



ÉTUDE PROMOJARDIN/PROM'ANIMAL 2017

LE MARCHÉ GAGNE 2 %

La première mouture de l'enquête annuelle de l'association Promojardin et de sa section Prom'animal estime à +2 % la croissance du marché français de l'animal de compagnie en 2017. Le chat soutient cette progression. Par É.L.

Réalisée par Les Échos Études, l'enquête annuelle de l'association Promojardin et de sa section dédiée à l'animal de compagnie, Prom'animal, estime à 4 milliards d'euros TTC

les ventes de produits pour animaux de compagnie et de « vivant » en 2017. Soit une progression de +2 % par rapport à 2016.

+3 % pour le chat

Le chat, segment numéro un du marché avec 43 % des ventes totales, confirme sa bonne santé, progressant de +3 % par rapport à 2016. Les produits non alimentaires augmentent plus (+5 %) que l'alimentaire (+2 %). Excepté les friandises, qui stagnent, tous les produits félins sont en croissance en 2017. Le chien, à 37 % des ventes totales, reste stable par rapport à 2016. Les aliments restent au même niveau, le non-alimentaire baisse de -1 %, et les friandises continuent à progresser (+2 %). L'année a également été favorable à la sellerie et aux jouets canins. C'est plus difficile, en revanche, pour les produits d'habitat et de confort, notamment les niches et les paniers. L'aquariophilie, à 4 % des ventes totales, est en recul (-4 %), et ce dans tous les segments, comme le vivant (-3 %). Les petits mammifères, à 5 % des ventes totales, connaissent également un

repli (-2 %). L'univers de la basse-cour, à 4 % des ventes totales, est en baisse en 2017 (-1 %). Son repli est plus accentué sur les produits non alimentaires (-11 %) que sur l'alimentaire (-1 %). La baisse est sensible sur les produits d'équipement. En revanche, la vente d'animaux de basse-cour dans les magasins continue à progresser (+7 %). L'univers des oiseaux d'élevage, à 3 % des ventes totales, est en recul de -2 %. Sur les autres familles du marché, l'univers des animaux de la nature, porté par les oiseaux, enregistrent un très bon +10 % qui profite à la fois à l'alimentaire et aux produits d'équipement. C'est plus difficile pour la terrariophilie (-2 %), mais le bassin aquatique est à la hausse (+2 %).

Vente de produits d'animalerie en 2017 ÉVOLUTION DES PRINCIPAUX CIRCUITS DE DISTRIBUTION (1)

	PROGRESSION 2017/2016
Internet	+ 16 %
Animaleries	+ 8 %
Grandes surfaces alimentaires	+ 1 %
Grandes surfaces de bricolage	- 1 %
Libres-services agricoles	- 2 %
Jardineries	- 2 %

(1) Hors circuit vétérinaire.

(Source : Prom'animal et données partenaires/Traitement Les Échos Études. Données provisoires).

+16 % pour le e-commerce

Le e-commerce (+16 % par rapport à 2016 et 9 % des ventes totales) et les animaleries (+8 % par rapport à 2016 et 12 % des ventes totales) sont les deux circuits de distribution qui assurent l'essentiel de la croissance du marché en 2017. Le bon comportement des animaleries s'explique en partie par l'extension du parc de magasins des enseignes présentes sur le marché hexagonal. Circuit leader du marché avec 51 % des ventes totales, la grande distribution alimentaire se maintient (+1 %) grâce au bon comportement de son rayon chat. Les autres circuits de distribution sont en baisse. Le compteur est à -2 % pour les jardineries et les libres-services agricoles, et à -1 % pour les grandes surfaces de bricolage. Les résultats définitifs de l'enquête Promojardin/Prom'animal 2017 seront disponibles début mai. L'association a relancé son étude e-commerce initiée en 2015. Les nouveaux résultats, comprenant notamment un focus additionnel sur les acheteurs d'aliments pour chiens et chats, seront présentés le 7 juin prochain. ■

Ventes de produits d'animalerie en 2017 ÉVOLUTION PAR TYPE D'ANIMAL

	PROGRESSION 2017/2016
Animaux de la nature	+ 10 %
Chats	+ 3 %
Bassins	+ 2 %
Chiens	0 %
Basse-cour	- 1 %
Oiseaux d'élevage	- 2 %
Petits mammifères	- 2 %
Terrariophilie	- 2 %
Aquariophilie	- 4 %

(Source : Prom'animal et données partenaires/Hors internet/Traitement Les Échos Études. Données provisoires.)