

Sabrina Tiphaneaux des Échos Études présente les tendances 2016 du marché de l'animal de compagnie.



ÉTUDE PROMOJARDIN/PROM'ANIMAL 2016

LE MARCHÉ MAINTIENT SA CROISSANCE

Lors de sa convention annuelle, le 15 mars dernier à Paris, l'association Promojardin et sa section Prom'animal ont présenté une première mouture du bilan 2016 du marché de l'animal de compagnie. À 4,885 milliards d'euros, les ventes maintiennent leur rythme de croissance annuel. Par É.L.

Désormais traitée 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 4,885 milliards d'euros TTC les ventes de produits pour animaux de compagnie et de « vivant » en 2016. Le marché maintient le rythme de

croissance annuel qu'il affiche depuis 2014 (+3 %). L'évolution des ventes de produits par animal destinataire ne prend pas en compte, cette année, celles du e-commerce, que Les Échos Études estiment globalement à 8 % du total en 2016, sans préciser leur progression par rapport à 2015, faute de périmètre comparable.

Le chat progresse partout

Le chien et le chat se répartissent, à parts égales, 80 % de l'ensemble des ventes de produits pour animaux de compagnie. En 2016, le chat (+3 %), progresse davantage que le chien (+2 %). Le premier se développe dans tous les domaines, alimentaires (+2 %) comme non alimentaires (+6 %). Dans le second, en revanche, l'alimentaire gagne +2 % mais le non alimentaire recule de -2 %. L'étude Promojardin/Prom'animal 2016 a créé une rubrique spécifique, présentée à part, pour les produits antiparasitaires externes (anti-tiques, anti-puces) pour chiens et chats. Leur progression, en 2016, est estimée à +15,4 % pour le chien et à +25,5 %

pour le chat, en incluant les ventes du circuit vétérinaire.

L'aquariophilie se redresse

Pour les autres familles d'animaux, qui se partagent les 20 % restants, l'année a été plutôt favorable aux petits mammifères et à l'aquariophilie. Ces deux univers renouent avec la croissance (+1 %). Les animaux de la nature (+2 %), la basse-cour (+3 %) et la terrariophilie (+1 %) continuent à progresser mais à un rythme moins élevé qu'en 2015. L'hiver, doux, n'a pas favorisé, notamment, la vente de produits pour oiseaux du ciel. Les oiseaux d'élevage (de cage) qui avaient amorcé un retour à la croissance en 2015, accusent de nouveau une baisse en 2016 (-2 %). Le bassin aquatique qui a, lui aussi, pâti des conditions climatiques défavorables, est en baisse de -3 %.

VENTE DE PRODUITS D'ANIMALERIE EN 2016 ÉVOLUTION PAR TYPE D'ANIMAL PROGRESSION 2016/2015

Chiens	+2 %
Chats	+3 %
Oiseaux d'élevage	-2 %
Animaux de la nature	+2 %
Petits mammifères	+1 %
Basse-cour	+3 %
Aquariophilie	+1 %
Terrariophilie	+1 %
Jardin aquatique	-3 %
Total	+3 %

(Source: Promojardin/Traitement Les Échos Études. Résultats provisoires)

Avantage aux animaleries

Avec 47 % de part de marché en 2016, les grandes et moyennes surfaces alimentaires, qui sont les plus gros vendeurs de produits d'animalerie, signent une croissance mesurée de +1 %. Les jardinerie (15 % de part de marché) affichent une progression similaire. Les animaleries (12 % de part de marché) se distinguent avec une augmentation de +6 %. Ce bon résultat s'explique davantage par l'extension du parc de magasins des réseaux d'animalerie sous enseigne que par les performances des points de vente à périmètre comparable. Excepté les grandes surfaces de bricolage, qui conservent leur niveau de vente de 2015, tous les autres circuits de distribution ont progressé en 2016. Les chiffres définitifs de l'enquête seront disponibles fin avril. ■