quelles sont les différences entre ces deux marchés ?
3. Allez-vous vous aligner sur la France ? Quelle méthodologie utilisée ?

Politique de communication : **En cours d'investigation. Nous ne savons pas à l'heure actuelle de quelle manière nous allons communiquer à nos futurs clients.**

1. De quelle manière Tom&Co communiquera-t-il ?
 - a. Sur quoi portera cette communication ?
 - b. Quel canal sera utilisé ? Pour quelle(s) raison(s) ?

Annexe 2 : Entretien avec Mr. Pieron Christian, ancien responsable de la communication de Tom&Co

Mr. Pieron, occupe actuellement un poste de développement de projet. En fait, Delhaize dispose d'un plan commercial, un plan contenant l'ensemble des actions commerciales qui vont être mis en œuvre pour l'année. De plus, il a travaillé sur la communication de Tom&Co pendant 4 ans.

Politique de communication :

1. Quel est l'objectif de cette stratégie ?

Premièrement, le budget alloué à la communication est relativement faible. Au départ, Tom&Co réalisait des folders promotionnels une fois par mois. Actuellement, la fréquence est de 2 par mois.

2. Comment et par quel moyen Tom&Co s'adresse-t-il à ses clients ? Quid des clients potentiels ? Cela a-t-il toujours été le cas ces 5 dernières années ?

Tom&Co a depuis toujours communiqué uniquement par *folder* promotionnel. Cependant, nous avons vu des apparitions et disparitions des « catalogues ».

3. Quel est le rôle du site internet ? Quel est son objectif ? Observez-vous une tendance ?

Le site internet a vu le jour en 2002, puis a été remodelé en 2006. Il sert vraisemblablement et simplement comme vitrine.

4. Quel rôle joue le franchisé dans la communication/publicité ?

Dans l'élaboration du *folder* promotionnel, aucun

5. Sur quoi est axé le message publicitaire? Cela a-t-il évolué ?

Cela a toujours été autour du slogan : les meilleurs choix au meilleur prix. La communication est axée principalement sur des objectifs de chiffre d'affaires (stimuler les ventes semaines après semaines) et l'autre est axé sur l'aspect relationnel et la convivialité. Enfin, selon moi, la lacune majeure se situe au niveau de la notoriété de Tom&Co. Il n'y a pas de « *top-of-mind* » de l'enseigne Tom&Co auprès des clients.

Bonjour. Je m'appelle Taher Laraichi, je suis étudiant aux FUCaM à Mons.

Tout d'abord je voudrai vous remercier d'avoir accepté de réaliser cette interview ainsi que du temps que vous allez me consacrer.

Comme vous le savez je suis étudiant et je voudrai vous interrogé dans le cadre de mon mémoire qui porte sur l'étude de Tom&Co en Belgique. Il consiste à analyser le positionnement de Tom&Co en termes d'assortiment, prix, distribution et communication.

Tout d'abord, parlez-moi de vous et de votre fonction de franchisé.

Voyez-vous un inconvénient à ce que j'enregistre notre interview ?

... Revenons maintenant dans le vif du sujet.

Tout d'abord, que veut dire être spécialiste, selon vous ?

C'est un métier accès sur un créneau sur l'animal familier/domestique, dans le domaine de l'animal, il faut aller au maximum des connaissances pour aider le client le renseigner et favoriser l'achat. Conseiller le client sans se substituer au vétérinaire. Accueillir le client, le conseiller, lui sourire, être poli, savoir répondre à leur demandes... il existe des formations du personnel pour pouvoir répondre aux questions posées par le client.

1. Selon vous, existe-t-il des éléments différenciateurs de Tom&Co par rapport à la concurrence?

Accueillir le client, le conseiller et savoir l'écouter. Ce qui n'est pas le cas des autres (concurrents).

2. Quels sont les types de clients de Tom&Co que vous recevez en magasin ?

En réalité de tout type, de tout classe sociale et de tout âge, des familles entières avec ou sans animal, avec petits enfants ou pas... Par exemple, à Saint-Ghislain, on a une clientèle plus huppée et c'est des gens qui veulent tout faire pour leur animal/ pour faire plaisir à leur animal...

3. Selon vous, à quel niveau se situe l'avantage concurrentiel de Tom&Co par rapport aux concurrents? Un avantage concurrentiel peut être défini comme étant « *compétence spécifique et durable qui crée, par son adaptation au marché, les*

conditions d'une concurrence imparfaite et qui conduit à une rentabilité supérieure »²?

Dans le cas de Hornu par exemple, c'était parmi les premiers magasins ouverts de *petfood* en Belgique, et cela constitue déjà un avantage. Nous avons été les premiers et les suivants qui ouvrent, c'est des suiveurs (même s'ils disposent de leurs forces). On ne vend que pour les animaux (ex Aveve vend de la boulangerie, animaux, ... leur positionnement n'est pas clair). Par contre Tom&Co, ce n'est que pour les animaux. De plus, comme nous avons dit, conseiller le client aussi et bien l'accueillir sont pour nous des éléments différenciateurs.

4. Selon vous, qui sont vos concurrents ?
 - a. Parmi ceux cités, quels sont vos concurrents directs ?

Maxizoo, Aveve et Brico/ Hubo, Belpet

- b. Ceux qui représentent un danger ?

Maxizoo, au niveau assortiment et prix car il dispose d'une grande force d'achat. Egalement Aveve, car c'est une grande chaîne.

Politique de produits :

1. Quel est votre rôle dans la définition de l'assortiment que vous offrez à votre clientèle ?

Cela dépend de la surface du magasin. Maintenant, Aniserco est relativement flexible. Bref, il y a un assortiment obligatoire et facultatif. En fait, il y a quelques années, tout était obligatoire.

2. Proposez-vous des services à vos clients ?

Oui. Nous proposons des montages de cage, livraison gratuite. Egalement des photos, portrait 3D de l'animal, service après ventes pour les appareils électriques...

