

ALLEMAGNE

UNE CROISSANCE MESURÉE

En 2016, les ventes de produits pour animaux de compagnie en Allemagne ont progressé de +0,9 % en valeur, atteignant les 4,15 milliards d'euros. Le e-commerce, en forme, grimpe à 510 millions d'euros. Par É. L.

Avec des ventes atteignant 4,15 milliards d'euros en valeur en 2016 ⁽¹⁾, le marché allemand des produits destinés aux animaux de compagnie est comparable à son voisin français (4,5 milliards d'euros ⁽²⁾). Il signe une hausse de +0,9 %, par rapport à 2015, contre +3,3 % en France. Avec 3,1 milliards d'euros, le pet food (aliments chiens, chats, petits rongeurs, poissons et oiseaux) s'octroie un peu plus de 76 % des ventes du marché allemand. Les accessoires capitalisent le quart restant, avec 977 millions d'euros. Le pet food allemand progresse de +0,4 % en 2016 par rapport à 2015. Les accessoires font mieux, avec une hausse de +2,5 %.

Les friandises confirment

Avec 1,354 milliard d'euros, les aliments pour chiens progressent de +2,6 %. Au sein du segment pet food chien, les aliments humides se comportent très bien. Avec 432 millions d'euros, ils progressent de +4,1 %. Ce sont les friandises pour chiens qui signent le plus impressionnant chiffre d'affaires, 495 millions d'euros, également en hausse de +3,3 %. En revanche, les ventes d'aliments

secs pour chiens sont en léger recul de -0,5 % en 2016, à 427 millions d'euros.

En ce qui concerne le pet food chat, le marché allemand enregistre une baisse de -0,5 % en 2016 par rapport à 2015, à 1,602 milliards d'euros. Le segment des aliments humides recule de -0,4 %, à 1,071 milliard d'euros. La friandise accuse également un recul de -1,7 %, à 235 millions d'euros. En revanche, les ventes d'aliments secs maintiennent leur valeur de 2015 : 296 millions d'euros. Les aliments pour les autres animaux de compagnie sont également en baisse, en particulier les aliments pour poissons (-6,7 %), à 56 millions d'euros. Les aliments pour oiseaux de cages (-2,3 %) résistent un peu mieux, à 43 millions

d'euros. Mais pour les petits rongeurs, la baisse est de -4,2 %, à 115 millions d'euros.

La litière, un poids lourd

Après une légère baisse en 2015, les ventes d'accessoires pour tous animaux de compagnie en Allemagne sont reparties à la hausse en 2016, avec un bon +2,5 % (977 millions d'euros). La litière pour chats reste le poids lourd des

ventes d'accessoires avec des ventes en valeur de 284 millions d'euros en 2016, en progression de +5,6 % par rapport à 2015. Les accessoires pour chiens et chats (respectivement 182 et 192 millions d'euros), progressent tous les deux, de +6,4 % pour les premiers et +3,8 % pour les seconds. C'est plus difficile pour les accessoires destinés aux autres familles d'animaux, en particulier pour les



LES VENTES DU MARCHÉ ALLEMAND EN 2016. EN MILLIONS D'EUROS

Catégories	Ventes du circuit alimentaire et spécialisé physique	Évolution 2016/2015	Ventes du e-commerce
Petfood	3 170	+0,4 %	
Accessoires	977	+2,5 %	
Total	4 147	+0,9 %	510 ⁽¹⁾

(1) Estimation.
Source : Industrierband Heimtierbedarf (IVH)

oiseaux de cage qui accusent une perte de chiffre de -7,9 %. Les produits pour les petits rongeurs (-2,9 %) et les poissons (-1,6 %) résistent un peu mieux.

Les spécialistes forts en accessoires

La grande distribution alimentaire allemande (supermarchés, hard discounters, drugstores, magasins de proximité...) s'est octroyée, en 2016, 65 % des ventes de pet food (2,076 milliards d'euros), contre 35 % pour le circuit spécialisé (animaleries, jardinerie, grandes surfaces de bricolage). En ce qui concerne la vente d'accessoires, la tendance s'inverse et la distribution spécialisée

prend nettement le dessus en capitalisant 81 % des ventes (790 millions d'euros), contre 19 % pour la grande distribution alimentaire. Estimées à 510 millions d'euros en 2016, les ventes de produits pour animaux de compagnie dans le e-commerce allemand progressent, mais il faudra attendre 2018 pour bénéficier d'une estimation précise de leur croissance.

Plus de chats

En 2016, l'Allemagne comptait 13,4 millions de chats détenus par 22 % des foyers du pays. La population canine, est, elle, estimée à 8,6 millions d'animaux détenus par 17 % des ménages. La population féline est similaire à celle de

LES VENTES DE PET FOOD POUR TOUS ANIMAUX DE COMPAGNIE EN ALLEMAGNE EN 2016

	Chiffre d'affaires En millions d'euros	Évolution 2016/2015
Aliments secs pour chiens	427	-0,5 %
Aliments humides pour chiens	432	+4,1 %
Friandises pour chiens	495	+3,3 %
Total aliments pour chiens	1 354	+2,3 %
Aliments secs pour chats	296	=
Aliments humides pour chats	1 071	-0,4 %
Friandises pour chats	235	-1,7 %
Total aliments pour chats	1 602	-0,5 %
Aliments pour oiseaux de cage	43	-2,3 %
Aliments pour poissons	56	-6,7 %
Aliments pour petits rongeurs	115	-4,2 %
Total Aliments	3 170	+0,4 %

Source : Industrieverband Heimtierbedarf (IVH)

LES VENTES D'ACCESSOIRES POUR TOUS ANIMAUX DE COMPAGNIE EN ALLEMAGNE EN 2016

	Chiffre d'affaires En millions d'euros	Évolution 2016/2015
Accessoires pour chiens	182	+6,4 %
Accessoires pour chats	192	+3,8 %
Litière pour chats	284	+5,6 %
Accessoires pour oiseaux	35	-7,9 %
Accessoires pour poissons	182	-1,6 %
Accessoires pour rongeurs	102	-2,9 %
Total accessoires	977	+2,5 %

Source : Industrieverband Heimtierbedarf (IVH)

la France (13,5 millions de chats en France en 2016 selon l'enquête Facco/Kantar TNS). En revanche, nos voisins germaniques possèdent plus de chiens (7,3 millions en France en 2016 selon la même enquête). Ils détiennent également plus de petits rongeurs (5 millions, dans 6 % des foyers, contre 3,4 millions en France). L'Allemagne compte également 2 millions d'aquariums et 1,6 million de bassins aquatiques avec des poissons.

En 2016, 30 % des animaux de compagnie allemands vivent au sein de foyers constitués d'une seule personne (contre 29 % en 2015), 36 % dans des ménages composés de deux personnes (38 % en 2015) et 34 % dans des familles de trois personnes et plus. Enfin, 61 % des familles allemandes avec des enfants possèdent un animal de compagnie et 19 % de ces familles en détiennent au moins deux. ■

(1) Source : Industrieverband Heimtierbedarf (IVH) et Zentralverband Zoolischer Fachbetriebe (ZZF).

(2) Source : étude Prom'animal.

Avec 3,1 milliards d'euros, le pet food représente un peu plus de 76 % des ventes du marché allemand de l'animal de compagnie, les accessoires capitalisant les 24 % restants.