Réalisé par Éric Leforestier

LE POIDS DE L'ANIMALERIE FRANÇAISE

Avec un taux de possession de chats supérieur à celui des chiens et un marché global frisant les +4 % de hausse annuelle moyenne depuis une décennie, l'animalerie française s'inscrit dans les grandes tendances européennes. Elle se distingue en revanche par sa distribution, puisque le commerce alimentaire y reste dominant. Le e-commerce, en forte croissance, chamboule la donne, poussant nombre de détaillants spécialistes à revoir leurs concepts.

La proportion de foyers possesseurs d'au moins un chien (20,2 % [1]) situe la France dans la moyenne européenne, qui est de 21 % [2] (18 % dans les 27 États de l'Union européenne). La France compte 7,3 millions de chiens, et l'Europe 85 millions (66 millions dans l'Union européenne). Désormais dotée de la quatrième population canine européenne, la France est devancée par la Pologne (7,5 millions de chiens), le Royaume-Uni (8,6 millions) et l'Allemagne (9,2 millions). En revanche, le taux de foyers possesseurs d'au moins un chat (près de 30 %) est supérieur à la moyenne européenne, qui est de 24 % (26 % dans les 27 États de l'Union européenne). La population féline française est de 13,5 millions d'individus, et l'Europe en compte 103 millions (74,5 millions dans l'Union européenne), ce qui place la France en troisième position en Europe pour sa population féline, derrière l'Allemagne (13,7 millions) et la Russie (22,5 millions).

Avantage au chat

Les ventes de produits d'animalerie en France sont estimées à 4,3 milliards d'euros en 2017 [3], soit une progression de +2,6 % en un an et une progression moyenne annuelle de +4 % sur 10 ans. En 2017, 81 % des ventes de produits d'animalerie en France, soit 3,5 milliards d'euros, sont destinées aux chiens et aux chats, et 19 %, soit 815 millions d'euros, aux autres animaux de compagnie. Il s'agit des poissons d'aquarium et de bassin, des petits mammifères, des animaux de basse-cour et du jardin, comme les oiseaux de la nature, et des reptiles. Le chat a engendré, à lui tout seul, 1,9 milliard d'euros de ventes

> Les ventes de produits d'animlerie en France sont estimées à 4,3 MDS€ en 2017, avec une progression annuelle moyenne de +4 % depuis 10 ans.

NOMBRE D'ANIMAUX DE COMPAGNIE EN FRANCE. EN MILLIONS.

Chats	13,5
Chiens	7,3
Oiseaux	5,7
Petits mammifères	2,8
Poissons	34,3

Source : Facco/Kantar TNS 2016.

VENTES DE PRODUITS EN FRANCE PAR ESPÈCE D'ANIMAL. EN MILLIONS D'EUROS

Chats	1 900
Chiens	1 600
Poissons d'aquarium	242
Petits mammifères	180
Animaux de basse-cour	162
Oiseaux de cage et de volière	116
Oiseaux et autres animaux du jardin	62
Animaux de terrarium	33
Poissons de bassin	20

Source : étude Prom'animal 2017

TOP 10 DES ENSEIGNES COMMERCIALES EN FRANCE

ENSEIGNES	CHIFFRE D'AFFAIRES 2017 (EN MILLIARDS D'EUROS)	NOMBRE DE MAGASINS EN 2017
E. Leclerc	44,8	681
Intermarché	29,8	1 838
Carrefour Hyper	22,9	247
Super U	17,8	762
Auchan	15,5	142
Carrefour Market	15,4	1 060
Lidl	11,4	1 520
Carrefour Proxi	6,7	4 267
Leroy Merlin	6,6	137

Source : Top 100 LSA des principales enseignes du commerce en France en 2017.

en 2017 (+4,7 % par rapport à 2016), répartis de la façon suivante : 74 % dans la catégorie alimentaire, soit 1,4 milliard d'euros, et 26 % dans la catégorie non alimentaire (accessoires, produits d'hygiène et soins, litière comprise), soit près de 500 millions d'euros. Le chien a, quant à lui, rapporté 1,6 milliard d'euros en 2017 (+2,2 %), dont 75 % dans la catégorie alimentaire, soit 1,2 milliard d'euros, et 25 % dans la catégorie non alimentaire (accessoires, produits d'hygiène et de soins), soit 400 millions d'euros. Avec des ventes atteignant 4,16 milliards d'euros en 2017 [4], l'Allemagne présente, en Europe, la valeur la plus proche de celle du marché français. La progression du marché allemand est, en revanche, moins importante que celle de la France, avec une hausse de seulement +0,1 % en 2017 par rapport à 2016. Avec 3,17 milliards d'euros, la catégorie alimentaire y progresse de +0,1 %, et la catégorie non alimentaire de +1 % (987 millions d'euros). Cette faible augmentation s'explique par les médiocres performances du segment des aliments pour chats (–1,5 % en valeur pour les aliments humides par rapport à 2016, et +0,7 % en valeur pour les aliments secs).