3. Sur quelle catégorie êtes-vous les plus compétitifs ?

Sur les Chiens et les chats

Politique de prix :

1. Quel est vos marge de manœuvre au niveau des prix ? En d'autres termes, avez-vous la possibilité / liberté d'ajuster les prix en fonction du marché et ceux pratiqués par la concurrence ?
2. Assurez-vous un prix bas - les plus bas du marché - à votre clientèle ?

² <http://www.mercator-publicitor.fr/lexique-marketing-definition-avantage-concurrentiel-avantage-competitif>
page consultée le 5/04/2011

Non pas nécessairement, les prix sont fournis par le franchiseur et lorsque nous remarquons un dysfonctionnement, nous remontons l'information au franchiseur afin que cela puisse se corriger.

- a. Comment opérez-vous cela ?

En visitant nos concurrents, observant leurs brochures...

Politique de communication :

1. Avez-vous un rôle à jouer au niveau de la communication/publicité en tant que franchisé ?

Il y a une publicité nationale par *folder* promotionnels chaque deux semaine. Mais nous n'avons aucun rôle à jouer dans sa construction. C'est Aniserco qui décide de tout.

- a. Disposez-vous d'autres moyens de communication, mis à part ceux opérés par Tom&Co ?

Distribution toute boîte, radio locale ... si nous en avons les moyens.

2. Quel est le but de la communication de Tom&Co?

Augmenter les ventes.

- a. Est-elle ciblée par rapport à vos besoins ? Non

3. Avez-vous des clients fidèles qui viennent uniquement dans votre magasin ?

Oui beaucoup. C'est des clients que nous avons acquis par nous même

- a. Leur fréquence d'achat ?

En général 2 fois par mois et cela dépend également de l'animal qu'ils ont.

4. Sur quoi communiquez-vous ? c'est-à-dire sur les promotions, l'image ?

Sur les promotions.

Bonjour. Je m'appelle Taher Laraichi, je suis étudiant aux FUCaM à Mons.

Tout d'abord je voudrai vous remercier d'avoir accepté de réaliser cette interview ainsi que du temps que vous allez me consacrer.

Comme vous le savez je suis étudiant et je voudrai vous interrogé dans le cadre de mon mémoire qui porte sur l'étude de Tom&Co en Belgique. Il consiste à analyser le positionnement de Tom&Co en termes d'assortiment, prix, distribution et communication.

Tout d'abord, parlez-moi de vous et de votre fonction de franchisé.

Voyez-vous un inconvénient à ce que j'enregistre notre interview ?

... Revenons maintenant dans le vif du sujet.

Tout d'abord, que veut dire être spécialiste, selon vous ?

1. Selon vous, existe-t-il des éléments différenciateurs de Tom&Co par rapport à la concurrence?

Informez les clients, les conseillez et les accueillez également. J'ajouterai aussi le look des magasins Tom&Co, ils sont en général bien agencés... par rapport à ceux des concurrents.

2. Quels sont les types de clients de Tom&Co que vous recevez en magasin ?

En général, il s'agit de 2 types de clients, ceux qui ont des animaux et aussi ceux qui n'ont pas. Par exemple, il y a des gens qui n'ont pas d'animaux mais qui viennent acheter de la nourriture pour les oiseaux du ciel ... Et de plus, on ne se cantonne pas à cette clientèle, c'est-à-dire que nous avons des personnes âgées, des jeunes... parmi notre clientèle. Elle est très variée en réalité.

3. Selon vous, à quel niveau se situe l'avantage concurrentiel de Tom&Co par rapport aux concurrents? Un avantage concurrentiel peut être défini comme étant « *compétence spécifique et durable qui crée, par son adaptation au marché, les conditions d'une concurrence imparfaite et qui conduit à une rentabilité supérieure »³?*

L'accueil et le conseil des clients. Leur fournir un conseil répondre à leurs demandes concernant leur animal sans se substituer aux vétérinaires.

³ <http://www.mercator-publicitor.fr/lexique-marketing-definition-avantage-concurrentiel-avantage-competitif>
page consultée le 5/04/2011

4. Selon vous, qui sont vos concurrents ?
 - a. Parmi ceux cités, quels sont vos concurrents directs ? Maxizoo, aveve
 - b. Ceux qui représentent un danger ? Maxizoo (surtout au niveau des prix)

Politique de produits :

1. Quel est votre rôle dans la définition de l'assortiment que vous offrez à votre clientèle?

Aucun. Dans le sens où Anisercos impose un assortiment de base. Par contre on a un assortiment facultatif (par commande auprès du fournisseur).

2. Proposez-vous des services à vos clients ?
 - a. Si oui, quels sont-ils ?

Des livraisons gratuites à partir d'un certain montant d'achat.

3. Sur quelle catégorie êtes-vous les plus compétitifs ? Les chiens et les chats

Politique de prix :

1. Quel est votre marge de manœuvre au niveau des prix ? En d'autres termes, avez-vous la possibilité / liberté d'ajuster les prix en fonction du marché et ceux pratiqués par la concurrence ?

Oui mais au détriment de notre marge.

2. Assurez-vous un prix bas - les plus bas du marché - à votre clientèle ?

Non pas tout le temps, on ne peut pas être tout le temps les moins cher. Compenser cela par d'autres qualités.

- a. Comment opérez-vous cela ?

Nous communiquons entre franchisés, visite concurrents, passer en revue leurs *folders* promotionnels.

Politique de communication :

1. Avez-vous un rôle à jouer au niveau de la communication/publicité en tant que franchisé ?

Non, il y a une publicité nationale chaque deux semaines, Anisercos décide de tout. Le franchisé paie également une redevance sur la publicité nationale et par magasin)

- a. Disposez-vous d'autres moyens de communication, mis à part ceux opérés par Tom&Co ?

Si nous en avons les moyens, oui ... et à ce moment soit c'est la radio ou *flyers* ...

2. Quel est le but de la communication de Tom&Co?

Pour stimuler les ventes.

- a. Est-elle ciblée par rapport à vos besoins ? Non

3. Avez-vous des clients fidèles qui viennent uniquement dans votre magasin ?

Oui. En fait, dans le magasin d'Alseberg beaucoup. Dans celui de Jette, c'est mon frère qui s'en occupe.

