



ÉTATS-UNIS

# LA CROISSANCE EST BIEN LÀ

Même si elle est favorablement gonflée par une remise à niveau statistique de ses ventes de pet food en 2016, sous-estimées les années précédentes, la croissance du marché des produits pour animaux de compagnie aux États-Unis reste significative. La génération des millenials bouscule le marché. Par É. L.

**A**vec plus de 325 millions d'habitants, les États-Unis comptent, selon la dernière étude de l'American Pet Products Association (APPA) <sup>(1)</sup>, 94,2 millions de chats et 89,7 millions de chiens. En 2016, 48 % des

foyers américains possèdent au moins un chien (1,49 en moyenne) et 38 % au moins un chat (2 en moyenne). Durant cette même année, les ventes de produits pour animaux de compagnie aux États-Unis ont progressé de +10,7 % en

valeur, à 66,7 milliards de dollars (56,5 milliards d'euros). Cette très forte croissance s'explique par celle du marché du pet food chien et chat, affichant un impressionnant +22,5 % en 2016, à 28,2 milliards de dollars (24 milliards d'euros). Le pet food américain doit cette progression à une remise à niveau de ses ventes, sous-estimées les années précédentes, selon une recommandation de l'US Bureau of Labor Statistics. Pour l'année 2017, l'APPA prévoit une croissance plus conforme à la réalité, estimée à +5,2 %. Derrière le pet food, les soins et produits vétérinaires, à 15,95 milliards de

dollars (13,5 milliards d'euros), progressent de +3,4 %. Les ventes d'accessoires pour tous animaux de compagnie, à 14,28 milliards de dollars (12,11 milliards d'euros), progressent de +3 %. Les services (toiletage, gardiennage...) signent la plus forte progression : +6,5 %, à 5,76 milliards de dollars (4,88 milliards d'euros). Les ventes d'animaux, en baisse de -0,9 %, sont à 2,1 milliards de dollars (1,8 milliards d'euros).

## Génération millenials

Dans son étude 2016, l'APPA souligne que la génération des millenials ou génération Y,

regroupant les personnes nées entre 1978 et 1994, est devenue la première catégorie démographique détentrice d'animaux de compagnie : ils représentent désormais 35 % des possesseurs

l'an passé, contre 41 % en 2015 et 33 % en 2014. Une autre étude de Packaged Facts, US Pet Market Outlook 2016-2017, souligne que les ventes en ligne génèrent 4 % de l'ensemble des ventes

## 46 % des possesseurs américains ont acheté en ligne des produits pour leurs animaux en 2016.

américains, dépassant de 3 % la catégorie des baby-boomers, âgés de 53 à 71 ans. Si les millennials américains possèdent d'abord des reptiles, de petits mammifères et des poissons (notamment d'eau de mer), ils ont aussi des chats et des chiens. Ils les élèvent comme des « pet parents », comme s'il s'agissait de leurs enfants, faisant la part belle à une consommation anthropomorphique. L'avènement de cette nouvelle génération va renouveler la consommation américaine de produits pour animaux de compagnie et ses circuits de distribution, car les millennials se distinguent par leur capacité à utiliser les nouvelles technologies, auxquelles ils ont eu accès dès leur jeunesse. Ils font très souvent appel

de produits pour animaux de compagnie aux États-Unis, estimées à 42 milliards d'euros, soit un marché de 1,7 milliard d'euros environ. Selon cette même étude, aux États-Unis, les ventes en ligne de produits pour animaux de compagnie devraient croître à un rythme moyen compris entre +10 % et +15 % par an d'ici à 2018.

