



# CHIENS ET CHATS, UN BUSINESS AU POIL

Rien n'est trop bon ni trop beau pour son animal de compagnie. Nourriture, soins, accessoires, assurance, services funéraires... Le marché, florissant et de plus en plus diversifié, représente un pactole mondial de plus de 90 milliards d'euros.

Par LAURENCE GIRARD ET PHILIPPE JACQUÉ, « Le Monde » du 27 février 2018

# A

u Salon de l'agriculture, à Paris, qui a ouvert ses portes le samedi 24 février 2018, le public se presse non seulement pour admirer les vaches, mais également pour découvrir les prouesses des braques d'Auvergne, épagneuls bretons et autres bichons frisés. Tous en lice pour décrocher la médaille d'or du concours agricole canin. Et il vient en masse pour suivre la sélection féline du meilleur représentant de la race de l'abyssin, british shorthair ou persan. Lui aussi dûment médaillé.

« Les concours portent sur une sélection morphologique pour déterminer l'animal le plus proche du standard de sa race ou sur une sélection comportementale pour les chiens de travail ou de compagnie. Ils sont très importants pour les éleveurs », explique André Varlet, le directeur de la Société centrale canine. Il estime le nombre d'éleveurs canins professionnels à 15 000 en France et les naissances à 700 000 par an, dont 250 000 chiens de race. ➔

Série  
« Groomed »,  
de Paul Nathan,  
2014. Le  
photographe  
a compilé  
les exploits les  
plus extrêmes  
et les plus  
farfelus  
en matière  
de toilettage  
canin lors de  
concours et  
d'expositions.

PAUL NATHAN





◆ En 2017, trois chiens de berger ont trusté le podium. Bergers belges, australiens et allemands ont fourni les plus gros contingents de chiots. Suivent les golden retrievers, les bull terriers, les chihuahuas, les labradors ou les king charles. Il faut attendre la dixième position pour trouver une race française, en l'occurrence le bouledogue. « *La France est le premier pays au monde en matière de races de chien de par sa tradition de chasse et sa diversité géographique* », affirme M. Varlet. Mais sur les 55 répertoriées, 49 sont qualifiées de vulnérables car leurs effectifs se réduisent, à l'instar du barbet ou du braque de l'Ariège.

Même s'ils ne choisissent pas des races hexagonales, contraints par la dimension des logements ou influencés par les modes, les Français ont le cœur qui bat pour les animaux de compagnie. Selon l'institut d'études Xerfi, un ménage français sur deux dispose aujourd'hui d'un animal de compagnie, ce qui en fait l'un des pays européens où ce taux est le plus élevé.

Dans les faits, ces ménages partagent leur affection entre chiens et chats. Ils déclaraient posséder 7,3 millions de ces canidés, selon les données publiées en 2017 par la Fédération des fabricants d'aliments pour chiens, chats et oiseaux (Facco). Quant au nombre de ces félins, il serait de près de 13,5 millions, plus faciles à accueillir dans les logements urbains.

#### DE L'ANIMAL DOMESTIQUE À L'ANIMAL DE COMPAGNIE

Et l'affection de son compagnon à quatre pattes n'a pas de prix. Le coût d'un animal le transforme très vite « *en quasi-signe extérieur de richesse* », comme le reconnaît la propriétaire d'Helphy, un cavalier king charles. Certains n'hésitent pas à déboursier entre 1 000 et 2 500 euros, voire 3 000 euros, pour le chihuahua de leur rêve, ou entre 800 et 1 000 euros pour faire leur un chat abyssin.

« *Ce n'est que le début, car la vente d'animaux ne représente que 12 % de notre chiffre d'affaires de 100 millions d'euros, glisse Jean-Philippe Darnault, le président-directeur général d'Animalis, une chaîne d'animaleries. L'essentiel de nos revenus est réalisé avec tout le reste : l'alimentation, les accessoires et autres services proposés aux propriétaires d'animaux.* »

Rien n'est trop bon et beau pour son matou ou son Médor. « *En trente ans, le statut de l'animal domestique a évolué en animal de compagnie, relève le sociologue Christophe Blanchard, maître de conférences à l'université Paris-XIII. On constate un investissement très fort, émotionnel, dans ces compagnons, ce qui se traduit par un investissement financier significatif.* »

Selon les études, les possesseurs de chats et chiens investiraient un minimum de 600 à 800 euros par an pour un chat et de 800 à 1 000 euros par an pour un chien. Et c'est généralement un minimum. Tout commence par le contenu de la gamelle, qui crée un lien fort entre l'animal et son maître. Une particularité qui n'a pas échappé aux géants de l'agroalimentaire. Le *pet food*, autrement dit la nourriture pour animaux de compagnie, est devenu un filon en or massif. Selon le cabinet d'études Euromonitor, il aurait pesé la bagatelle de

80 milliards de dollars (70 milliards d'euros) dans le monde en 2017. Sur un total de dépense pour le soin des chiens et chats de près de 110 milliards de dollars !