- a. Leur fréquence d'achat ?

Je dirai 2 à 4 fois par mois.

4. Sur quoi communiquez-vous ? c'est-à-dire sur les promotions, l'image ?

Exclusivement sur les promotions.

TOM & CO
tout pour l'animal familier

Le plus grand **choix** & les meilleurs **prix**





EUKANUBA
Aliment complet premium
pour chiens de race
5 var. - 12 kg
~~64⁹⁹~~
51⁹⁹ €



EUKANUBA
Aliment complet premium
pour chiens de race
5 var. - 2 kg ou 2,5 kg
à partir de
~~18⁴⁹~~
14⁴⁹ €

+ 1 container
GRATIS*



enhanced with
L-Lysine

ROYAL CANIN
FELINE BREED NUTRITION

Enriched
cardiac function

ADULT >15 ans

Maine Coon 31



27⁴⁹ €

Uniquement valable le samedi 19/03/2011

GRATIS
300 g croquettes
IAMS poulet
Aliment complet
premium pour chats
Valeur 1,75 €



De grootste keuze & de laagste prijzen

SUPER PROMO

+1,5kg GRATIS

10kg + 1,5kg GRATIS

15⁴⁹ €

FRISKIES
Volledige maaltijd voor honden
2 ver. - 11,5 kg

LIFE PLUS NUTRITION
Active

1 zak van 3 kg GRATIS*

VERSELE-LAGA

Happy life

BENTO KRONEN HAPPY LIFE
Volledige premiumvoed voor honden
2 ver. - 15 kg

26²⁵ €

ADULT

PRO PLAN ADULT
Volledige premiumvoeding voor honden
3 ver. - 3 kg
vanaf ~~-18⁹⁹~~

15¹⁹ €

PRO PLAN
ADULT ORIGINAL

1 zak van 1kg GRATIS*

Eukanuba

EUKANUBA
Volledige premiumvoe voor honden
5 ver. - 3 kg
vanaf

17⁴⁹ €

100%
Adult
Small breed
1-7

TOM&CO
Volledige maaltijd «terrine» voor honden
4 ver. - 150 g
~~-0⁵⁹~~

0⁴⁷ €

TOM & CO
Junior

3 + 1 GRATIS

VITAKRAFT BEEF-STICK
Snacks voor honden
4 ver.
per stuk

1⁰⁵ €

VITAKRAFT
Beef-Stick

3 kg + 1 kg GRATIS

Pedigree

PEDIGREE
Volledige maaltijd voor honden
4 ver. - 4 kg
vanaf

5⁹⁹ €

ADULT

* Zie voorwaarden in de winkel.

Ontdek al onze promoties op tomandco.be

De grootste keuze & de laagste prijzen



-30%

TOM&CO
Anti-slip eetkom in inox
Verschillende maten

vanaf
~~079~~
055 €



-30%

FLIPPY
Leiband voor honden
Verschillende modellen

vanaf
~~899~~
629 €



Speeltjes voor honden
Verschillende modellen

vanaf
~~599~~
399 €



NEW

Gamma STREETLIFE hals-
en leiband voor honden
Verschillende modellen

vanaf
~~449~~
349 €



1 kussen

GRATIS*

vanaf
~~9499~~
7499 €

WOODLAND
Houten slaaphok voor honden
Verschillende maten



SLEEPY DOGS
Kussen voor honden
Verschillende modellen

vanaf
~~1799~~
1499 €

* Zie voorwaarden in de winkel.

Exclusieve Tom&Co-spaaractie!

Win
per gespaarde set
keukenhanddoeken
een
gratis weekend
tussen natuur en dieren*

*Gratis deelnamecoupon
te ontvangen bij
ieder spaarartikel



Meer info in de winkel

Vanaf 17/02/2011

**Prachtige sets keukenhanddoeken
en verblijven op de boerderij
voor het hele gezin!**

Hoe deelnemen? Heel eenvoudig:

- Vanaf 17/02/2011 krijgt u een spaarkaart.
- Per aankoopstijd van 10 euro krijgt u een spaarzegel.
- 6 spaarzegels = 1 volledige spaarkaart.

De kaart kan ingewisseld worden tegen een set keukenhanddoeken met meer dan 50 % korting*!
Met elke volle kaart kunt u aan een wedstrijd deelnemen met als prijzen 8 weekends op de boerderij voor het hele gezin!

*Zie voorwaarden in de winkel.



De grootste keuze & de laagste prijzen



WHISKAS POUCH PURE
Volledige maaltijd voor katten
3 var. - 12 x 85 g

3⁹⁷ €



SHEBA
Volledige maaltijd voor katten
10 var. - 100 g

0⁶⁹ €



FRISKIES
Volledige maaltijd voor katten
5 var. - 2 kg

3⁸¹ €



TOM&CO
Kattengras Cyperus Zumula**
Eetklaar
Vergemakelijkt de transit van haarballen

1⁹⁹ €



PRO PLAN
Volledige premiumvoeding voor katten
6 var. - 85 g

1¹⁵ €



SWING
Kattenluik
Verschillende modellen

10³⁵ €



BON - 3,00€

BIJ AANKOOP VAN
1,5 kg Pro Plan After Care
of Delicate
Volledige premiumvoeding voor katten



Geldig van 17/02 t.e.m. 02/03/2011 bij Tom&Co.

Schapevacht mand voor katten
Verschillende maten

2⁹⁷ €



De grootste keuze & de laagste prijzen



Geteeld zonder pesticiden.
Milieuvriendelijke verpakking
uit composteerbare
natuurlijke materialen.



HOME FRIENDS
Biohooi
1,8 kg

~~-3⁹⁵~~
2⁹⁵ €

-30%



FERPLAST
Vogelkooi Regina
32,5 x 48,5 cm

~~-27⁹⁵~~
19⁴⁹ €

-30%



VITAKRAFT KRÄCKER
2 snacks voor vogels
6 var.

~~-4⁹⁵~~
2⁸³ €



BEAPHAR XTRAVITAL
Snack voor knaagdieren
3 var.

