

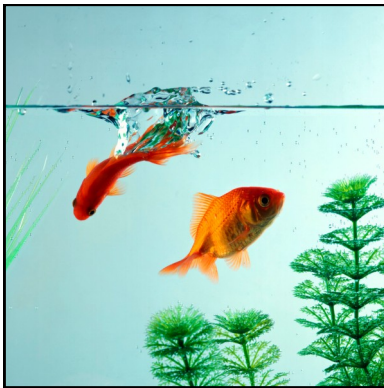


**Bureau
des marchés
internationaux**

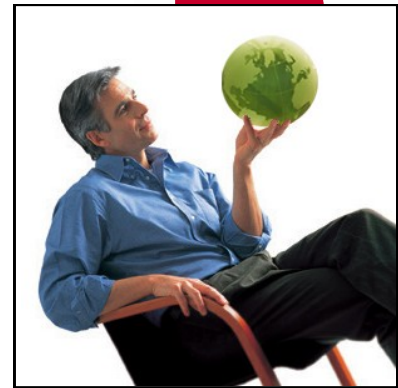
RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | AVRIL 2011



Tendances de consommation Marché des aliments pour animaux de compagnie en Allemagne



Source : Shutterstock





► RÉSUMÉ



Source : Shutterstock

L'Allemagne a connu l'une des plus vigoureuses reprises économiques de tous les pays européens. Elle vient également au sixième rang des marchés d'aliments pour animaux de compagnie à la croissance la plus rapide dans le monde. Le marché allemand devrait valoir 2,2 G\$ US en 2014.

Bien que le produit intérieur brut (PIB) allemand ait subi une chute sans précédent en 2009, la valeur et le volume des ventes d'aliments pour animaux de compagnie n'ont pas été très touchés. Peu de consommateurs allemands étaient prêts à couper dans les dépenses d'alimentation de leurs animaux, qu'ils considèrent comme des membres de la famille. Ce sont principalement les jeunes et les personnes âgées qui possèdent des animaux de compagnie en Allemagne.

Selon les prévisions, la quantité d'animaux de compagnie en Allemagne ira en augmentant au cours des prochaines années. Par exemple, le pays devrait compter 9,5 millions de chats d'ici 2015. Les ventes d'aliments pour chats seront donc bonnes dans l'avenir prévisible. Il est toutefois important de souligner que de nombreux propriétaires d'animaux cherchent actuellement un meilleur rapport qualité-prix et optent pour des produits à meilleur marché pour réduire leurs dépenses.

À mesure que l'économie allemande continuera de récupérer, les propriétaires d'animaux de compagnie achèteront davantage de produits de qualité supérieure et de produits à valeur ajoutée. Les analystes d'Euromonitor prévoient de bons résultats pour certains aliments pour animaux, notamment les aliments secs et les aliments ciblant les différentes étapes de la vie. De plus, de nombreux propriétaires d'animaux ayant abandonné les aliments pour animaux de marque en faveur d'aliments sans marque reviendront sans doute aux produits de marque dans l'avenir.

► DANS CE NUMÉRO

Résumé	2
Tendances de consommation	3
Tendances du marché de détail	3
Données sur le marché	4
Concurrence dans l'industrie	4-5
Grossistes et importateurs-distributeurs	6
Nouveaux produits	7
Aliments pour chiens	7-10
Aliments pour chats	11-13
Aliments pour autres animaux de compagnie	13-16
Annexe A	17



► LE SAVIEZ-VOUS?

► L'HUMANISATION DES ANIMAUX DE COMPAGNIE FAVORISE LES VENTES D'ALIMENTS

► LE CANADA EST LE 24^E EXPORTATEUR DE PRÉPARATIONS ALIMENTAIRES POUR CHIENS ET CHATS EN ALLEMAGNE.



