

LE MARCHÉ DE L'ANIMAL DE COMPAGNIE EN PLEINE FORME !



Prom'animal et Les Echos Etudes publient les résultats du marché de l'animal de compagnie pour l'année 2016.

L'étude présente de manière détaillée les grandes tendances qui animent le secteur des animaux de compagnie ainsi que les chiffres d'affaires TTC de près de 100 catégories de produits. Les résultats sont issus du panel distributeurs Prom'animal et de données partenaires (Nielsen et Kynetec). Spécialistes de la réalisation d'études indépendantes, Les Echos Etudes ont été en charge de la récolte, du traitement et de l'analyse des données.

Des maîtres aux petits soins...

Avec des ventes qui frôlent les 4,6 milliards d'euros TTC (vivant, alimentation, consommables et accessoires), le marché des animaux de compagnie est un des plus dynamiques du commerce de détail. En 10 ans, sa taille a été multipliée par 1,5 soit un rythme 8 fois plus rapide que l'augmentation du parc d'animaux. Et 2016 ne déroge pas à

la règle avec une croissance du marché de 3,3 %, en accélération par rapport à 2015 (+2,9 %).

Il faut dire que le marché est de taille. Près d'un foyer sur deux détient au moins un animal de compagnie, soit 63 millions de compagnons à nourrir et entretenir. Mais derrière ce dynamisme, il y a surtout une demande en pleine mutation ! Les Français sont de plus en plus attachés à leurs animaux au point qu'ils transfèrent sur eux leurs propres envies et besoins de consommation. Cette tendance à l'anthropomorphisme fait émerger de nouveaux marchés. Produits bio, healthy, qui suivent les tendances de la mode, connectés... rien n'est trop beau pour son petit compagnon, devenu un membre de la famille à part entière. L'offre monte en gamme et se segmente de manière de plus en plus fine, parfois même jusqu'à complète saturation des rayons.

La quasi-totalité des familles d'animaux est en progression

Fait remarquable en 2016, quasiment toutes les familles d'animaux ont performé.

Le chat s'affirme comme le segment star du marché.

Représentant un chiffre d'affaires de 1,9 milliard d'euros, en hausse de 4,7 %, il explique à lui seul 60 % de la croissance totale du marché de l'animal de compagnie en 2016. Apprécies pour leur autonomie et leur indépendance, les chats sont en effet de plus en plus nombreux à peupler nos habitats. On en compte aujourd'hui 13 millions contre 10 millions il y a 10 ans. Et le marché est encore loin d'être arrivé à maturité. Face à des maîtres en quête permanente de bien-être et de confort pour leurs compagnons, la demande se fait de plus en plus exigeante et sophistiquée.

Bien qu'en ralentissement par rapport à sa moyenne de long terme, le marché du chien a également connu en 2016 une croissance vigoureuse (+ 2,9 %).

Une performance d'autant plus remarquable que le parc canin a eu tendance à s'éroder ces dernières années. La croissance reste portée par une « premiumisation » de l'offre, surtout dans l'alimentaire qui représente 78 % des 1,7 milliard d'euros dépensés chaque année pour nos compagnons à poils. Et les besoins se font d'autant plus spécifiques que la part des animaux stérilisés, en surpoids, et seniors augmente d'année en année.

Sur les 10 dernières années, le marché de l'animal de compagnie en France a augmenté près de 8 fois plus vite que le parc d'animaux

Source : Prom'animal - traitement Les Echos Etudes

LE MARCHÉ DE L'ANIMAL DE COMPAGNIE EN PLEINE FORME !

La bonne nouvelle de 2016 est venue du marché de l'aquariophilie qui a stoppé sa décrue.

Les ventes ont progressé de 1 %, redynamisées aussi bien par les stratégies des distributeurs qui ont réinvesti ce segment (meilleure mise en valeur des produits, travail de formation des vendeurs, développement de MDD...) que par les efforts d'innovations des fabricants. Sur un marché qui peine à fidéliser les nouveaux pratiquants, le développement des nano aquariums (cuve de 20 L maximum) a séduit les débutants alors que le renouvellement des gammes sur les grandes cuves (produits plus design, technologies connectées, éclairage au LED...) a boosté les ventes sur la clientèle plus expérimentée.

