

VENTES D'ALIMENTS POUR CHATS EN EUROPE

# LES FRIANDISES PERFORMENT

Les ventes d'aliments pour chats en Allemagne, au Royaume-Uni, en France et en Italie signent des résultats contrastés. Une constante tout de même, le bon comportement des friandises pour chats au sein de ces différents marchés nationaux. Par É. L.

La société d'études IRI analyse les ventes, en volume et en valeur, d'aliments pour chats pour l'année 2016 par rapport à l'année 2015 à travers quatre grands marchés européens : l'Allemagne, le Royaume-Uni, la France et l'Italie. Deux d'entre eux sont en hausse : la France et l'Italie, avec un avantage au marché italien en termes de progression en volume (+1,6 % pour l'Italie, contre +0,9 % pour la France). Français et Italiens se rejoignent, en revanche, en ce qui concerne la progression en valeur, qui est de +1,6 % pour les

premiers et de +1,4 % pour les seconds. Les ventes d'aliments pour chats sont en baisse en Allemagne et au Royaume-Uni. La baisse est assez prononcée outre-Manche, à la fois en volume (-3,1 %) et en valeur (-3,3 %), alors qu'elle reste mesurée outre-Rhin, avec une baisse quasi identique des ventes en volume (-0,4 %) et en valeur (-0,5 %).

En revanche, les ventes de friandises pour chats progressent, en volume, dans les quatre pays pris en compte par IRI. Dans ce secteur, l'Italie fait la course en tête, et de loin, avec une progression

impressionnante de +22,8 % en volume. Seule l'Allemagne enregistre une baisse en valeur (-1,7 %) qui correspond à la guerre des prix que se livrent les acteurs de ce marché. L'aliment sec pour chat, lui, enregistre de meilleurs résultats que l'aliment humide dans les quatre pays analysés par la société d'études. Le Royaume-Uni enregistre une baisse plus importante des ventes d'aliments humides pour chats que ses trois voisins. L'Italie signe, elle, la plus forte progression des ventes d'aliments secs. Revue de détails par pays.

## Allemagne

En Allemagne, les ventes d'aliments pour chats baissent modérément (-0,5 % en valeur et -0,4 % en volume). Déjà importantes outre-Rhin, les ventes de friandises pour chats y ont progressé de +6 % en volume en 2016, malgré une diminution de -1,7 % en valeur (235 millions d'euros), qui s'explique par la bataille sur les prix que se livrent les hypermarchés, les supermarchés, les magasins de proximité alimentaires et les hard discounters, très présents outre-Rhin. Les aliments humides pour chats perdent -0,4 % en valeur, à 1,071 milliard d'euros, et -0,7 % en volume. Les aliments secs résistent mieux, se limitant à une baisse de -0,2 % en valeur, à 296 millions d'euros, pour une hausse en volume de +0,5 %.

## Royaume-uni

C'est au Royaume-Uni que les ventes d'aliments pour chats diminuent le plus, avec une perte de -3,1 % en volume et de -3,3 % en valeur en 2016 par rapport à 2015, et ce dans tous les circuits de distribution. Seules les friandises résistent à cette perte de vitesse, avec une hausse de +1,3 % en volume et de +1,1 % en valeur. La baisse est nette pour les ventes d'aliments secs comme pour la nourriture humide. Les aliments secs parviennent tout de même à maintenir leur volume de ventes de l'année précédente mais enregistrent une chute de -3,4 % en



valeur, ce qui traduit une perte de valorisation du marché. De leur côté, les aliments humides signent la même baisse en volume qu'en valeur, soit -3,7 %.

