

Alimentation animale : un secteur « stratégique »

« On a demandé aux visiteurs internationaux quels sont les secteurs d'activité qui les ont le plus intéressés. L'année dernière, l'alimentation animale arrivait largement en tête avec 62 % », souligne Anne-Marie Quéméner, commissaire générale du Salon international de l'élevage (Space). **C'est un domaine stratégique pour le Space et les participants.** »

Cette année, le Salon rassemble 347 exposants, dont 139 étrangers, dans le secteur de l'alimentation animale. Sur un total de 1 200 exposants, « ça fait quasiment un tiers concerné par ce sujet ». Elle décrit « une expertise française en la matière. Notamment ici dans l'Ouest et en particulier en Bretagne ». Et « les entreprises ont besoin d'aller chercher une clientèle à l'export ».

« Créer du réseau »

À l'image du groupe CCPA, spécialisé dans la nutrition animale et implanté à Janzé (Ille-et-Vilaine), qui réalise 64 % de son chiffre d'affaires (176 millions d'euros) à l'étranger. « **Notre ambition, c'est de continuer à étendre notre activité** », souligne-t-il. Le « salon local de l'année » est l'occa-



La 37^e édition du Salon international de l'élevage, à Rennes, rassemble 347 exposants dans le secteur de l'alimentation animale. | PHOTO : ARCHIVES MARC OLLIVIER, OUEST-FRANCE

sion de rencontrer ses propres clients et partenaires, ses futurs collaborateurs (via la présence de l'équipe RH), mais aussi « **de créer du réseau** ».

Même chose pour MG2Mix, l'entreprise de fabrication de prémix (des compléments alimentaires) basée à Châteaubourg (Ille-et-Vilaine). Avec un chiffre d'affaires à 58 millions d'euros, elle réalise « **55 % de l'activité à l'international** », détaille son directeur général, Vincent Gerfault.

L'entreprise vient au Salon pour entretenir son réseau, créer de nouveaux contacts et « **faire visiter l'usine** ». En 2022, l'augmentation du prix des matières premières a entraîné une baisse d'activité à l'export. Résultat : « **pas de croissance.** » En 2023, c'est reparti. « **On a réussi à se maintenir parce qu'on a trouvé d'autres marchés.** » Il précise que dans le même temps, les fabricants se sont adaptés aux prix.

Laure BESNIER.