► TENDANCES DE CONSOMMATION

- ▶ L'humanisation des animaux de compagnie favorise les ventes de produits pour animaux en Allemagne. Les propriétaires d'animaux recherchent des produits qui « favorisent un système immunitaire sain », « rendent le poil soyeux » et « contribuent à une peau saine » dans le but d'améliorer l'état de santé général de leur animal.
- ▶ Un certain nombre de propriétaires d'animaux allemands optent pour les produits de marque maison et constatent qu'ils satisfont les besoins de base de leurs animaux de compagnie, notamment les marques haut de gamme qui sont de meilleure qualité. Ce courant a entraîné un taux de pénétration élevé du marché par les marques maison dans le secteur des aliments pour animaux, en particulier dans le cas des aliments pour chats. Le taux de pénétration des marques maison dans le secteur allemand des aliments pour animaux de compagnie, en pourcentage des ventes au détail, se situait à 32,6 % en 2005, à 34,1 % en 2006, à 35 % en 2007, à 35,4 % en 2008, et à 35 % en 2009.
- ▶ Outre les marques maison, le marché allemand des aliments pour animaux de compagnie est principalement occupé par de grandes multinationales. Celles-ci bénéficient d'importantes ressources de commercialisation et d'innovation, ainsi que d'une clientèle relativement fidèle.
- ▶ Au cours des dernières années, le marché allemand des aliments biologiques pour animaux de compagnie a suivi les mêmes tendances que le marché des aliments emballés. Une étude récente a révélé que le quart des consommateurs qui s'achètent de la nourriture biologique aimeraient également acheter des aliments biologiques pour leurs animaux.

► TENDANCES DU MARCHÉ DE DÉTAIL

- ▶ Fressnapf accapare près du tiers des ventes allemandes globales d'aliments pour animaux de compagnie. Cette chaîne possède 777 magasins en Allemagne, et 1 114 autres dans toute l'Europe; les ventes mondiales de produits de soins des animaux de compagnie de l'enseigne se sont chiffrées à 1,3 G\$ US en 2009. L'entrepôt central de l'entreprise, situé à Krefeld, est le plus important centre de distribution de fournitures pour animaux de compagnie en Europe.
- ▶ Les petits détaillants indépendants peinent à survivre, et l'acquisition de ces petites entreprises par de grandes chaînes (par exemple Edeka, qui compte 15 000 magasins en Allemagne) a entraîné une certaine consolidation du marché. Edeka détient actuellement 25 % du marché de l'alimentation. Dans ce contexte favorable aux grandes surfaces, les petites animaleries indépendantes voient se réduire leur part des ventes, laquelle est passée de 25 % en 2000 à moins de 15 % du marché en 2009. Cette tendance devrait se poursuivre dans l'avenir proche.
- ▶ Les magasins de discompte, en tête de peloton, contribuent à promouvoir les produits de marque maison.
- ▶ Les tendances observées dans l'industrie des aliments emballés se répercuteront sur l'industrie des aliments pour animaux de compagnie, y compris des aliments adaptés aux différentes étapes de la vie et des aliments thérapeutiques.
- ▶ Les guerres de prix ont dominé le commerce de détail en Allemagne au cours de la dernière année, les chaînes d'épicerie s'opposant aux magasins de discompte, ce qui donne à croire que les consommateurs sont en général toujours sensibles aux prix.

Ventes d'aliments pour animaux en Allemagne par type de distributeur, 2010

Type de détaillant	% des ventes au détail
Animaleries à grande surface	23,2
Supermarchés et hypermarchés	47,2
Épicerie	63,3
Magasins de discompte	14,3

Source : Estimations d'Euromonitor International

Ventes d'aliments pour chiens et chats en Allemagne par type de distributeur, 2010

Type de détaillant	% des ventes d'aliments pour chiens	% des ventes d'aliments pour chats
Animaleries à grande surface	23	20
Supermarchés et hypermarchés	42,9	57,1
Épicerie	61,3	73,9
Magasins de discompte	16,4	14,9

Source : Estimations d'Euromonitor International



▶ DONNÉES SUR LE MARCHÉ

- ▶ Même si la population des animaux de compagnie en Allemagne a connu quelques fluctuations, elle a augmenté dans l'ensemble, passant de 70 millions en 2000 à 72,6 millions en 2009. C'est chez les chats que la croissance a été la plus forte, leur nombre passant de 7 millions en 2000 à 8,3 millions en 2009.
- ▶ L'augmentation passée et projetée du nombre global d'animaux de compagnie en Allemagne est attribuée à deux facteurs : les retraités représentent le seul segment de la population du pays qui est en croissance, et le taux de natalité est en diminution constante.
- ▶ La hausse du nombre d'animaux de compagnie contribue à la croissance du marché général des aliments pour animaux, tant en valeur qu'en volume. Cependant, certaines catégories de produits, comme les aliments pour oiseaux et les aliments pour poissons, réussissent moins bien que les aliments pour chats et chiens.