### France

Les données d'IRI soulignent une forte valorisation de la vente d'aliments pour chats en France, puisqu'elles augmentent de +0,9 % en volume et presque deux fois plus en valeur (+1,6 %). Les friandises pour chats signent une progression à deux chiffres en volume avec un très bon +12,8 % en 2016 par rapport à 2015, et +8,8 % en valeur. IRI attribue ce différentiel en faveur du volume aux ventes importantes, et à des prix attractifs, dans les

hypermarchés et supermarchés. De leur côté, les aliments secs pour chats progressent de +2,7 % en volume et un peu plus en valeur (+3,2 %), ce qui traduit une montée en gamme du marché. C'est plus difficile pour les aliments humides, qui baissent de -1 % en volume mais se maintiennent quasiment en valeur (-0,1 %). Selon IRI, les ventes d'aliments pour chats en France doivent avant tout leur progression aux bons résultats des hypermarchés et supermarchés (+2,3 % en valeur sur le total des produits) et des magasins de proximité alimentaire (+3,3 %). L'étude précise également qu'en 2016, les aliments humides ont représenté la plus grosse part des ventes



Les ventes en volume de friandises pour chats progressent dans tous les pays.

d'aliments pour chats en valeur dans le pays, s'octroyant 52,6 % de l'ensemble du marché.

### Italie

En Italie, les ventes d'aliments pour chats progressent en volume (+1,6 %) comme en valeur (+1,4 %). Les friandises signent une très forte hausse en volume (+22,8 %), mais plus mesurée en valeur (+13,3 %). Ce très net avantage au volume s'explique par les ventes conséquentes des supermarchés et des magasins de discount italiens, qui progressent fortement sur les friandises comme sur l'ensemble des



Les ventes d'aliments humides pour chats baissent de façon conséquente au Royaume-Uni.

### POPULATION FÉLINE PAR PAYS EN 2016

|             | EN MILLIONS DE CHATS |
|-------------|----------------------|
| France      | 13,5                 |
| Allemagne   | 13,4                 |
| Royaume-Uni | 8                    |
| Italie      | 7,4                  |

(Sources : Facco/ Kantar TNS (France); IVH/ZZF (Allemagne); Pet Food Manufacturers Association (Royaume-Uni); Assalco (Italie))

### ÉVOLUTION DES VENTES EN VALEUR D'ALIMENTS POUR CHATS EN ALLEMAGNE, AU ROYAUME-UNI, EN FRANCE ET EN ITALIE. 2016 VS 2015 (EN %)

|                     | ALLEMAGNE   | ROYAUME-UNI | FRANCE     | ITALIE     |
|---------------------|-------------|-------------|------------|------------|
| Alimentation humide | -0,4        | -3,7        | -0,1       | -0,6       |
| Alimentation sèche  | -0,2        | -3,4        | 3,2        | 4,9        |
| Friandises          | -1,7        | 1,1         | 8,8        | 13,3       |
| <b>Total</b>        | <b>-0,5</b> | <b>-3,3</b> | <b>1,6</b> | <b>1,4</b> |

(Source: IRI)

### ÉVOLUTION DES VENTES EN VOLUME D'ALIMENTS POUR CHATS EN ALLEMAGNE, AU ROYAUME-UNI, EN FRANCE ET EN ITALIE. 2016 VS 2015 (EN %)

|                     | ALLEMAGNE   | ROYAUME-UNI | FRANCE     | ITALIE     |
|---------------------|-------------|-------------|------------|------------|
| Alimentation humide | -0,7        | -3,7        | -1         | -0,3       |
| Alimentation sèche  | 0,5         | 0           | 2,7        | 4,5        |
| Friandises          | 6           | 1,3         | 12,8       | 22,8       |
| <b>Total</b>        | <b>-0,4</b> | <b>-3,1</b> | <b>0,9</b> | <b>1,6</b> |

(Source: IRI)

aliments pour chats, tout en proposant des prix abordables. Les aliments secs pour chats enregistrent une forte croissance en volume (+4,5 %) et encore plus forte en valeur (+4,9 %), alors que les aliments humides sont en légère baisse, en volume (-0,3 %) comme en valeur (-0,6 %). ■