~~-1⁹⁵~~
0⁹⁹ €



VITAKRAFT ASB
Snack voor knaagdieren
3 var.

~~-1⁹⁵~~
1⁴⁸ €

-25%



TETRA ANIMIN
Volledige maaltijd
voor vissen
1 L

~~-15⁴⁷~~
11⁶⁰ €



AQUARIUM CAPRI

Lamp 15 W,
verwarming 75 W,
pomp 350 L per uur
en biologische
binnenfilter
60 x 31,5 x 39,5 cm

~~-99⁹⁹~~
79⁹⁹ €

Van 17/02 t.e.m. 02/03/2011

In 2010 werd
310 ton voedsel
verzameld
voor verlaten en
verwaarloosde
dieren.



Help ons nog beter
te doen in 2011!

Meer info in de winkel

TOM&CO
 DÉ SPECIALIST
 VAN DE GROTE MERKEN
 SELECTEERDE VOOR U



Meer dan 45 % van alle honden en katten heeft last van overgewicht

Hill's Science Plan Light: een perfect gebalanceerde voeding om het ideale gewicht te helpen behouden. Met wetenschappelijk bewezen doeltreffende antioxidanten en L-carnitine.



~~-18⁰⁰~~
14⁹⁵ €

HILL'S SCIENCE PLAN LIGHT
 2 var.* - 1,5 kg
 40% minder vet en 18% minder calorieën



~~-49⁹⁰~~
44⁹⁵ €

HILL'S SCIENCE PLAN LIGHT
 3 var.* - 12 kg
 Veel vezels verminderen het hongergevoel tussen maaltijden



~~-69⁹⁰~~
59⁹⁵ €

HILL'S SCIENCE PLAN LIGHT
 10 kg
 Heerlijke smaak!



~~-17⁹⁰~~
14⁹⁵ €

HILL'S SCIENCE PLAN LIGHT
 2 var.* - 3 kg



~~-11⁰⁰~~
9⁹⁵ €

HILL'S SCIENCE PLAN LIGHT
 Multipack maaltijdzakjes
 12 x 100 g



~~-3⁹⁰~~
2⁹⁵ €

HILL'S SCIENCE PLAN LIGHT
 snacks
 200 g



~~-2⁹⁰~~
1⁹⁵ €

HILL'S SCIENCE PLAN LIGHT
 Blik
 370 g



www.HillsPet.be

* Meer details in de winkel.



U vindt de adressen van onze Tom&Co-winkels op onze site: www.tomandco.be of in de Gouden Gids.

Voorzitter vlg. STIMEDIA S.A., rue du Conseil général 4 - 1205 Genève - Beheer van de taksen: Advocatenkantoor Pignator 02.425.96.77, A3067, 1 plus point = 1 cent, Pointo Plus Punten nv, Ossegemstraat 53, 1080 Brussel. Aarboedingen behoudens drukfouten. De daten op de foto's zijn niet inslegren bij de prijs van de producten.



Met uw plus-kaart krijgt u in de Tom&Co-winkels 1 plus-punt per aankoopstijf van 1 euro. Op die manier gaat het sparen van plus-punten wel heel snel. Daarbovenop leveren heel wat promotieartikelen u elke week extra punten op.



Meer informatie op www.pluskaart.be of in uw winkel.

MAXI ZOO

TOUT POUR MON ANIMAL



GRANDES MARQUES PETITS PRIX



40°
Couverture en fleecé
Différents motifs. 95 x 145cm.
Lavable à 40 degrés.

PRIX CHOC
~~9,99~~ **4.99**

**ACTION
CROQUETTES
PREMIUM**
10€
de réduction
Voir page 2 pour
les conditions et le bon



Cesar
Gibier Terrine
150 g.
différentes variétés.

PRIX CHOC
~~1.85~~ **0.85**



Felix Boîte
400 g.
différentes
variétés.

PRIX CHOC
~~1.79~~ **0.79**



8,99
**Fit+Fun
Arbre à chat
Eddi**
40 x 29 x 29 cm. **5.99**

N° 1 EN EUROPE ACTIONS VALABLES DU 06/07/2011 AU 17/07/2011 N° 1 EN EUROPE

POUR MON CHIEN



Piscine pour chien

Jaune / Bleu.
Dimensions: 100 x 85 x 27 cm
(dimensions extérieures).
Rafraîchissement garanti
pendant l'été!

29,99

14.99

Jouet d'été Kong

Couleurs très visibles,
flottant sur l'eau.
Différentes tailles,
formes et couleurs.

9,99

6.99
€/pc

Jouet d'eau

Orange, vert ou illa...

4,99

2.99
€/pc

Distributeur d'eau

500 ml. Indispensable pour la
route, couleurs différentes.

3,99

1.99

**ACTION CROQUETTES
PREMIUM**

10€

**de réduction
sur achats
supplémentaires
de votre choix**

* Offre valable sur tous les sacs de nourriture
pour chiens premium à partir de 12 kg de
Select Gold, Real Nature, Royal Canin, Hill's,
Eukanuba, et Proplan. Valable du 06/07/2011 au
13/07/2011. Valable pour tout achat mentionné
sur le même ticket de caisse et sur présentation
du bon original. Ne peut être cumulé avec
cette réduction ou d'autres remises.

12 KG + 2 KG GRATUITS

12 KG + TRAVEL KIT GRATUIT



10€
de réduction*

Select Gold 15 kg
Différentes variétés.

à partir de

53.50



10€
de réduction*

Royal Canin 12 kg
Golden Retriever Adult, German
Shepherd, Labrador Retriever
Adult ou Boxer Adult.

59.49



10€
de réduction*

**Science Plan
Canine 12 kg**
Différentes variétés.

à partir de

46.99



N° 1 EN EUROPE



WWW.MAXIZOO.BE



N° 1 EN EUROPE



02



Flexi Funtime

En rose ou bleu. Différentes tailles et longueurs.

