



POLOGNE

UN MARCHÉ QUI A DU CHIEN !

Porté par une économie prospère, l'animalerie polonaise constitue un marché dynamique qui attire les grands noms de l'animalerie de détail, tels Fressnapf ou Zooplus, pour le e-commerce. Les fabricants ne sont pas en reste, en Pologne comme dans le monde entier. **Par É. L.**



La marque polonaise Collar présente la gamme de laisses et colliers Glamour, associant une fabrication en cuir véritable de qualité à des coloris attractifs et tendance.

Avec ses 38 millions d'habitants, la Pologne constitue de loin la plus grande économie d'Europe centrale et de l'Est. Elle connaît une croissance ininterrompue depuis 1992. En 2017, le pays a affiché une croissance de son PIB (produit intérieur brut) de +4,6 %, après une progression de +2,9 % en 2016. Pour 2019, le gouvernement polonais table sur une croissance de +3,8 %, soit autant

qu'en 2018. Cette bonne santé économique est favorable aux produits de grande consommation comme à ceux destinés aux animaux de compagnie, et en particulier le pet food.

Un pays canin

La Pologne compte 7,5 millions de chiens et 6,1 millions de chats ⁽¹⁾. Avec 38 % de foyers possédant au moins un chien et 31 % au moins un chat, le pays se situe bien au-

dessus des taux de possession de l'Union européenne, où en moyenne 18 % des foyers détiennent au moins un chien, un chiffre comparable à celui de la France, par exemple, qui compte pourtant 67 millions d'habitants. Le taux de possession de chats y est également supérieur à celui des autres pays de l'Union européenne (26 % en moyenne), bien qu'elle fasse partie des quelques pays européens où la population canine est supérieure à la population féline. Un de ses voisins, la République tchèque, est également dans ce cas, avec 2,1 millions de chiens pour 1,1 million de chats. Les aliments pour chiens et chats représentent un

marché de 775 millions d'euros⁽²⁾ en Pologne, avec une répartition équilibrée entre les aliments pour chiens (393 millions d'euros) et les aliments pour chats (382 millions d'euros). Si les chiens du pays ont longtemps été nourris, surtout dans les zones rurales, avec les restes de table du foyer, les aliments préparés industriellement sont de plus en plus utilisés dans le pays, générant de fortes croissances des ventes.

Un potentiel convoité

Le potentiel du marché polonais de l'animal de compagnie attire la distribution spécialisée en animalerie comme l'enseigne allemande Fresnapf, présente dans le pays depuis 2012. Son implantation a débuté par des magasins pilotes autour de la capitale, Varsovie. Elle s'est rapidement étoffée pour atteindre

Les aliments industriels remplacent peu à peu les restes de table dans la gamelle des animaux.

26 magasins à la fin 2018. C'est en Pologne que le détaillant a réalisé sa plus forte progression en 2018, avec une hausse de +62,6 % pour

NOMBRE D'ANIMAUX DE COMPAGNIE EN POLOGNE EN 2017.

	En millions d'animaux
Chiens	7,5
Chats	6,1
Rongeurs	0,98
Oiseaux de cage	1,2
Aquariums	0,3
Reptiles	0,21

Source : étude Fediaf/Facts & Figures 2017.

un chiffre d'affaires de 19 millions d'euros. L'enseigne est également présente dans un autre pays d'Europe centrale, la Hongrie, où elle comptait 48 magasins à la fin 2018. Ses ventes en valeur y ont progressé

de +15,6 % en 2018 (62 millions d'euros). La Pologne fait également figure de marché à fort potentiel pour le site de vente en ligne

Zooplus, qui y enregistre sa plus forte progression de l'année 2018, proche des +40 %, avec un chiffre d'affaires de plus de 100 millions d'euros. Le paysage de la distribution polonaise spécialisée en animalerie se compose également d'acteurs locaux comme l'enseigne d'animalerie Kakadu, qui compte aujourd'hui plus d'une quarantaine de points de vente dans le pays. Début 2015, cette enseigne a été reprise par le distributeur grossiste et détaillant tchèque Placek Group (enseignes Super Zoo, Dino Zoo), actif dans les pays d'Europe centrale et de l'Est.

Des industriels locaux

Une délégation de 61 entreprises polonaises participait à la dernière édition du salon Interzoo à Nuremberg, en Allemagne, en mai 2018. Cette forte présence, l'une des plus conséquentes pour l'Europe, traduit le dynamisme de l'industrie locale dédiée aux animaux de compagnie. Elle se compose à la fois d'entreprises d'envergure internationale et de nombreuses PME fabricantes d'articles de sellerie ou de confection canine, à l'image de la marque Collar, présente lors du salon Interzoo 2018 avec une sellerie haut de gamme. Aqual (produits d'aquariophilie et de bassins aquatiques et accessoires pour autres



L'Aquarium Fish & Shrimp Set Duo de la marque polonaise Aqual est destiné aux petits poissons et aux crevettes. Il est entièrement équipé avec filtre, éclairage et chauffage.

30 % POUR LES MDD

En 2017, selon les données de Nielsen pour la Private Label Manufacturers Association (PLMA), la part de marché en volume des marques de distributeurs (MDD) sur les ventes de produits de grande consommation en Pologne était de 30 %, soit un peu moins qu'en Hongrie (34 %) ou en République tchèque (31 %).

animaux de compagnie), Tropical (aliments, accessoires et produits d'hygiène et de soins pour tous animaux de compagnie) ou encore Dingo (accessoires pour chiens et chats) sont de grands noms de l'animalerie polonaise qui se développent à l'international. Outre les détaillants, de grandes marques de l'animalerie mondiale s'implantent, elles aussi, en Pologne. Le français Zolux y déploie une de ses filiales européennes depuis plus d'une dizaine d'années. L'animalerie polonaise bénéficie par ailleurs de son propre salon professionnel, le Pet Fair (www.petfair.pl), qui s'est tenu à Lodz du 13 au 15 septembre derniers. ■

LE POIDS DU MARCHÉ PET FOOD CHIENS ET CHATS EN POLOGNE

	En millions d'euros
Aliments secs pour chiens	250,7
Aliments humides pour chiens	112
Friandises pour chiens	30,7
Total aliments pour chiens	393,4
Aliments secs pour chats	122,9
Aliments humides pour chats	239,4
Friandises pour chats	19,8
Total aliments pour chats	382,1
Total aliments pour chiens et chats	775,5

Source : Euromonitor International, 2018.

(1) Chiffres étude Fediaf/Facts & Figures 2017.
(2) Euromonitor International, 2018.