

La grande forme du marché des animaux de compagnie aiguisé les appétits

Dopé par la crise, le marché de l'alimentation, du soin et du bien-être animal représente plus de 5 milliards d'euros. Une manne que se partagent les industriels et les distributeurs ancestraux du secteur, mais aussi de plus en plus de petites entreprises positionnées sur des niches.



Les Français dépensent en moyenne plus de 1.000 euros par an pour leurs animaux de compagnie.
(nhk_nhk/Shutterstock)

Par **Françoise Sigot**

Publié le 9 mars 2022 à 15:41

La crise sanitaire a profité au marché des animaux de compagnie. En moyenne, les propriétaires leur consacrent aujourd'hui plus de 1.000 euros par an. « L'animal est un membre à part entière de la famille. Les propriétaires recherchent le meilleur pour lui »,

assure Yoann Latouche, fondateur de YLG group, cabinet de conseil spécialiste de l'univers de l'animal.

Résultat, les ventes d'aliments, accessoires et autres équipements ont augmenté de plus 6 % en 2020, à plus de 5 milliards d'euros, au moins autant que l'an dernier, selon PromoJardin-Prom'animal. « C'est un marché structurellement porteur, sa taille a été multipliée par 1,5 en dix ans », commente Sabrina Tiphaneaux, consultante pour « Les Echos Etudes ».

Montée en gamme

Ces acteurs accompagnent la demande avec une offre de plus en plus tirée vers le haut. En premier lieu sur l'alimentation, qui représente plus de 4 milliards d'euros, en hausse de 48 % en dix ans. A l'image de Mars Petcare France, qui investit 85 millions d'euros dans son usine de Saint-Denis-de-l'Hôtel (Loiret) pour produire des sachets fraîcheur, les géants du secteur mettent les bouchées doubles. De nouveaux entrants, positionnés sur des niches, comme la jeune pousse parisienne Tomojo avec ses croquettes à base d'insectes ou la start-up de Perpignan Japhy et ses croquettes sans gluten, viennent les challenger.

PUBLICITÉ



La vente d'accessoires aiguise aussi les appétits, souvent à grand renfort de technologie. La chaîne d'animaleries Maxi Zoo vient ainsi de lancer un collier GPS permettant de localiser son animal en temps réel, de suivre sa dépense d'énergie et de mieux doser son alimentation.

Royal Canin teste un concept de boutique dédiée aux chats

Les Français entretiennent par ailleurs la vitalité des nombreux acteurs de la distribution, surtout les spécialistes. Entre 2019 et 2020, le chiffre d'affaires des animaleries a augmenté de 21 %, celui de la vente en ligne de 20 %. De quoi convaincre les acteurs du secteur de se positionner sur les deux canaux. Maxi Zoo annonce ainsi l'ouverture de 45 magasins cette année, mais aussi la montée en puissance d'une offre en ligne opérationnelle depuis fin 2020.

Cérémonies d'obsèques

« Nous allons renforcer notre présence numérique avec une application qui proposera plus de services, notamment du conseil vétérinaire », annonce Jan Wejbrandt, le président de Maxi Zoo France. Il reste toutefois convaincu que les enseignes physiques conserveront leur leadership. « Les propriétaires souhaitent voir les produits et rencontrer des conseillers, c'est pourquoi nous accélérons le rythme des ouvertures pour compter 317 magasins en fin d'année », explique-t-il. L'an dernier, 98 % des 340 millions d'euros de chiffre d'affaires de l'enseigne venaient des ventes en magasin. Selon Jan Wejbrandt, la part d'Internet devrait atteindre d'ici peu 20 %, sans pour autant rogner l'activité des magasins.

Les animaleries déplorent l'interdiction de ventes de chats et de chiens

Un autre créneau est en plein essor : celui des obsèques pour animaux de compagnie. « Il y a encore une dizaine d'années, la demande d'une cérémonie individualisée était de moins de 5 %. Aujourd'hui, nous dépassons les 15 % », indique Julien Hanoka, directeur général de Séleste, une jeune entreprise parisienne à la tête de trois cimetières animaliers et deux crématoriums. Cette PME, qui affiche un chiffre d'affaires de 1,5 million d'euros, prévoit 20 implantations en France d'ici à cinq ans, moyennant 40 millions d'euros d'investissements.

Convaincus que les propriétaires vont encore plus choyer leurs animaux, les investisseurs délient eux aussi les cordons de la bourse. Ultra Premium Direct, qui produit des croquettes et pâtées premium sans céréales, a réuni 68 millions il y a moins d'un an. En début d'année, c'était au tour du spécialiste lyonnais de l'assurance santé pour les animaux de compagnie Santé Vet de boucler une levée de fonds de 150 millions d'euros. Quant à Japhy, il a réuni 10 millions d'euros pour ses croquettes aux ingrédients naturels. Alors que plus d'un foyer français sur deux possède un animal de compagnie, ce marché reste une valeur sûre.

Alimentation animale : Zoomalia vise 100 boutiques physiques

Françoise Sigot (Correspondante à Lyon)