Même rebond du côté du marché des petits mammifères qui a renoué avec la croissance.

Après plusieurs années en déclin, le chiffre d'affaires a progressé de 0,7 % en 2016, retrouvant son niveau de 2014. Si les rongeurs peinent de plus en plus à intéresser les jeunes générations, qui leur préfèrent d'autres centres d'intérêts comme les loisirs numériques, le lapin nain connaît en revanche un certain succès et porte le développement du marché.

Pas de surprise du côté du marché des animaux de la basse-cour qui a confirmé son dynamisme.

Les ventes ont progressé de 3,3 % en 2016. Au cœur de ce succès, la poule, qui a su séduire une nouvelle clientèle plus urbaine et plus jeune que le cœur de cible

traditionnel. Cette tendance témoigne d'une fibre croissante des Français pour l'écologie, l'envie d'une consommation plus responsable mais aussi le plaisir de nouer une relation particulière avec ces animaux appréciés des enfants. Preuve de cet engouement, l'alimentation pour animaux de la basse-cour, qui représente près de 83 % des dépenses, voit arriver de nouvelles lignes de produits comme des gammes bios ou spécifiques à certaines races de poules.

En revanche, deux familles ont connu un net tassement de leurs ventes :

- Très volatil car météo-sensible, **le marché des animaux de la nature** a progressé d'un timide 2,3 % en 2016 après le boom des ventes en 2015 (+ 33 %). Un coup de frein qui s'explique par la douceur de l'hiver en début d'année même si le marché reste structurellement porteur. Les Français aiment accueillir la vie dans leur jardin et sont de plus en plus sensibles à y assurer la biodiversité en attirant des auxiliaires. Une préoccupation qui se fait croissante avec l'arrêt prochaine de la vente de produits phytosanitaires de synthèse.
- Signe qu'il arrive à maturité, **le marché de la terrariophilie** a nettement ralenti en 2016 (+ 1,2 %) après plusieurs années de forte croissance. Il souffre également du développement de circuits parallèles qui concurrencent très fortement les enseignes de la distribution spécialisée. Si le vivant ne représente que 10 % du marché, il reste très dynamique avec une progression de près de 11 %.

Le marché des oiseaux d'élevage est, lui, tendanciellement en déclin depuis plusieurs années.

Il souffre des épisodes de gripes aviaires à répétition et d'une clientèle vieillissante qui peine à se renouveler, le grand public étant de plus en plus réticent à l'idée d'enfermer un oiseau en cage. Mais si 2016 a été une nouvelle année de baisse (-2 %), les oiseaux élevés à la main comme les perruches et les perroquets séduisent de plus en plus et suscitent des vocations.

Le e-commerce et les animaleries, principaux gagnants de la croissance du marché

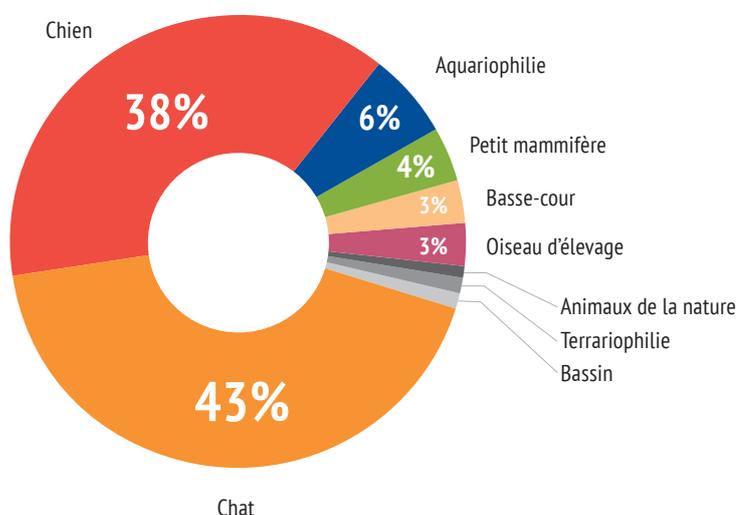
Les grandes surfaces alimentaires, qui occupent un poids prédominant dans le petfood, sont le premier débouché du marché de l'animal de compagnie avec une part de 51 % en 2016. Les spécialistes du jardin (jardinerie et livres services agricoles) totalisent une part de 26 %. Mais ce sont surtout Internet et les animaleries qui ont été les principaux gagnants de la croissance du marché en 2016 :