Mini: long. 3 m - max. 12 kg

Small: long. 5 m - max. 15 kg

Medium: long. 5 m - max. 25 kg

à partir de 14,49

11.49 /pc



Corbeille Domus + coussin Scoopy

Corbeille en gris ou en noir. Différentes tailles.

Prix coussin + corbeille 60 cm > 29,18 -> 20 €

Prix coussin + corbeille 80cm > 46,48 -> 35 €

Prix coussin + corbeille 95 cm > 60,68 -> 50 €

Prix coussin + corbeille 110 cm > 75,48 -> 65 €

à partir de 29,18

20€



Faites gaffe !!! Ils sont de retour.

Tiques ici ? Puce là ? Maxi Zoo vous aide à éviter des parasites à votre chien.

Plus d'infos?

Scannez le code ci-dessus avec votre smartphone ou visitez www.maxizoo.be pour le film de démonstration.



Crochet anti-tiques

Permet d'enlever la tique complètement sans laisser la tête de la tique dans la peau. Emballés par 2 pièces.

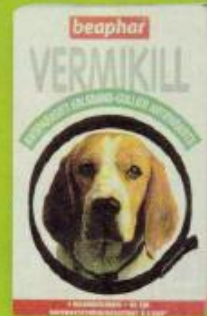
5,99

3.99 /set

Vermikill collier antiparasite pour chien

Protège votre chien pendant 4-5 mois minimum contre les insectes parasites tels que puces et autres ectoparasites.

Le collier est résistant à l'eau. Numéro d'autorisation: 53078.



5,99

4.49

Vermikill Bio Spot On

A base de huiles naturelles. Avec parfum frais. Les gouttes Vermikill Bio spot on restent actives pendant 12 semaines de traitement sans danger.



6,95

5.49



9,99

Vermikill Shampoo 200 ml

Shampooing contre les puces et d'autres ectoparasites, pour chiens et/ou pour chats âgés de plus de 6 mois. Numéro d'autorisation: 2978.

7.49

POUR MON CHAT



Pour de vraies tigresses! Griffoirs extra robustes.



Griffoir de coins

Solution idéale dans les petits espaces.
Small = 5,99 → 4,99€
Large = 7,99 → 6,99€

à partir de
5,99

4.99

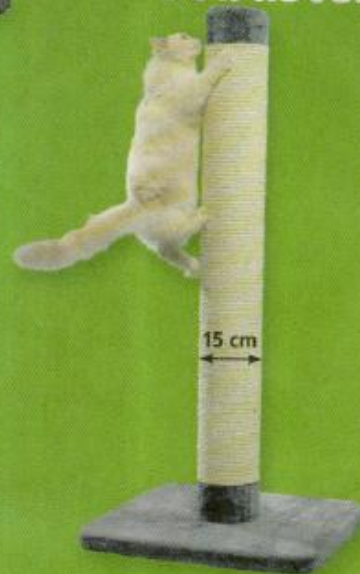


Arbre à chat XXL

Beige/brun foncé.
Super robuste et d'une grande stabilité, plateformes et tronc en sisal très épais.
Env. 80 x 125 x 60 cm.

149,99

129€



Griffoir XXL

Super robuste spécialement adapté aux chats de grande taille. H: 120 cm.

69,99

59€



Faites gaffe !!! Ils sont de retour.

Tiques ici? Puce là? Vous en êtes vite débarrassé !

Plus d'infos?

Scannez le code ci-dessus avec votre smartphone ou visitez www.maxizoo.be pour le film de démonstration.

Vermikill collier antiparasite pour chat

Protège votre chat pendant 4-5 mois minimum contre les insectes parasites tels que puces et autres ectoparasites.

Le collier est résistant à l'eau.
Numéro d'autorisation: 5307B.



5,99

4.49



5,99

3.99 /set

Crochet anti-tiques

Permet d'enlever la tique complètement sans laisser la tête de la tique dans la peau. Emballés par 2 pièces.

Vermikill Bio Spot On

A base de huiles naturelles. Avec parfum frais. Les gouttes Vermikill Bio Spot On restent actives pendant 12 semaines de traitement sans danger.

NEW



6,95

5.49



9,99

Vermikill Shampoo 200 ml

Shampooing contre les puces et d'autres ectoparasites, pour chiens et/ou pour chats âgés de plus de 6 mois. Numéro d'autorisation: 297B.

7.49



Catch the light laser point

Jouet idéal pour vous amuser et éveiller l'instinct de chasseur de votre animal ! Bles incl.

9,89

6.99



Trop de chats aux refuges! Aidez-les maintenant!

Bénéficiez de € 5 de remise par tranche d'achat de 25 € ou offrez 5 € pour un centre de refuge pour animaux*

* Sur les produits sélectionnés. Voir les conditions sur www.eteduchat.be ou demandez à votre magasin Maxi Zoo.

-1€ À L'ACHAT DE 3 PIÈCES VIA COUPON AU MAGASIN

18 + 6 GRATUITS + WHISKAS TEMPTATIONS SNACK 30 G GRATUIT



à partir de 0,74

Sheba Pouch 85 g
Différentes variétés.

0.69 €/pc



7,19

Whiskas Pouch 24 x 85 g
Différentes variétés.

6.99

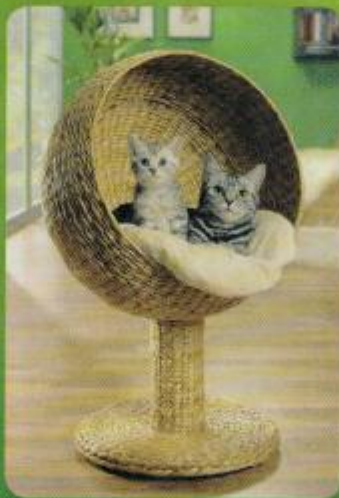
En sécurisant votre balcon ou votre terrasse avec un filet de protection, vous permettez à votre chat de prendre l'air sans danger.



Filet de protection pour chat

Noté 2 différentes tailles:
2 x 6 cm > 19,99 € > 17,99€
3 x 6 cm > 24,99 € > 21,99€

à partir de 19,99
17.99



Lit Globe pour chats

Tissé à partir de matériaux naturels.
Coussin incl.
Env. 46 x 46 x 70 cm.

