



ÉTATS-UNIS

LES PRODUITS DURABLES SE DÉVELOPPENT

Avec un chiffre d'affaires de 3 milliards d'euros, les accessoires destinés aux chiens et chats américains conçus de façon durable se développent largement. Toutes les marques et circuits de distribution contribuent à cet accroissement. Par É. L.

Une étude réalisée par Packaged Facts montre que les produits destinés aux animaux de compagnie dits « durables », c'est-à-dire dont la fabrication est respectueuse de l'environnement, ont généré des ventes de 3 milliards d'euros en 2016, contre 2,4 milliards d'euros cinq ans auparavant, en 2011.

La valeur pour les gamelles et vêtements

70 % des ventes de ce segment durable sont des produits pour chiens, contre 30 % pour les chats. Il représente aujourd'hui, selon Packaged Facts, un quart des accessoires pour chiens et chats vendus outre-Atlantique. Les gamelles, les distributeurs d'eau et de nourriture, les vêtements, les bacs à litière et leurs accessoires constituent la plus grande part des ventes en valeur de produits durables (39 %). Viennent

ensuite les jouets (28 %), les articles de couchage (corbeilles, coussins... – 18 %) et les articles de transport, ainsi que les laisses, colliers et harnais (15 %).

Le volume pour les jouets

L'étude de Packaged Facts souligne également que 60 % des possesseurs de chiens et de chats ont acheté un ou plusieurs jouets de fabrication durable au cours des 12 derniers mois. Les proportions sont moindres pour les corbeilles et coussins (30 % des possesseurs), les gamelles (29 %), les colliers et harnais (28 %), les laisses (24 %) et les bacs à litière (17 %). Elles tombent en dessous de 10 % pour les autres produits, à savoir :

les niches (7 % des possesseurs), les cages de transport (7 %), les distributeurs automatiques de nourriture (5 %) et les distributeurs automatiques d'eau (4 %).

Toutes marques, tous circuits

Selon la société d'études, toutes les marques, qu'elles soient spécialistes ou multi-spécialistes, proposent désormais des produits durables. Du côté des détaillants, le circuit spécialisé américain génère la moitié des ventes de ce type de produits, dont un tiers pour les enseignes spécialisées en animalerie, essentiellement PetSmart et Petco, qui développent notamment des gammes d'accessoires durables dans leurs marques d'enseigne. C'est aussi le cas au sein du circuit alimentaire : les supermarchés et les drugstores, notamment, positionnent leurs marques d'enseigne sur ce segment durable en ce qui concerne les accessoires. Le commerce en ligne, également bien positionné dans ce domaine, participe largement, lui aussi, à la bonne progression des ventes de produits *eco-friendly*.

Les jeunes générations

La génération des Millennials est particulièrement réceptive à l'attrait de ces produits durables. Portées par cette génération, les ventes de produits durables pour animaux de compagnie, outre-Atlantique comme sur tous les autres marchés internationaux, devraient continuer à progresser ces prochaines années. ■



60 % des possesseurs de chiens et de chats américains ont acheté un ou plusieurs jouets conçus de façon durable sur les douze derniers mois.