Marché allemand des aliments pour animaux, M\$ US

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Aliments pour chats	1 453,20	1 513,10	1 626,60	1 717,90	1 788,40	1 856,90
Aliments pour chiens	1 267,20	1 278,50	1 334,90	1 390,10	1 431,30	1 478,40
Aliments pour autres animaux	321,9	323,1	322,4	330	335,7	340,1
Total	3 042,30	3 114,70	3 283,90	3 438,00	3 555,40	3 675,40

Source : Euromonitor

- ▶ Après une chute de 5,7 % en 2007, le volume d'aliments pour animaux importés en Allemagne témoigne de la reprise économique du pays, la croissance s'étant établie à 0,1 % en 2008 et à 0,6 % en 2009.
- ▶ Les emballages de nourriture pour chats et chiens les plus courants sont les boîtes de conserve en métal (400 g) et les barquettes en aluminium (100 g), devant les emballages flexibles comme les sachets à maintien vertical (100 g) et les sachets en plastique (50 g).



▶ CONCURRENCE DANS L'INDUSTRIE

- ▶ Selon le Global Trade Atlas, les cinq premiers exportateurs de préparations alimentaires pour chiens et chats en Allemagne en 2009 étaient les Pays-Bas (314,7 M\$ CAN), la France (214,1 M\$ CAN), le Liechtenstein (108 M\$ CAN), le Royaume-Uni (60,3 M\$ CAN) et l'Autriche (42,9 M\$ CAN). Le Canada se classait au 24^e rang, ayant exporté pour 204 100 \$ CAN la même année, une légère augmentation par rapport au total de 199 900 \$ CAN en 2008. Il reste beaucoup à faire pour combler l'écart entre les débouchés offerts dans ce marché et les exportations canadiennes actuelles.



Importations allemandes d'aliments pour animaux, en tonnes

2004	2005	2006	2007	2008	2009
554 288	596 600	600 382	565 918	566 695,40	570 040

Source : Euromonitor International

Parts de marché des différentes marques sur le marché allemand des aliments pour animaux (par marque mondiale) en pourcentage des ventes au détail

Marque	Dénomination sociale (PMM*)	2005	2006	2007	2008	2009
Whiskas	Mars Inc.	9,9	9,6	9,4	9,2	9
Pedigree	Mars Inc.	6,2	5,8	5,5	5,6	5,6
Vitakraft	Vitakraft-Werke Wührmann & Sohn	4,5	4,3	4,1	4,1	4,1
Felix	Nestlé S.A.	2,8	3	3,2	3,6	3,9
Sheba	Mars Inc.	4,4	4,3	4,1	4	3,8
Kitekat	Mars Inc.	4,3	4,1	3,9	3,7	3,6
Frolic	Mars Inc.	3,6	3,4	3,2	3,2	3,2
Gourmet	Nestlé S.A.	2,1	2,2	2,3	2,3	2,3
Purina	Nestlé S.A.	2,1	2,2	2,2	2,2	2,1
Royal Canin	Mars Inc.	2,3	2,2	2,1	2,1	2,1
Eukanuba	Procter & Gamble Co, The	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9
Chappi	Mars Inc.	1,8	1,5	1,6	1,6	1,6
Cesar	Mars Inc.	1,6	1,5	1,4	1,4	1,5
Tetra	Spectrum Brands Inc.	1,6	1,6	1,5	1,5	1,4
Gimborn	Süd-Chemie AG	1,6	1,5	1,4	1,4	1,4
Hill's Science Diet	Colgate-Palmolive Co	1,1	1,1	1,3	1,3	1,3
Purina ONE	Nestlé S.A.	0,7	0,7	0,8	0,9	1
Gimpet	Süd-Chemie AG	0,9	0,9	0,9	1	0,9
Affinity Brekkies	Agrolimen S.A.	1	1	0,8	0,8	0,7
Dog Chow	Nestlé S.A.	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
Iams	Procter & Gamble Co, The	0,4	0,5	0,5	0,4	0,5
JBL	JBL GmbH & Co KG	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4
Matzinger	Nestlé S.A.	1	1	0,3	0,3	0,4
Perfect Fit	Mars Inc.	s.o.	s.o.	0,1	0,2	0,4
Beneful	Nestlé S.A.	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2
Loyal	Mars Inc.	0,4	0,4	0,2	0,2	0,2
Trill	Mars Inc.	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
Mixer	Mars Inc.	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Pitti	Pitti Heimtierprodukte GmbH	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Marques maison	Marques maison	32,6	34,1	35	35,4	35
Autres marques	Autres entreprises	9,6	9,6	10,6	9,9	10,5