### Petsmart reprend Chewy.com

Même s'ils ne sont pas encore rentables, les sites de vente en ligne américains dédiés aux produits pour animaux de compagnie suscitent des convoitises de la part des commerçants traditionnels. En avril dernier, pour accroître sa compétence et son audience numériques, l'enseigne d'animalerie Petsmart, leader américain du commerce spécialisé dans les produits pour animaux de compagnie, avec près de 1 500 magasins, 55 000 collaborateurs et un chiffre d'affaires de 7 milliards de dollars (5,9 milliards d'euros), a racheté, pour 3,35 milliards de dollars (2,84 milliards d'euros), le site de e-commerce Chewy.com, lui aussi spécialisé dans la vente de produits pour animaux de compagnie. Cette place de marché créée en 2011 par Ryan Cohen et Michael Day a été implantée à

concroître sa compétence et son audience numériques, l'enseigne d'animalerie Petsmart, leader américain du commerce spécialisé dans les produits pour animaux de compagnie, avec près de 1 500 magasins, 55 000 collaborateurs et un chiffre d'affaires de 7 milliards de dollars (5,9 milliards d'euros), a racheté, pour 3,35 milliards de dollars (2,84 milliards d'euros), le site de e-commerce Chewy.com, lui aussi spécialisé dans la vente de produits pour animaux de compagnie. Cette place de marché créée en 2011 par Ryan Cohen et Michael Day a été implantée à



46 % des possesseurs d'animaux de compagnie américains ont acheté en ligne des produits pour leurs animaux en 2016.

aux sites de vente en ligne pour acheter leurs produits du quotidien, notamment pour leurs animaux de compagnie. Selon une étude de l'institut Packaged Facts, National Pet Owners Survey 2016, 46 % des possesseurs américains ont acheté des produits pour leurs animaux en ligne

dollars (5,9 milliards d'euros), a racheté, pour 3,35 milliards de dollars (2,84 milliards d'euros), le site de e-commerce Chewy.com, lui aussi spécialisé dans la vente de produits pour animaux de compagnie. Cette place de marché créée en 2011 par Ryan Cohen et Michael Day a été implantée à



En mai dernier, sur le salon italien Zoomark, le pavillon américain mis en place par l'American Pet Products Association et l'US Commercial Service accueillait 65 représentants.

Dania Beach, en Floride. D'après le Magazine *Forbes*, elle est le e-commerçant qui connaît la plus forte croissance aux États-Unis. Durant sa première année d'exercice, en 2012, la start-up Chewy générerait un chiffre d'affaires de 26 millions de dollars (22 millions d'euros). Quatre ans plus tard, en 2016, son chiffre d'affaires est passé à 901 millions de dollars (764 millions d'euros), avec un effectif de 3 700 employés. Pour les experts du marché local, le site Chewy a su saisir dans son modèle la tendance selon laquelle l'animal de compagnie est de plus en plus considéré comme un membre de la famille. Doté d'un centre d'appel de 2 700 mètres carrés, en activité 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, il propose à ses clients des conseils personnalisés, car les employés ont notamment

connaissance du nom de l'animal de chacun. Chaque année, pendant la période estivale, il leur envoie un million de cartes postales. Une tombola permet à un heureux de gagner un portrait de son animal de compagnie à la peinture à l'huile. Le commerçant en ligne américain excelle dans la relation client : il est, par exemple, capable de faire aisément la différence entre les adeptes des achats réguliers de gros sacs d'aliments secs et les acheteurs impulsifs. Sa gamme de produits, qui va du plus économique au super premium, lui permet de pratiquer une politique de prix capable de concurrencer tous les autres circuits de distribution. ■

(1) L'American Pet Products Association est la principale association commerciale pour les fabricants, les importateurs et les éleveurs d'animaux de compagnie aux États-Unis.

### LE GLOBAL PET EXPO EN MARS PROCHAIN

Organisé par l'American Pet Products Association (APPA)<sup>(1)</sup>, le salon Global Pet Expo est le plus grand salon professionnel américain dédié à l'animalerie. Il se déroule tous les ans à Orlando, en Floride. Sa prochaine édition se déroulera du 21 au 23 mars 2018. En 2017, il a attiré 6 761 acheteurs qualifiés, dont 27 % d'étrangers venus de 79 pays ([www.globalpetexpo.org](http://www.globalpetexpo.org)).