

---

ALIMENTS SECS POUR CHIENS ET CHATS

# L'ALIMENTAIRE CONFIRME, LES SPÉCIALISTES SE STABILISENT

Porté par les aliments pour chats, le rayon sec des hypermarchés et des supermarchés valorise son offre et ses ventes. En revanche, la valeur de celles des spécialistes patine, impactée par l'extension et la montée en gamme de leurs marques de distributeur. Par É.L.





**S**'il est historiquement positionné sur les aliments humides pour chiens et chats, le circuit alimentaire français, hypermarchés et supermarchés en tête, propose aujourd'hui des rayons d'aliments secs complets et performants. Il est d'ailleurs le leader du marché. Selon le panel Iri, les ventes de croquettes pour chiens et chats y représentaient, en 2017, un marché de 1,1 milliard d'euros, contre 478 millions d'euros pour les magasins spécialisés (animaleries, jardinerie, livres-services agricoles et grandes surfaces de bricolage) selon le panel GFK. Dans le rayon sec des grandes surfaces alimentaires françaises, les ventes d'aliments pour chats représentent sensiblement la même valeur que les ventes d'aliments pour chiens (593 millions d'euros pour les premiers, contre 567 millions d'euros pour les seconds). Chez les spécialistes, la répartition est plus inégale. Les croquettes pour chiens y génèrent 65 % des ventes environ, même si celles destinées aux chats gagnent du terrain.

### Le sec prend du galon

Les différents panels distributeurs confirment la valorisation des ventes d'aliments secs pour chats mais aussi pour chiens,

malgré une baisse de volume pour ces derniers, au sein du circuit alimentaire français. Selon le panel Nielsen, en 2017, les ventes d'aliments secs pour chats ont progressé de +4,1 % en valeur (+2,2 % en volume). Pour les chiens, elles ont baissé de -1,9 % en valeur (-2,4 % en volume). Le panel Iri confirme la tendance. Il fait état d'une progression de +3,6 % en valeur (+2 % en volume) des ventes d'aliments secs pour chats en 2017, et d'une baisse de -0,3 % en valeur (-1,4 % en volume) pour les chiens. Dans les deux segments, la valorisation de l'offre d'aliments secs dans le circuit alimentaire s'explique par une segmentation accrue des produits, qui répondent à des besoins nutritionnels plus précis et montent en gamme. Les clients peuvent y trouver, par exemple, pour les chats, des croquettes répondant aux besoins des animaux stérilisés vivant à l'intérieur ou, pour les chiens, des croquettes pour les seniors pesant moins de 10 kg.

### Le drive s'affirme

Dans le circuit alimentaire français, les ventes d'aliments secs pour chats progressent à la fois en volume et en valeur, alors que du côté des chiens, elles baissent de façon assez nette en volume, ►

### SANS CÉRÉALES ET NATURELS

Dans une grande surface alimentaire ou dans un magasin spécialisé, le rayon des aliments secs pour chiens et chats présente de plus en plus d'aliments sans céréales et dits « naturels ». L'arrivée de ces produits multiplie le nombre de références dans les rayons, obligeant les détaillants à faire des choix de référencement. Ces aliments font aussi l'objet de créations de produits à marques de distributeur de la part des enseignes, en particulier au sein du commerce spécialisé.

Parce qu'il mérite  
**le meilleur**



**Ever**  **land**



Acteur prépondérant du marché en ligne du pet food, le circuit du drive enregistre de bonnes ventes d'aliments secs, notamment dans de gros conditionnements.

Sur janvier-mai 2018 (vs 2017), les ventes d'aliments secs pour chiens sous MDD ont progressé de +14,6 % en valeur chez les spécialistes.

mais moins en valeur. Cette baisse du volume s'explique par un recul assez net des sacs de grand et moyen formats au profit des petits sacs (+0,7 % par rapport à 2016). Cette préférence des propriétaires pour les packs de plus petites dimensions peut s'expliquer par la proportion croissante, en France, de chiens de petite taille. De plus, les clients choisissent de plus en plus d'acheter en ligne les produits secs vendus dans de plus gros conditionnements (15 kg ou plus). Aujourd'hui, selon les données des industriels, 80 % des ventes de pet food par le biais du e-commerce sont effectuées dans le circuit du drive.



