



TERRIOPHILIE

LE MARCHÉ SE STABILISE

Les progressions à deux chiffres auxquelles nous avait habitués le marché de la terrariophilie laissent désormais la place à une croissance plus mesurée. Son potentiel ne se dément pas pour autant, assuré par une clientèle de plus en plus large. Par É. L.

Avec moins d'une quarantaine de millions d'euros de chiffre d'affaires (37 millions en 2016 selon l'étude annuelle Prom'animal), le marché du reptile ne représente qu'à peine 1 % de l'animalerie française. Cependant, le rayon terrariophilie est loin d'être négligé par le commerce spécialisé hexagonal, car il apporte une touche d'originalité dans le magasin tout en répondant à une demande réelle.

Une croissance mesurée

Si le marché est en progression depuis le début des années 2000, il n'atteint plus désormais

les taux de croissance à deux chiffres qu'il a réalisés pendant une bonne décennie. En 2016, son compteur était à +1,2 % en valeur par rapport à 2015, et les estimations pour 2017 par rapport à 2016 le situent en baisse, à -2 %. La vente d'animaux continue à progresser en magasin (+4 % en 2017 par rapport à 2016) en raison du nombre croissant de rayons d'animaleries proposant des reptiles à la vente. L'alimentation se maintient à près de 40 % des ventes. Le non-alimentaire, essentiellement les habitats et leurs accessoires, estimé à un peu plus de 40 % des ventes, semble en revanche accuser une baisse

conséquence, de l'ordre de -5 % en 2017 par rapport à 2016. Cette baisse des ventes sur le non-alimentaire s'explique par un marché du premier équipement, notamment les terrariums, moins dynamique. Du côté des circuits de distribution, les animaleries et les jardinerias s'octroient respectivement 40 % des ventes d'animaux et de produits de terrariophilie en France. Les enseignes de jardinerie sont de plus en plus nombreuses à posséder un rayon terrariophile dans lequel ils proposent des animaux vivants à la vente. Les ventes en ligne se développent également (+8,9 % en 2016 par rapport à 2015).

Le marché s'ouvre

À ses débuts, la terrariophilie était réservée à quelques initiés fréquentant des magasins spécialisés indépendants. Aujourd'hui, son paysage a bien changé. Les détaillants se sont multipliés et la clientèle s'est élargie. Le marché des reptiles touche désormais un très large public à dominante familiale. « On le constate clairement quand on se rend dans les nombreuses expositions consacrées aux reptiles. Elles attirent absolument tous les publics, aussi bien des enfants que des adultes ou des seniors », souligne Thierry Mourier, responsable marketing d'Exo Terra, la marque de

produits de terrariophilie du groupe canadien Hagen, distribuée en France par Bob Martin. Une étude interne réalisée par la marque révèle que 74 % des possesseurs de reptiles se situent majoritairement dans la tranche des 18-34 ans. « Les tranches d'âge supérieures ne sont pas en reste. Il s'agit de personnes intéressantes. D'une part, elles ont un meilleur pouvoir d'achat et d'autre part, elles fréquentent plus facilement les magasins physiques, ajoute Thierry Mourier. Plus on avance dans les tranches d'âge et plus la tortue prédomine dans les préférences d'achat ».

La reine tortue

Pourtant soumise à une législation contraignante, la tortue de terre est un reptile bénéficiant d'un fort capital sympathie auprès des Français. Elle fait partie des espèces les plus demandées dans les magasins. « Il est important de tenir compte de cette évolution et de proposer une offre pour les tortues de terre aussi étoffée que pour les tortues aquatiques », conseille Thierry Mourier.

Par ailleurs plutôt jeunes (moins de 35 ans), les possesseurs de reptiles sont adeptes de nouvelles technologies. Ils échangent leurs expériences et leur savoir en ligne sur les forums de discussion et partagent des vidéos et tutos pour se former eux-mêmes. Ils visitent également les sites des marques pour trouver des informations. « Ces consommateurs avertis ne veulent plus acheter n'importe quoi. Sensibles aux problèmes environnementaux, ils consomment différemment et sont aussi très attentifs au bien-être de l'animal », constate Thierry Mourier. Les possesseurs de reptiles se rendent aussi plus souvent en magasin que la moyenne des possesseurs d'autres animaux de compagnie, pour acheter de la nourriture vivante pour leur reptile, mais aussi pour voir si d'autres animaux y sont disponibles. L'élargissement de la clientèle est également dû à l'accroissement de la clientèle féminine. « Ne pensez pas que les femmes sont en reste, loin de là, car elles représentent près de la moitié des possesseurs de reptiles ! », renchérit Thierry Mourier. ■

1,09 MILLION DE REPTILES EN FRANCE



Selon les chiffres de la Fediaf ⁽¹⁾ concernant la population des animaux de compagnie en Europe, la France fait partie des trois pays européens dont la population de

reptiles dépasse la barre du million. Avec 1,09 million d'individus, elle se situe derrière l'Allemagne (1,12 million) et l'Italie (1,36 million) mais devance l'Espagne (790 000), le Royaume-Uni (700 000) et la Russie (600 000). La France se distingue par sa forte population de tortues de jardin.

(1) Fédération européenne de l'industrie des aliments pour animaux familiers.



Découvrez la collection TIKI



Dans le cadre de la nouvelle opération promotionnelle
Dès le 27 Août

Renseignements: 0806 806 230