*PMM : Propriétaire de la marque mondiale

Source : Euromonitor International



► GROSSISTES ET IMPORTATEURS-DISTRIBUTEURS

- ▶ Les lois allemandes ne restreignent aucunement la distribution de produits importés. Ainsi, les entreprises étrangères peuvent choisir les canaux de distribution qui conviennent le mieux à leur produit et au niveau de participation qu'elles souhaitent exercer sur le marché allemand. Les canaux de distribution les plus communs comprennent les entreprises de grossistes et de détaillants, les maisons de commerce, les négociants, les agents commerciaux, les distributeurs et, enfin, les filiales allemandes.
- ▶ Plus de 85 fournisseurs de produits pour animaux de compagnie font affaire en Allemagne. Certains des principaux sont énumérés ci-dessous (répertoire des fournisseurs de produits pour animaux de compagnie, www.petproducts1.com).
 - Bewital Gmbh & co KG, tél. : +49 2862 5810, importateur et distributeur.
 - Christian Steinbach-zoobedarf-heimtiernahrung, Inhaber Ralf Steinbach 7, Wabern, Allemagne, tél. : +49 5683 99850, importateur, producteur et distributeur.
 - Fressnapf Stelberg Gmbh, Troisdorf, Allemagne, tél. : +49 2241 404470, importateur, exportateur, producteur et distributeur.
 - Wh-Pet Products GmbH, Brusseler Str. 10 48455 Bad Bentheim, Allemagne, tél. : +49 59 24 25 52 40, grossiste.
 - Scharnebecker Muhle Diha Gmbh, Kringelsburg 1 21379 Scharnebeck, Allemagne, tél. : +49 413 69 12 40, grossiste.
 - Systemhandel Vertriebsgesellschaft Fur Food, Aubere Sulzbacher Str. 47 90491 Nurnberg, Allemagne, tél. : +49 91 19 59 80 60, distributeur.
 - Technoplan Consult & Vertriebs Gmbh, Rechbergstrl 11 73101 Aichelberg, Allemagne, tél. : +49 716 49 422 30, distributeur.
 - Verhoeven Handelsgesellschaft Mbh, Erich-wolf-Str. 18 63840 Hausen, Allemagne, tél. : +49 602 22 56 53, distributeur.
 - Raiffeisen-Warengenossenschaft Twistringen Eg, Konrad-Adenauer-Str. PF 1255 27239 Twistringen, Allemagne, tél. : +49 424 39 29 60, grossiste.
 - Heinrich Nagel KG (Gmbh & Co.), Monckebergstr. 17 PF 104729 20095 Hamburg, Allemagne, tél. : +49 403 09 51 40, grossiste.
 - Jokisch Schnellgerichte Gmbh, Hinter Den Kirschkatzen 26 23560 Lubeck, Allemagne, tél. : +49 451 58 31 90, grossiste.
 - Allco Heimtierbedarf Gbh & Co. KG, Muggenort 21 27321 Morsum, Allemagne, tél. : +49 423 39 32 00, distributeur.
 - Becker-Schoell Aktiengesellschaft, Im Kalten Brunnen 14 72666 Neckartailfingen, Allemagne, tél. : +49 712 79 32 73, grossiste.