39,99

36.99

10 KG + LITIÈRE POUR CHATS BLUE CONTROL D'UNE VALEUR DE 14,99€



Select Gold 10 kg
Différentes variétés.

à partir de
52.99

SNACK FESTIVAL

MAXI ZOO VOUS OFFRE UN SNACK GRATUIT* SI VOUS VENEZ AVEC VOTRE CHIEN

Première Best Meat Snack
60 ou 90 g
100% viande.
Différentes variétés.



à partir de 2,69

2.29



Os à mâcher

2,49

2.19



Os à mâcher fourré

3,69

2.99 /pc



Veggie Bio Strips 18 cm

0,49

0.29 /pc



Pedigree Chewy Bar 70 g

2,29

1.99



Pedigree Meaty Sticks 33 g
Boeuf ou poulet

0,99

0.79



Flamingo Chick 'n' Snack court 170 g

4,79

4.49



Crunchy Munchy Sticks naturel 1 kg

3,69

3.29



Axi Trainer 450 g
La récompense idéale pendant l'entraînement.

4,49

4.19



Friskies Biscuits Original 500 g

2,39

2.19



MultiFit Fits 150 à 240 g
Différentes variétés.

à partir de 1,89

1.59



Multifit Naturelle 50 g
Différentes variétés.

1,99

1.69



Cat Snack Minos 60 g
Saumon et truite.

1,49

1.29



Vit Bits 35 g
Friandise saine avec pâte multivitaminée.

1,99

1.79



Vitakraft Catstick 12 g

1,05

0.89

* Minimum nécessaire 100 g



N° 1 EN EUROPE



WWW.MAXIZOO.BE



N° 1 EN EUROPE



06

POUR MON RONGEUR



-25 %

Crock Complete
Snacks pour rongeurs. 50 g.
Différentes variétés.

2,25 **1.69**

PROMODEAL

❶ Cage pour rongeurs Woody Castle 149 €

Gris/blanc. 76 x 22 x 120 cm. Avec tiroir intégré pour faciliter le nettoyage.

❷ Multifit aliment Junior 800 g 3,69 €

❸ Balle à foin avec clochette 2,29 €



PRIX CHOC

129€ /set

VOTRE AVANTAGE 25,98 €

POUR MON POISSON



- ❶ MultiFit Sticks 5l: 7,99 --> 6,99 €
- ❷ MultiFit Flakes 5l: 8,99 --> 7,99 €
- ❸ MultiFit Koi-Sticks 5l: 13,49 --> 11,99 €
- ❹ MultiFit Nutrimix 5l: 13,49 --> 11,99 €
- ❺ MultiFit Algae Stop 500 ml: 8,99 --> 6,99 €
- ❻ MultiFit Waterfit 500 ml: 11,99 --> 9,99 €
- ❼ MultiFit Bio Algae Stop 3l: 9,29 --> 7,99 €



Kit complet Aquarium

Dimensions: 55 x 30 x 35 cm. Eclairage: 1 x 11 W Daylight Eco, rendement de 75W. Contenance: 55 l. Livré avec Mini biobox 2 filtre, Easyflux 200 pompe et Easyklim 50W

69,99

59.99



AniMin Aliment 250 ml

Aliment complet pour poissons rouges.

3,85

2.99

07



N° 1 EN EUROPE



WWW.MAZOO.FR



PARCE QU'ON A TOUS BESOIN D'UN ESPACE APPROPRIÉ !



RÉCEMMENT, NOUS AVONS INSTALLÉ DE NOUVEAUX AMÉNAGEMENTS AVEC BEAUCOUP D'ESPACE POUR RONGEURS DANS LES MAGASINS SUIVANTS:
AALST, GERAARDSBERGEN, LOKEREN, MELLE, MELSELE, WAREGEM ET WOMMELGEM.

ACTION ONLINE PRODUIT GRATUIT*



ROYAL CANIN

500 G

YORKSHIRE TERRIER 28 ADULT
Pour un poil brillant, soyeux et une peau saine.

IMPRIMEZ VOTRE BON SUR WWW.MAXIZOO.BE

* Dans la limite des stocks disponibles. Max. 1 bon par client et/ou ticket de caisse.

DISCOUNT



Sticks pour chats
10 pcs
Différentes variétés.

1.69



Croquettes pour chats
5 kg
Différentes variétés.

4.99



Aliments en conserve pour chiens
1200 g
Différentes variétés.

0.85



Bâtonnets pour étang
7 l

5.99

PLUS DE 1200 MAGASINS EN EUROPE



Aalst

LU-SA: 9h00 à 18h30
Gentsesteenweg 327
Tel. 053/21.03.80

Dendermonde

LU-SA: 9h00 à 18h30
Mediebaanweg 26
Tel. 052/48.39.10

Genk

- Ouvert le dimanche -
MA-SA: 9h00 à 18h30
De 12h00 à 17h00
Hasseltweg 178
Tel. 089/65.01.42

Gent

LU-SA: 9h00 à 18h30
Roiogemlaan 2
Tel. 09/226.54.86

Gentbrugge-Melle

LU-SA: 9h00 à 18h30
Brusselsesteenweg 2
Tel. 09/210.31.80

Geraardsbergen

LU-SA: 9h00 à 18h30
Astridlaan 101
Tel. 054/43.57.50

Hoboken

LU-SA: 9h00 à 18h30
Zeeelandstraat 38
Tel. 03/744.04.99

Hornu

LU-SA: 9h00 à 18h30
Rue de Mons 280/AT6
Tel. 065/78.00.31

Huy

LU-SA: 9h00 à 18h30
Shopping Mosan
Avenue du Rosepot 414
Tel. 085/84.29.70

Kortrijk

LU-SA: 9h00 à 18h30
Engelse Wandelweg 2/L3
Tel. 056/21.78.01

Lokeren

LU-SA: 9h00 à 18h30
Tweebruggenstraat 8
Tel. 09/360.85.00

Lommel

- Ouvert le dimanche -
MA-SA: 9h00 à 18h30
De 12h00 à 17h00
Binnensiel 19
Tel. 011/51.02.40