Les aliments représentent environ les trois quarts des ventes de produits pour chiens et pour chats.

TOP 5 DES EXPORTATIONS DE LA FILIÈRE PET FOOD FRANÇAISE EN 2017 DANS L'UNION EUROPÉENNE (EN MILLIONS D'EUROS)

	VALEUR	TENDANCES
Italie	173	+
Grande-Bretagne	171	–
Allemagne	138	–
Espagne	135	+
Belgique	95	+

Source : Facco 2017

TOP 5 DES IMPORTATIONS DE LA FILIÈRE PET FOOD FRANÇAISE EN 2017 DANS L'UNION EUROPÉENNE (EN MILLIONS D'EUROS)

	VALEUR	TENDANCES
Allemagne	160	+
Pays-Bas	95	+
Hongrie	36	+
Pologne	34	–
Espagne	29	–

Source : Facco 2017

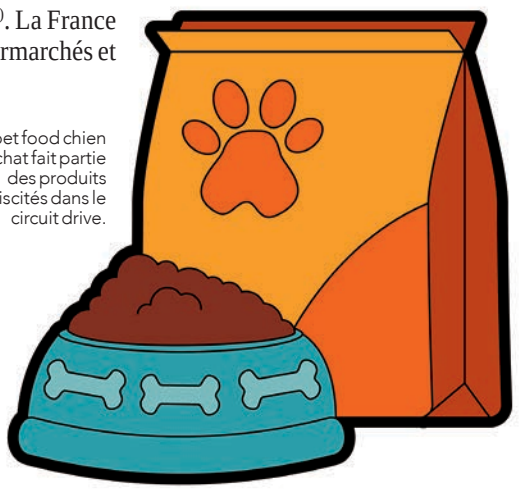
Le drive dynamise l'alimentaire

Le circuit alimentaire, hypermarchés et supermarchés en tête, mais aussi les enseignes à dominante marque propre (anciens magasins de hard discount), le drive et les magasins de proximité se sont octroyé 50,4 % des ventes de produits d'animalerie en France en 2017 [3]. La France comptait 2 140 hypermarchés et 5 998 supermarchés à cette date, selon les données de LSA Expert. Un hypermarché compte un nombre moyen de 440 références de pet food chiens et chats et un supermarché 232, selon les données du Panel Iri 2016.

TOP 5 DES IMPORTATIONS DE LA FILIÈRE PET FOOD FRANÇAISE EN 2017 DANS LES PAYS TIERS (EN MILLIONS D'EUROS)

	VALEUR	TENDANCES
Thaïlande	17	+
Canada	16	+
États-Unis	14	=
Chine	10	+
Suisse	2	+

Source : Facco 2017



Le pet food chien et chat fait partie des produits plébiscités dans le circuit drive.

En 2017, le chat a engendré, à lui tout seul, 1,9 milliard d'euros de ventes (+4,7 % par rapport à 2016).

À l'heure où les hypermarchés s'interrogent sur leur concept du « tout sur le même toit », qui ne correspond plus aux attentes des consommateurs, et réduisent leur surface moyenne, les supermarchés constituent le format le plus dynamique des grandes surfaces alimentaires françaises. Initié par les enseignes d'hypermarchés françaises, le drive, qui permet au consommateur de venir retirer en magasin les produits qu'il a commandés en ligne, est aujourd'hui source de croissance pour la grande distribution alimentaire. En 2017, la France comptait 2 995 drives accolés et 487 drives déportés.

Les jardineries sont les premiers vendeurs de produits « pet »du circuit spécialisé français.

Le pet food chiens et chats fait partie des produits plébiscités dans ce circuit de distribution. Le consommateur peut y commander, par exemple, des packs de 48 sachets d'alimentation humide pour son chat. Le concept s'adapte aujourd'hui aux piétons, permettant aux enseignes d'hypermarchés telles que Cora, Carrefour, E. Leclerc ou Auchan de proposer à leurs clients des points de retrait dans les centres-villes.

VENTES DE PRODUITS D'ANIMALERIE PAR CIRCUIT DE DISTRIBUTION.

Circuit alimentaire	50,5 %
Jardineries	15,8 %
Animaleries	12 %
Internet	10,2 %
Libres-services agricoles	9,5 %
Grandes surfaces de bricolage	2 %

Source : étude Prom'animal 2017

TOP 5 DES EXPORTATIONS DE LA FILIÈRE PET FOOD FRANÇAISE EN 2017 DANS LES PAYS TIERS (EN MILLIONS D'EUROS)

	VALEUR	TENDANCES
Japon	58	–
Russie	33	+
Corée du Sud	25	+
Australie	25	+
Suisse	19	–

Source : Facco 2017

Jardineries à la française

Les jardineries sont les premiers vendeurs de produits pour animaux de compagnie au sein du circuit spécialisé français : en 2017, elles se sont octroyé 15,8 % du total des ventes dans ce secteur. Elles ont ainsi devancé les animaleries (12 % des ventes totales). Selon les données de la Fédération nationale des métiers de la jardinerie (FNMJ), le circuit des jardineries compte 1 200 points ▶