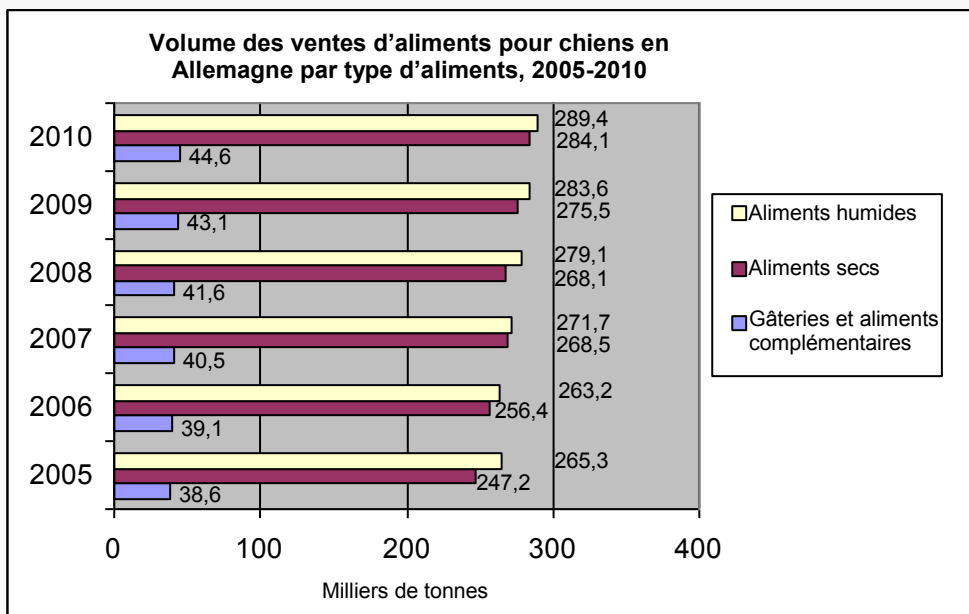


▶ NOUVEAUX PRODUITS

- ▶ La quantité d'aliments de qualité supérieure pour animaux de compagnie continue de croître, tout comme la demande de produits gastronomiques et gourmets. Les consommateurs veulent des ingrédients naturels et biologiques pour leurs animaux. Ce mouvement est exemplifié par Gourmet Eiersouffle (nourriture pour chats à saveur de soufflé aux œufs) ou des produits certifiés biologiques comme Defu Bio-Organic, que la publicité annonce comme « sans organisme génétiquement modifié (OGM) », « sans agents de conservation », « sans viande de production industrielle » et « certifié biologique ». On s'attend à ce que le marché des aliments biologiques pour animaux ou « sans » ingrédients indésirables, comme les OGM, et celui des produits de qualité supérieure à saveurs inhabituelles gagnent en importance.
- ▶ La segmentation des 362 nouveaux produits alimentaires pour animaux de compagnie mis sur le marché en 2009 confirme la tendance en faveur des aliments naturels et santé. L'allégation la plus courante était « sans additifs ou agents de conservation » (142), suivie de « facilite la digestion et contribue à la santé du système urinaire sain » (75), « bon pour la peau et le poil » (66) et « enrichi de vitamines et de minéraux » (48).
- ▶ L'analyse des produits lancés en 2009 par sous-catégorie révèle que celle des aliments humides pour chats a compté le plus de nouveaux produits (109). Suivent ensuite les gâteries pour chiens (57), les aliments secs pour chats (54), les aliments humides pour chiens (52), les aliments secs pour chiens (48) et les gâteries pour chats (42).

▶ ALIMENTS POUR CHIENS

- ▶ En 2009, 13,3 % des ménages allemands possédaient un chien, une proportion inchangée depuis 2005. Toutefois, la *population* de chiens est passée de 5,3 millions en 2005 à 5,5 millions en 2009. Selon les projections pour 2010 la population de chiens devrait rester stable.
- ▶ Les petits chiens sont de plus en plus populaires, car ils peuvent plus facilement être traités comme des enfants que les gros chiens.
- ▶ En 2009, 60 % des propriétaires de chiens allemands achetaient des aliments pour chiens préparés plutôt que des aliments non préparés.
- ▶ De 2005 à 2010, les gâteries et les aliments complémentaires pour chiens ont connu la plus importante *croissance en volume* de tous les aliments pour chiens en Allemagne. Leur taux de croissance annuel composé (TCAC) était estimé à 15,5 %. Les aliments secs pour chiens, dont le TCAC était de 14,9 %, suivaient de près. Le volume d'aliments humides pour chien avait aussi augmenté, leur TCAC étant estimé à 9,1 %.
- ▶ Au chapitre de la *croissance de la valeur* entre 2005 et 2010, le TCAC des aliments secs pour chiens était de 21,2 %, celui des gâteries et collations pour chiens de 16,8 % et celui des aliments humides pour chiens de 11,5 %.