- Les animaleries ne ressortent que comme le troisième circuit de distribution avec 13 % des ventes mais elles ont grignoté du terrain sur les autres canaux de vente. Leur chiffre d'affaires a progressé de 6 % en un an, dynamisé par un effet parc mais aussi de bonnes performances organiques portées notamment par le développement de leur offre de MDD.
- Les ventes e-commerce ont bondi de 29 % en 2016. Ce circuit réalise aujourd'hui 8 % du chiffre d'affaires du marché.

Communiqué de Presse : Juillet 2017

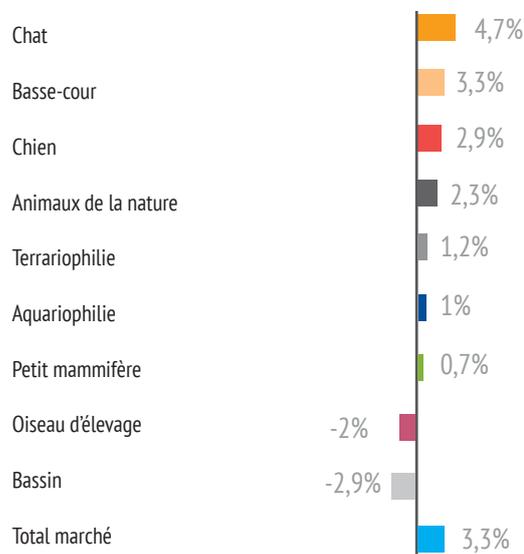
ÉVOLUTION PAR FAMILLE

Répartition du CA TTC par famille en 2016



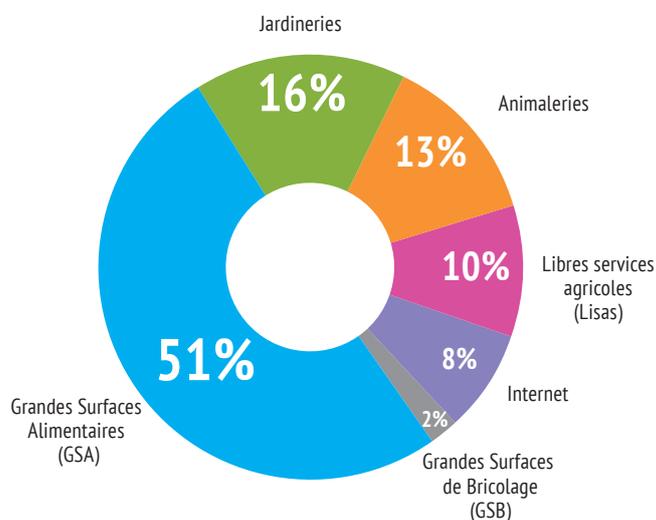
Source : Prom'animal d'après panel Prom'animal et Nielsen - traitement Les Échos Études.

Évolutions annuelles du CA TTC par famille en 2016



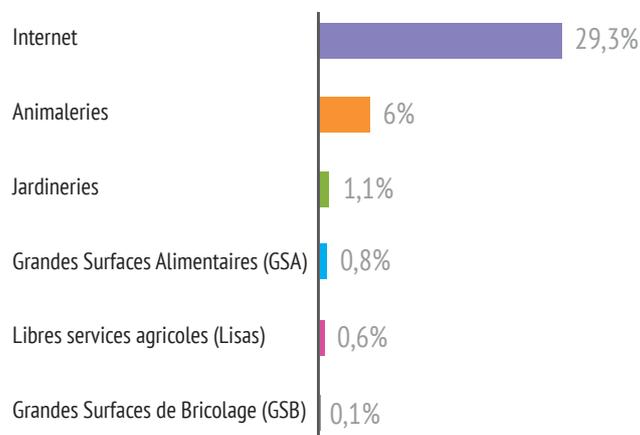
ÉVOLUTION PAR CIRCUIT DE DISTRIBUTION

Répartition du CA TTC par circuit en 2016



Source : Prom'animal d'après panel Prom'animal et Nielsen - traitement Les Échos Études.