Selon les données de la FNMJ, le circuit des jardineries compte 1 200 points de vente en France et génère un chiffre d'affaires de 3 milliards d'euros.

de vente en France et génère un chiffre d'affaires de 3 milliards d'euros. Ce circuit de distribution se consolide avec des rapprochements d'enseignes. InVivo Retail, maison mère de l'enseigne Gamm Vert, a successivement repris les réseaux Delbard et Jardineries du Terroir, puis Jardiland. Forte d'un chiffre d'affaires de 2,7 milliards d'euros, elle est aujourd'hui numéro un de ce type de commerce en France et souhaite se développer en Europe. Témoins de la force de ce commerce spécialisé, plusieurs enseignes d'animalerie hexagonales ont pour origine la jardinerie. C'est le cas de deux réseaux majeurs, Animalis (42 magasins en 2018), filiale du groupe Louis Delhaize, qui développe l'enseigne Truffaut, et de Médor et Compagnie (38 magasins), filiale du groupe de jardineries Botanic. L'enseigne d'animalerie leader en France, Maxi Zoo (167 magasins), a pour origine l'animalerie allemande. Elle est l'entité hexagonale du groupe Fressnapf, qui comptait 887 animaleries outre-Rhin en 2018 (1,1 milliard d'euros de chiffre d'affaires), capitalisant 25 % des ventes de produits pour animaux de compagnie dans son pays d'origine.

En 2017, le e-commerce a généré 10,2 % des ventes de produits pour animaux de compagnie.

Le e-commerce s'affirme

En 2017, le e-commerce a généré 10,2 % des ventes de produits pour animaux de compagnie en France, affichant une progression à deux chiffres de 23 % en valeur par rapport à 2016. Il précède désormais le nombre de parts de marché des Lisa (libres services agricoles), à 9,5 % des ventes. Dans le secteur des produits « pet », les ventes en ligne se développent plus que dans la moyenne des autres marchés. Selon les chiffres de la Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance) et de l'Insee, en 2017, le e-commerce a représenté 8,5 % du commerce de détail, soit près de 2 points de moins que sur les produits d'animalerie. Ce glissement conséquent des ventes s'accompagne d'une bataille des prix à laquelle la distribution spécialisée physique doit faire face. Pour lutter contre cette concurrence, chaque enseigne développe sa marque de distributeur (MDD). Selon les données du panel GFK, les ventes d'aliments pour chiens du circuit spécialisé français (animaleries, jardineries, Lisa, grandes surfaces de bricolage) sous MDD ont progressé de +14,4 % en valeur et de +12,9 % en volume au 1er semestre 2018 par rapport au 1er semestre 2017. ■

Filière pet food
DE BONS RÉSULTATS SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS

La Fédération des fabricants d'aliments pour chiens, chats et oiseaux (Facco) estime à près de 3,2 milliards d'euros l'activité de la filière pet food hexagonale en 2017. Ses ventes ont progressé de +6 % en volume et de +4 % en valeur par rapport à 2016. En revanche, ses exportations sont en baisse, avec une perte de –10 % sur les volumes exportés et de près de –13 % en valeur. Les exportations vers l'Union européenne ont baissé de –11 % en volume et de –4 % en valeur. Vers les pays tiers, elles ont progressé de +6 % en volume et sont restées stables en valeur. Les importations ont baissé de 2 % en volume et en valeur.

VENTES DE LA FILIÈRE PET FOOD FRANÇAISE EN 2017 (PRODUCTION + IMPORTATIONS)

	VOLUME (EN TONNES)	ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2016	VALEUR (EN MILLIERS D'EUROS)	ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2016
Productions françaises	1 816 533	–1,2 %	2 648 198	–2,3 %
Importations	184 800	–2,0 %	517 038	–1,9 %
Total des ventes	2 001 333	–1,2 %	3 165 236	–2,2 %

Source : Facco 2017

VENTES DE LA FILIÈRE PET FOOD FRANÇAISE EN 2017 (EN FRANCE ET À L'EXPORT)

	VOLUME (EN TONNES)	ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2016	VALEUR (EN MILLIERS D'EUROS)	ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2016
Ventes en France	1 194 683	+5,9 %	2 087 795	+4,2 %
Ventes à l'export	806 650	–10,2 %	1 077 441	–12,6 %
Total des ventes	2 001 333	–1,2 %	3 165 236	–2,2 %

Source : Facco 2017

(1) Enquête de la Fédération des fabricants d'aliments préparés pour chiens, chats, oiseaux et autres animaux familiers (Facco)/Kantar TNS conduite à l'automne 2016 auprès de 14 000 foyers français.
(2) Fédération européenne de l'industrie des aliments pour animaux familiers. Étude « Facts & Figures 2017 ».
(3) Étude Prom'animal 2017 – Traitement Les Échos études d'après Panel Prom'animal et données partenaires (Nieslen).
(4) Sources : Industrieverband Heimtierbedarf (IVH) et Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe (ZZF).