

ALIMENTS HUMIDES POUR CHATS

UN SEGMENT À VALORISER CHEZ LES SPÉCIALISTES



Le rayon pet food chat des magasins spécialisés reste bien modeste par rapport à celui de son concurrent alimentaire. Il progresse, dans son assortiment et dans sa présentation, mais doit pouvoir faire mieux, en particulier sur le segment humide. Par É. L.

Le rayon pet food des grandes et moyennes surfaces alimentaires françaises, hypermarchés en tête, se distingue par son équilibre, qui caractérise aussi bien la répartition de leurs ventes

entre les aliments destinés aux chiens d'une part et ceux destinés aux chats d'autres part que la répartition entre les produits secs et les produits humides de leurs ventes d'aliments destinés aux chats.

Avantage au chien

L'équilibre n'est, en revanche, pas le terme approprié pour définir le rayon pet food des magasins spécialisés, qu'ils soient animaleries, grandes surfaces de bricolage,

jardinerie ou libres-services agricoles. Leurs rayons pet food, déséquilibrés en termes de ventes, penchent nettement en faveur de l'aliment pour chien et plus précisément du segment sec. Leurs



ventes d'aliments pour chats penchent, elles aussi, en faveur du segment sec. Si les magasins spécialisés commencent

à remodeler leur offre de pet food en y incluant davantage de références pour chats, ils ont encore du chemin à faire pour s'affirmer comme de vrais spécialistes de l'aliment pour chat. Selon les

chiffres d'un industriel du pet food (voir tableau), en 2017, les ventes d'aliments secs pour chats représentaient moins d'un quart (22,6%) du chiffre d'affaires du rayon pet food du circuit spécialisé français. Celles des aliments humides pour chats en représentent seulement 3,8%, avec toutefois une proportion un peu plus élevée pour les spécialistes de l'animalerie (6,1% de leur CA pet food) par rapport aux jardinerie (4,1%) et aux livres-services agricoles (1,8%). Historiquement, ces deux derniers types de commerces développent plutôt les aliments secs pour chiens dans leur rayon pet food. Changer leur culture et leur assortiment de produits prend du temps.

Nutrition et variétés

Les produits secs, pour chiens comme pour chats, permettent aux magasins spécialisés de mettre en avant des offres nutritionnelles super premium répondant précisément aux besoins des animaux. Mais les fabricants d'aliments humides proposent désormais le même type d'offre, notamment pour les chats, et les spécialistes doivent en profiter. La proposition d'aliments humides pour chats d'un magasin spécialisé doit trouver la bonne équation entre la nutrition de l'animal et ses goûts.

Pour son alimentation comme pour le reste, le chat est un animal très raffiné et il est important pour son maître de pouvoir diversifier ses repas avec des recettes qui correspondent bien à ses goûts. Nutrition et variété doivent donc être les deux constantes de l'offre humide chat des spécialistes.



Chez Purina Pro Plan®, dans la gamme NutriSavour, des émincés au poulet en gelée pour chats juniors.

L'offre nutritionnelle demeurant la base du rayon du spécialiste, sa mise en avant devra s'effectuer en fonction des objectifs nutritionnels précis des aliments humides. Il peut s'agir du surpoids de l'animal, notamment pour les nombreux chats stérilisés et vivant à l'intérieur,

de l'alimentation du chaton (et de sa mère), une problématique évoquée par de nombreux possesseurs de chats qui se rendent dans les magasins spécialisés, ou encore de l'alimentation du chat âgé. Pour répondre au caractère « difficile » du chat, il faut lui proposer le plus de variété

possible dans ses menus. La technologie humide permet par ailleurs de satisfaire les goûts raffinés du chat grâce à des textures variées comme la gelée, la sauce ou la mousse. Toutes ces recettes devront être proposées dans les rayons, tout comme les différents types de conditionnements tels que les portions individuelles (pochons, barquettes, dômes...) et des boîtes de plus gros volume pour les multi-possesseurs. Cependant, cette diversité de recettes et de packagings ne doit pas pour autant donner au client l'impression



Chez Royal Canin, cet aliment à la texture mousseuse offre aux chats persans une préhension idéale.

d'être noyé par le nombre de références, car son objectif premier lorsqu'il se rend dans un magasin spécialisé n'est pas de trouver de nouvelles recettes pour son chat, mais avant tout de le nourrir de manière saine et équilibrée. L'un n'empêche pas l'autre, mais l'argument nutritionnel retiendra d'abord son attention.

Échantillons et multipacks

Pour savoir si un aliment est apprécié du chat, il est important de mettre le produit entre les mains du propriétaire afin de le lui faire goûter. Les échantillons



À la marque Cat's Love de Maj Distrib, une gelée naturelle au saumon.

fournis par les marques permettent de le faire dans de bonnes conditions. Le client d'un magasin spécialisé ne fréquente pas aussi souvent son animalerie ou sa jardinerie que celui d'un hypermarché ou d'un supermarché. Il ne se déplace dans son magasin préféré que moins d'une dizaine de fois par an

en moyenne. Il sera donc satisfait de pouvoir y trouver des multipacks d'aliments humides, en boîtes ou en pochons, constitués de 10 ou 12 unités. Ces multipacks lui permettront de faire des réserves tout en bénéficiant d'opérations promotionnelles intéressantes. Si les multipacks d'humide chat des hypermarchés et supermarchés jouent sur le choix de variétés, ceux des magasins spécialistes se consacrent le plus souvent à une seule et même référence, mettant d'abord en avant le côté pratique pour le réapprovisionnement du maître.

S'il est nécessaire de bien séparer, dans les points de vente, les offres d'aliments humides et secs pour chats, le vendeur du rayon doit aussi rappeler aux clients que les deux types d'alimentations peuvent être combinés pour une bonne nutrition de leur animal. L'aliment sec peut, par exemple, favoriser un chargement moindre de l'estomac ou la bonne hygiène dentaire du chat grâce au caractère abrasif des croquettes, alors que l'aliment humide apporte naturellement de l'eau et contient peu de calories. ■

RÉPARTITION EN VALEUR DES VENTES D'ALIMENTS POUR CHIENS ET CHATS DANS LE CIRCUIT SPÉCIALISÉ (1). SUR 12 MOIS MOBILES À FIN AOÛT 2017.

	2017
SEC CHIEN	67,9%
SEC CHAT	22,6%
HUMIDE CHAT	3,8%
HUMIDE CHIEN	0,6%
FRIANDISES CHIENS	4,6%

(Source : industrie du pet food)

(1) Jardinerie, livres-services agricoles, animaleries, grandes surfaces de bricolage.