Ce secteur est dominé par un duo, l'américain Mars et le suisse Nestlé. Le fabricant des confiseries Mars, M&M's ou Snickers se classe au premier rang mondial, selon Euromonitor. Avec des marques comme Royal Canin, Pedigree, Sheba ou Whiskas, il pèse 18,1 % du marché. Nestlé, qui possède Purina, Friskies, Fido et Gourmet, en représente 16,9 %. Sur la troisième marche du podium, Colgate-Palmolive est loin derrière, avec une part de marché de 3,6 %. Preuve de l'engouement pour ce secteur, l'américain General Mills, propriétaire de Yoplait, a annoncé, le 23 février, son intention de racheter pour 8 milliards de dollars la société Blue Buffalo. Un petit acteur de 1,5 milliard de chiffre d'affaires, mais positionné sur le segment le plus dynamique, celui de l'alimentation animale « bio ».

Pour Nestlé, la nourriture pour animaux de compagnie est la deuxième activité la plus rentable de son portefeuille, derrière Nespresso et Nescafé, avec un taux de marge de 21,5 % en 2017. Rien d'étonnant à ce que cette branche ait été sélectionnée comme une des priorités du groupe par le nouveau PDG, Ulf Mark Schneider.

Sur le marché français de l'alimentation, estimé à 3,7 milliards de dollars par Euromonitor, Nestlé et Mars font, en revanche, jeu égal. Alors que le pouvoir d'achat stagne, note Xerfi, les particuliers n'hésitent pas à débloquer un budget supplémentaire pour leur petit compagnon. Et les PME françaises arrivent à tirer leur épingle du jeu.

La Normandise, située à Vire, dans le Calvados, vient ainsi de dépasser les 100 millions d'euros de chiffre d'affaires avec ses pochons et ses barquettes individuelles. « *La France est un marché mature, mais le pet food continue à croître en valeur grâce à la montée en gamme des produits* », affirme Thomas Paschal, le responsable agroalimentaire d'Alcimed, une société de conseil, qui ajoute que « *les marques ont développé des produits adaptés à la catégorie d'âge, de race, de poids du chien ou du chat* ». Il suffit de regarder le rayon consacré aux animaux de compagnie dans n'importe quel



**Les possesseurs de chats et chiens investiraient un minimum de 600 à 800 euros par an pour un chat et de 800 à 1 000 euros pour un chien. Et c'est généralement un minimum**



## A l'image de la santé humaine, les équipements en IRM et autres scanners pour animaux se généralisent, tandis que de nombreux services se mettent en place : urgences, service d'ambulances spécifiques...

supermarché pour s'en convaincre. Croquettes pour chats stérilisés, d'intérieur, juniors, adultes... Croquettes pour les petits chiens ou les plus de 25 kg, pour les jack russels ou les chihuahuas, etc. Les experts du marketing s'en donnent à cœur joie. Ils se sont aussi emparés des problématiques de santé avec des propositions pour limiter, par exemple, les problèmes de tartre ou améliorer l'hygiène bucco-dentaire.

Pour M. Paschal, l'autre grand moteur de ce marché n'est autre que « le phénomène d'humanisation des animaux ». « Si le propriétaire d'un animal modifie son comportement alimentaire, il aura tendance à le projeter sur son chien ou son chat. » D'où le succès des compléments alimentaires, du bio, des produits sans allergènes ou sans OGM, mais aussi des offres de « grignotage » (sticks, biscuits, etc.). Quant à la tendance végane, elle est plus complexe à transposer quand chiens et chats revendiquent leur statut de carnivores...

Après l'alimentation, le second poste de dépenses est, bien sûr, la santé et le bien-être des animaux de compagnie. « La santé de son chien ou de son chat est primordiale, rappelle M. Blanchard. Et voir les propriétaires, toujours plus attachés à leur animal, y investir à fonds perdus n'est pas franchement étonnant. » Et cela pèse également très lourd.