Melsele

LU-SA: 9h00 à 18h30
Nieuwlandstraat 2
Tel. 03/254.29.29

Oostende

LU-SA: 9h00 à 18h30
Torhoutsesteenweg 694
Tel. 059/23.81.36

Roeselare

LU-SA: 9h00 à 18h30
Brugsesteenweg 457
Tel. 051/24.38.19

St-Martens-Latem

LU-SA: 9h00 à 18h30
Kortrijksesteenweg 214
Tel. 09/248.06.62

Sint-Niklaas

LU-SA: 9h00 à 18h30
Vijfstraten 38
Tel. 03/776.37.56



Turnhout

LU-SA: 9h00 à 18h30
Steenweg op Gierle 212
Tel. 014/42.42.32

Waregem

LU-SA: 9h00 à 18h30
Gentsweg 585
Tel. 056/61.65.07

Wommelgem

LU-SA: 9h00 à 18h30
Autelal 55
Tel. 03/410.15.80

Prix, modèles et couleurs repris sur ce flyer sont d'application sous réserve d'erreurs, d'omission ou de fautes d'impression. Offres valables jusqu'à épuisement du stock. Exclure remboursement Koen van den Bossche, Luernburgstraat 11, Temse. Achat limité à 24 pièces par article par client.



N° 1 EN EUROPE



WWW.MAXIZOO.BE



N° 1 EN EUROPE



MAXIZOO 01/2011 1 ann. 37

40 jaar
AVEVE

Mezenbol 10 stuks

1,50
€⁺

+ gratis
kalender
2011

Royal Canin
*Bij aankoop van 1 zak MINI vanaf 8 kg of 1 zak MEDIUM, MAXI, GIANT of BREAD vanaf 12 kg. Prijs vanaf € 39,90

AVEVE hondenbrokken 20 kg
€ 24,95 € 20,95

€ 4
KORTING

optima hondenvoeding 15 kg

Puppy	€ 49,95	€ 44,95
Adult regular	€ 48,50	€ 43,50
Adult lam & rijst	€ 54,95	€ 49,95
Adult light	€ 53,95	€ 48,95
Mature senior	€ 53,95	€ 48,95

€ 5
KORTING

AVEVE alu kip, rund of lam
50 My AVEVE-punten bij aankoop van 5 alu kuipjes naar keuze 300 g. € 1,15

+50
MyAVEVE
Wanneer My AVEVE-punten + € 0,50

'Vogels voelen zich echt wel thuis in jouw voederhuis.'
Winterhuisje Chamonix
147 cm x 76 cm x 76 cm. € 60 € 48

40 jaar
20%
KORTING

Hill's hond 12 kg
Puppy lamb & rice
Adult lamb & rice
Adult large breed lamb & rice
Mature lamb & rice

49,95
€ 58⁰⁰



Ook uw dieren verdienen een warme kerst !

Hill's kat

*Bij aankoop van 2 zakken vanaf 1,5 kg gratis voederbox. Vanaf € 18,95.



+ gratis voederbox

Salto schapenmengeling 128 - 20 kg

Het smakelijkste voer voor al uw schapen. Deze mengeling is geschikt voor onderhoud, groei en bijvoeding tijdens de dracht. € 8,85 € 8,35

€ 0,50 KORTING



Capri geiten- en hertenmengeling 181 - 20 kg

Smakelijke mengeling voor geiten en herten. € 8,95 € 8,45

€ 0,50 KORTING



AVEVE Pouch 12-pak

Vleesselectie of visselectie € 4,75



40% KORTING op het 3de pak

AVEVE kweekmengeling - 25 kg

Deze zuivere duivenmengeling met hoge voedingswaarde is de ideale basis voor een goed kweekseizoen. € 14,30 € 12,87

10% KORTING



MAGISCHE ONTMOETINGEN
APASSIONATA

In het **Licht van de Sterren**
"SHOW OF THE YEAR"

NIJWE SNOW

7 t/m 9 JANUARI 2011
WWW.LOTTO-ARENA.BE

Vm 13 JAAR HALVE PRIJS

My AVEVE verwent !

Exclusief voor My AVEVE-leden € 9 korting (Kinderen hebben 50 % korting) voor het nieuwe paardenspektakel van Apassionata!

Op vrijdag 7, zaterdag 8 en zondag 9 januari 2011 presenteert Apassionata haar nieuwste productie in de Lotto Arena in Antwerpen. En het belooft weer een spectaculair, sprookjesachtig paardengala te worden. My AVEVE-kaarthouders krijgen maar eventjes € 9 korting op hun ticket.

Info en reservatie: www.teleticketservice.com.
Vul je lidnummer in als de code gevraagd wordt.
Houd je kaart dus bij de hand!



Annexe 8 : Tableau aidant à la collecte de données de l'échantillon lors de la visite en France

Store name & adress:				
Références	Marques	Présence ou pas (catégorie et référence)	Type de marque (N MDD PP)	Autre(s) marque(s) FR
CHATS FOOD				
100GR JUNIOR EN SAUCE	Whiskas			
400G WH VOL&GIBIER EN SAUCE	Whiskas			
80G SHEBA GASTR COCKTAIL OCEAN	Sheba			
2KG VITALITY HEART LA/VO/LE/CE	Friskies			
300GR ADULT LAMB	Iams			
VITA LIFE CAT-ST.M(2P)OD-STOP	Vitakraft			
HERBES A CHAT	Iams			
CHATS NON FOOD				
COL ANTI-PUCE&-TIQUE ROUG CHAT	Beaphar			
10L CAT S BEST OKOPLUS	Rettenmaier			
COL CHAT NYLON 27CM/10MM BLEU	Vichy			
JOUET KITTY PLAYSTATION	Karlie			
ARBRE CHAT ADVENTURE 70X66X174	Flamingo			
CHEVAL NON FOOD				
2KG PIERRE MINERALE 31996	Horse harmony			
KIT DE PANSAGE LILA	HorizonT(Rubco)			
CHIEN FOOD				
7.5KG CANINE PUPPY LAMB&RICE	Hill's			
3KG PROP.ADULT DIGESTION AGN.	Pro plan			
12KG GOLDEN RETRIEVER	Royal canin			
15KG BK NB ALL BREEDS LIGHT	Versele Laga			
200G T&C SNAC O MINI BONES MIX	Tom&Co			
12.5KG BISCUITS MARKIES	Pedigree			
280G CESAR MAGNUM VOLAILLE	Cesar			
18KG FRISK ACTIVE BŒUF	Friskies			
PANNEAU TERVUEREN FR	Vadigran			
CHIEN NON FOOD				
100ML STOP IT SPRAY	Beaphar			
400ML DETACHANT	Beaphar			
MUSULIER.NYL.NR2 50.25.02	Jolly			
IMPERMEABLE 48CM 501597	Jolly			
CORDE COTON 8-FORME COL.	Tom&Co			
CALENDRIER BEAUCERON	Flamingo			