L'enseigne de jardinerie Botanic développe sa propre marque d'aliments secs pour chiens et chats sans céréales, baptisée « Sa vraie nature ».

exclusive ou MDD dans le circuit spécialisé français ont progressé de +19,4 % en valeur et de +5,5 % en volume, en cumul annuel mobile à fin février 2018 par rapport à fin février 2017. Cet avantage à la valeur traduit une nette valorisation de l'offre qui impacte aussi bien les aliments secs pour chiens que pour chats. Sur la période janvier-mai 2018, par rapport à janvier-mai 2017, les ventes de MDD ou de marques exclusives dans le segment des aliments secs pour chiens ont progressé de +14,6 % en valeur. Dans le même temps, les ventes de marques nationales

d'aliments secs super premium pour chiens ont baissé de -6,7 % en valeur. Le segment premium baisse aussi, mais moins drastiquement (-1,6 %).

### Le standard fait mieux

Cette baisse importante des ventes d'aliments secs pour chiens de marques nationales dans la catégorie super premium, et dans une moindre mesure dans la catégorie premium, n'a pas été compensée par les bons résultats des MDD. En revanche, le segment standard/économique tire son épingle du jeu. De janvier à mai 2018, les ventes en valeur de l'ensemble de la catégorie sec chien (marques nationales + MDD) du circuit spécialisé ont finalement baissé de -1,5 % en valeur alors qu'elles sont restées stables en volume (+0,2 %). Cette stabilité en volume montre aussi qu'à l'inverse du circuit alimentaire, le circuit spécialisé n'enregistre pas de baisse conséquente de ses ventes de sacs de croquettes de moyen ou de grand formats. Le développement des MDD pet food du circuit spécialisé impacte également les ventes du segment sec chat. En cumul annuel mobile à fin décembre 2017 par rapport à fin décembre 2016, les ventes d'aliments secs pour chats ont baissé de -2,1 % en valeur et de -1,6 % en volume. Un résultat s'expliquant notamment par la bonne performance des MDD des spécialistes sur la catégorie sec premium pour chats. ■

### Les MDD s'étoffent

Chez les spécialistes, l'évolution du rayon des aliments secs pour chiens et chats s'inscrit dans une tendance favorable à la montée en gamme et à l'augmentation du nombre de références de leurs marques de distributeurs (MDD). Selon le panel GFK, les ventes de pet food de marque

### LE SEC POUR CHIENS EST PLUS DÉVELOPPÉ

Tous circuits de distribution confondus, pour les chiens, l'alimentation sèche représente 72 % du marché en valeur (+1,6 % en 2017 par rapport à 2016), contre 11 % pour l'alimentation humide (+0,1 % en 2017 par rapport à 2016). Pour le chat, en revanche, le sec représente 49 % du marché en valeur (+5,2 % en 2017 par rapport à 2016), contre 47 % pour les aliments humides (+3 % en 2017 par rapport à 2016).

(Source : enquête Prom'animal 2017)



# Mastery

L'ESSENTIEL DE LA HAUTE NUTRITION

Une gamme courte  
adaptée à toutes les races de chiens

FABRIQUÉ EN  
FRANCE



Formats disponibles : 3Kg, 8Kg et 12Kg

Expert en nutrition animale depuis plus de 30 ans, Mastery vous propose des aliments super premium pour chiens :

- Élaborés avec des vétérinaires,
- Sains et appétents,
- Sans colorant ajouté ni arôme artificiel,
- Fabriqués en France.

facebook.com/MasteryNutrition [masterynutrition.com](http://masterynutrition.com) [contact@masterynutrition.com](mailto:contact@masterynutrition.com)

Le premier site  
entièrement gratuit,  
qui met en relation tous  
ceux qui veulent aider  
les animaux.

ENSEMBLE, AIDONS LES REFUGES POUR ANIMAUX

# SOLIDARITÉ REFUGES



Inscrivez-vous gratuitement et postez votre annonce.

Solidarité-refuges vous mettra en contact les uns avec les autres pour que les animaux ne manquent plus de rien en attendant de retrouver un foyer.

[solidarite-refuges.com](http://solidarite-refuges.com)

AVEC LE SOUTIEN DE