### PATHOLOGIES DE PLUS EN PLUS COMPLEXES

Le seul secteur des médicaments pour animaux de compagnie est évalué à quelque 9 milliards d'euros au niveau mondial, et à près de 400 millions rien qu'en France. A l'image de l'alimentaire, le marché est aux mains de géants. L'américain Zoetis (ex-Pfizer, 4,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires) est au coude-à-coude avec l'allemand Boehringer Ingelheim (4 milliards d'euros pour sa division « animaux de compagnie »), qui vient d'absorber le français Merial, filiale de Sanofi, loin devant les français Ceva et Virbac.

A l'image de la santé humaine, les pathologies traitées sont de plus en plus complexes et les équipements en IRM et autres scanners se généralisent, tandis que de nombreux services se mettent en place : urgences, mais également service d'ambulances spécifiques... Cela se traduit, pour les propriétaires d'animaux, par des « douloureuses » de plusieurs centaines d'euros. Conséquence, le marché de l'assurance animale est estimé à 150 millions d'euros au minimum, en croissance de 20 % par an.

Le *pet business* s'étend, bien sûr, aux accessoires, vendus non seulement en grande surface, sur Internet, mais aussi dans les nouvelles chaînes, qui fleurissent : Maxi Zoo, Tom & Co, Médor et Compagnie ou Animalis. « A côté de l'alimentation animale, ce marché reste financièrement une niche, relativise Ludovic Deswarte, à la tête du groupe Martin Sellier, qui réalise un chiffre d'affaires de 25 millions d'euros. Nous sommes des artisans, même si nous avons des ambitions. Nous voulons quadrupler notre chiffre d'affaires à l'horizon 2025, tout en produisant l'essentiel de nos laisses, muselières et autres joujoux en France et en Espagne. » Autre preuve de l'intérêt de ce marché des accessoires, un nouvel acteur de poids est entré dans la danse : Ikea. Le suédois a lancé, à l'automne 2017, sa gamme Lurvig d'accessoires design pour chiens et chats : gamelle, panier, laisse, griffoir et autres...

Le secteur n'échappe pas à l'Internet des objets. Toute une scène French Tech pour animaux de compagnie est en train d'émerger. Le toulousain Canhegat a inventé le pendentif traqueur d'activité, tandis que Catspad, autre toulousain, vend un distributeur automatique d'aliments. Enfin, le parisien Camtoy propose Laika, un robot compagnon pour chiens... Reste que la révolution viendra surtout des services. Aux Etats-Unis, SoftBank a investi 300 millions de dollars dans Wag Labs. Son secteur : la mise en relation, par le truchement d'une plate-forme mobile, de propriétaires avec des promeneurs d'animaux (*dogwalkers*), une activité très développée aux Etats-Unis.

En France, le marché n'en est pas encore à ces niveaux de valorisation, mais une multitude de jeunes pousses offrent le même type de services, à l'image des sites Dogbuddy ou Gudog, pour les chiens, ou Chapacha ou Monchatestroï, pour les chats, qui permettent de trouver un hébergement pendant les vacances, un promeneur ou un gardien le temps d'une journée. Une autre société, Animalbox, reprise à la mi-2017 par Doctissimo, vend chaque mois 10 000 coffrets Woufbox ou Miaoubox, contenant des produits adaptés à l'animal (jouets, friandises, produits d'hygiène et de soin, etc.).

« Cette prolifération d'accessoires et de services typique de notre société de consommation n'est pas pour autant synonyme de bonheur pour les chiens et chats, reprend le sociologue Christophe Blanchard. Aujourd'hui, posséder un chien est souvent un marqueur social de différenciation. Et, pour certains, c'est simplement un achat à la suite d'un coup de cœur. Dans ces conditions, certains chiens finissent abandonnés en refuge... » Sur le marché des animaux de compagnie, les associations et fondations de protection des animaux et les refuges sont des acteurs incontournables.

De nombreux propriétaires restent attachés à leur chien ou à leur chat jusqu'à la fin. Quand la mort survient, c'est un véritable drame. Des sociétés se sont naturellement positionnées sur ce secteur, à l'image de la Compagnie des vétérinaires, qui propose la crémation d'animaux. « Initialement, rappelle-t-on dans cette PME de 380 personnes, qui réalise 34 millions d'euros de chiffre d'affaires, nous avons été créés par les vétérinaires pour offrir une alternative à l'équarrissage des animaux décédés. Il s'agissait de réaliser une crémation plurielle d'animaux. Et puis, avec le temps, les propriétaires nous ont demandé de véritables services funéraires, avec salle de recueillement, embaumement et cercueil spécifique... Nous proposons également une cellule d'écoute psychologique. » Le temps que deuil se passe. ■