Évolutions annuelles du CA TTC par circuit en 2016



A PROPOS DE PROM'ANIMAL

Prom'animal est la section dédiée aux animaux de compagnie (chats, chiens, petits mammifères, oiseaux, poissons...) de l'association Promojardin. Elle rassemble de manière unique, du fait de leur pluridisciplinarité, les acteurs industriels, économiques et stratégiques du marché de l'animal de compagnie.

L'association fait en sorte que toutes ses composantes travaillent dans une philosophie positive commune.

A PROPOS DES ECHOS ÉTUDES

Les Echos Etudes est le pôle d'expertise sectorielle du Groupe Les Echos, spécialisé dans la réalisation d'études de marché, d'analyses concurrentielles et de diagnostics d'entreprises. Nous accompagnons depuis plus de 25 ans les acteurs publics et privés dans la compréhension de leurs marchés, leurs réflexions stratégiques et la vision prospective de leur métier.

Communiqué de Presse : Juillet 2017

SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

L'étude Prom'animal fournit :

- > Des statistiques détaillées de près de 100 catégories de produits dans les 9 familles qui constituent le marché de l'animal de compagnie
- > Une analyse détaillée des dynamiques de distribution
- > Un suivi des tendances structurelles et conjoncturelles qui animent le secteur.

Cette étude a été réalisée à partir du panel distributeurs exclusif de Prom'animal, complété par 17 entretiens qualitatifs menés auprès de professionnels du secteur de l'animal de compagnie.

01 Méthodologie et périmètre de l'étude

Objectifs de l'étude

Périmètre de l'étude

Méthodologie et avertissements sur le traitement statistique des données

02 Synthèse de l'étude

03 Environnement du marché et évolution de ses facteurs d'influence

Évolutions sociodémographiques

Bilan économique de l'année 2016

Bilan climatique de l'année 2016

04 Analyse de la demande et des attentes sur le marché de l'animal de compagnie

Le parc d'animaux de compagnie en France

Les Français et leur animal de compagnie

Quatre tendances de fond qui modèlent ou vont modeler le marché dans les années à venir

05 L'évolution du marché de l'animal de compagnie en 2016

Performance du marché au global

Structure du marché et dynamique par segment en 2016

Trend de croissance par famille et par produits depuis 2006

06 L'organisation de la distribution et les chiffres clés par circuits

Panorama de la distribution sur le marché de l'animal de compagnie

Part de marché par circuit en 2016 et sur moyen terme

Bilan détaillé des principaux circuits de distribution

07 Analyse détaillée par familles et par segments

L'étude fournit, pour chacun de ces segments, les chiffres clés par catégories de produits

Le marché du chien

- > Alimentation
- > Hygiène et soins
- > Accessoires
- > Vivant

Le marché du chat

- > Alimentation
- > Hygiène et soins
- > Accessoires
- > Vivant

Le marché du petit mammifère

- > Alimentation
- > Hygiène et soins
- > Accessoires
- > Vivant

Le marché de l'oiseau d'élevage

- > Alimentation
- > Hygiène et soins
- > Accessoires
- > Vivant

Le marché des animaux de la nature

- > Alimentation
- > Hygiène et soins
- > Accessoires
- > Vivant

Le marché des animaux de la basse-cour

- > Alimentation
- > Hygiène et soins
- > Accessoires
- > Vivant

Le marché de l'aquariophilie

- > Alimentation
- > Hygiène et soins
- > Accessoires
- > Vivant

Le marché du bassin

- > Alimentation
- > Hygiène et soins
- > Accessoires
- > Vivant

Le marché de la terrariophilie

- > Alimentation
- > Hygiène et soins
- > Accessoires
- > Vivant

CONTACTS

PromoJardin : Hanan Abdesselem, en charge de la section prom'animal
promojardin@promojardin.com - tél : 01.45.43.25.25

Les Echos Etudes : Sabrina Tiphaneaux, Directrice d'études - stiphaneaux@lesechos.fr

Votre contact presse : Charlotte SAIMAN tél. 01 49 53 89 41 ou par mail : csaiman@lesechos.fr

 **PROMOJARDIN**
et sa section  **PROM'ANIMAL**

Les EchosÉTUDES