DOG RESIDENCE HOUSSE 60 CM	Savic			
MANG.DOUBLE CLAW SMALL (330ML)	Jolly			
LS NYLON 1.4M/20MM NOIR	Rogz Fanbelt			
COUSSIN ARMY T40	Jolly			
BROSSE SMALL	Jolly			
HARN ERGOTATTOO P L ROUGE	Ergo			
CAGE EN FER 2PORTE 93X57X62 NO	Petgear			
LS HIGH REFLEC 200CMX15MM	Laroy Duvo			
GAMELL CHIEN EMPREIN NOI 0.50L	Bobby			
LETTRE/LETTER STRASS D	Oscar			
AZIMUT 600 RESERVOIR EAU/CROQU	Ferplast			
SAC DE TRANSPORT NAVY MEDIUM	Tom&Co			
TRIMMER SMALL GRO 5960	Ferplast			
DOUDOUNE MONT BLANC T25 MARRON	Bobby			
MANTEAU URBAN NOIR T34	Bobby			
COL PETIT PRINCESSE FUSHIA T20	Bobby			
CHARGING STATION	Innotek			
COLLIER ENVY FOREVER 10MM NOIR	Zolux			
STATION DE STOCKAGE 9KG	Iris			
SOFA PISTACHE MEDIUM	Tom&Co			
DOUDOUNE DOGJACKET T34 BEIGE	Bobby			
MANTEAU LEGEND KAKI T28	Bobby			
MANTEAU LES ALPES MARINE 25	Bobby			
OURS PELUCHE 28CM	Billiet			
OISEAUX FOOD				
150G PATEE FORT OEUF CANARI	Beaphar			
1KG GRAINES VOLIERES	Vadigran			
3 CRACK.MIEL PERRUCHE	Vitakraft			
MAISON D HIVER SUR PIED ISCHGL	Flamingo			
OISEAUX NON FOOD				
BALI RO.LAITONNE FUME	Ferplast			
ANI 4091 JOUET PERRUCHES	Ferplast			
NICHOIR PORTLAND	Benelux			
POISSONS FOOD				
750GR GOLDFISH NUTRIPPEARLS	Tetra			
250ML TETRA CICHLID GRANU	Tetra			
POISSONS NON FOOD				
BLOCS OXYGENE	Vitakraft			
OUATE FILTRANTE VERT. 250 GRAM	Aquality			
500ML KH PLUS	Velda			
DIFFUSEUR AIR PLIABLE 30 CM	Flamingo			
PLANTE HAIRGRASS 20 CM	Hagen Grizo			
1L GRANULES TORTUES	Hagen Grizo			
RONGEURS FOOD				
SNACK BOX MIX COBAYE	Vitakraft			
75G ANNEAUX A GRIGNOTER	Beaphar			
RONGEURS NON FOOD				
150ML FURRY FOAM RONGEURS	Oropharma			
WILLOW STIX	Happy pet (Laro)			

Annexe 9 : Tableau aidant à la collecte de données sur les MLS et MLD pour les concurrents mis à part Maxizoo

Store name & adress:	

Catégories	MLS	# étagères	MLD (=MLS*#étagères)
Chats			
Cheval			
Chien			
Oiseaux			
Poissons			
Rongeurs			

Autre(s) catégorie(s)	

La catégorie	Chats Food	représente		du rayon chat
La catégorie	Chats non-Food	représente		du rayon chat
La catégorie	Cheval non food	représente		du rayon cheval
La catégorie	Chien food	représente		du rayon chien
La catégorie	Chien non food	représente		du rayon chien
La catégorie	Oiseaux food	représente		du rayon oiseaux
La catégorie	Oiseaux non food	représente		du rayon oiseaux
La catégorie	Poissons food	représente		du rayon poissons
La catégorie	Poissons non food	représente		du rayon poissons
La catégorie	Rongeurs food	représente		du rayon rongeurs
La catégorie	Rongeurs non food	représente		du rayon rongeurs

Annexe 9 bis : Tableau aidant à la collecte de données sur les MLS et MLD pour Maxizoo

Store name & adress:	

Catégories	MLS	# étagères	MLD (=MLS*#étagères)	MLS MDD	#étagère MDD	MLD MDD
Chats						
Cheval						
Chien						
Oiseaux						
Poissons						
Rongeurs						

Autre(s) catégorie(s)	

La catégorie	Chats Food	représente		du rayon chat
La catégorie	Chats non-Food	représente		du rayon chat
La catégorie	Cheval non food	représente		du rayon cheval
La catégorie	Chien food	représente		du rayon chien
La catégorie	Chien non food	représente		du rayon chien
La catégorie	Oiseaux food	représente		du rayon oiseaux
La catégorie	Oiseaux non food	représente		du rayon oiseaux
La catégorie	Poissons food	représente		du rayon poissons
La catégorie	Poissons non food	représente		du rayon poissons
La catégorie	Rongeurs food	représente		du rayon rongeurs
La catégorie	Rongeurs non food	représente		du rayon rongeurs