Source : Euromonitor International

Allemagne – Valeur des ventes d'aliments pour chiens par type d'aliments, M\$ US, 2005-2010

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Gâteries et aliments complémentaires	323,5	328,5	341,8	354,3	365,3	378
Aliments secs	489,7	501,8	524,4	553,6	572,7	593,6
Aliments humides	454,2	448,4	466	482,3	493,4	506,1
Total	1 267,20	1 278,50	1 334,90	1 390,10	1 431,30	1 478,40

Source : Euromonitor International

Allemagne – Aliments pour chiens selon la catégorie de prix, 2009

Type	Catégorie	Prix au kilo [\$ US]
Aliments humides	De luxe	Plus de 7,87
	De qualité supérieure	De 6,56 à 7,85
	Ordinaire	De 3,93 à 6,54
	Économique	Moins de 3,92
Aliments secs	De luxe	Plus de 7,87
	De qualité supérieure	De 5,90 à 7,85
	Ordinaire	De 3,28 à 6,43
	Économique	Moins de 3,8

Source : Euromonitor International



Allemagne – Projections de volume des ventes d'aliments pour chiens par type d'aliments, 2011-2015

Milliers de tonnes	2011	2012	2013	2014	2015
Gâteries et aliments complémentaires	45,6	46,3	47	47,8	48,4
Aliments secs	292	300	308,1	315,8	323
Aliments humides	295	299,4	303	306,3	309,4
Total	632,6	645,7	658,2	669,9	680,9

Source : Estimations d'Euromonitor International

Allemagne – Projections de croissance du volume des ventes d'aliments pour chiens par type d'aliments, 2010-2015

Croissance en %	2014-2015	2010-2015, TCAC	2010-2015 TOTAL
Gâteries et aliments complémentaires	1,4	1,7	8,6
Aliments secs	2,3	2,6	13,7
Aliments humides	1	1,4	6,9
Total	1,6	2	10,2

Source : Estimations d'Euromonitor International



Source : Mintel

Allemagne – Projections de la valeur des ventes d'aliments pour chiens par type d'aliments, 2011-2015

Millions d'euros	2011	2012	2013	2014	2015
Gâteries et aliments complémentaires	377,9	383,9	389,8	394,7	399,4
Aliments secs	599,7	617,9	635,7	651,6	665,8
Aliments humides	506,2	515,4	522,5	528	532,6
Total	1 483,80	1 517,40	1 548,30	1 574,70	1 598,00

Source : Estimations d'Euromonitor International

Allemagne – Projections de croissance de la valeur des aliments pour chiens par type d'aliments, 2010-2015

Croissance à valeur constante en %	2010-2015 TCAC	2010-2015 TOTAL
Gâteries et aliments complémentaires	1,6	8,1
Aliments secs	2,8	14,8
Aliments humides	1,5	7,7
Total	2	10,7

Source : Estimations d'Euromonitor International



CONCURRENTS, ALIMENTS POUR CHIENS

Allemagne – Parts de marché des principales marques d'aliments pour chiens en pourcentage des ventes au détail, 2006-2009

Marque	Fabricant	2006	2007	2008	2009
Fressnapf	Fressnapf Tiernahrungs GmbH	13	13,2	13,7	13,8
Pedigree	Mars Deutschland GmbH	s.o.	13,6	13,9	13,8
Frolic	Mars Deutschland GmbH	s.o.	7,8	8	7,9
Purina	Nestlé Purina Petcare Deutschland GmbH	5,4	5,3	5,4	5,3
Aldi	Aldi Einkauf GmbH & Co oHG	5,1	5,2	5,2	5,3
Chappi	Mars Deutschland GmbH	s.o.	3,8	3,9	4
Eukanuba	Iams Pet Food GmbH & Co KG	3,6	3,6	3,6	3,7
Rewe	Rewe Zentral AG	5,3	5,5	5,6	3,7
Royal Canin	Mars Deutschland GmbH	s.o.	3,8	3,6	3,6
Cesar	Mars Deutschland GmbH	s.o.	3,5	3,6	3,6
Gimborn	H Von Gimborn GmbH	3,7	3,5	3,5	3,5
Vitakraft	Vitakraft-Werke Wührmann & Sohn	2,3	2,3	2,3	2,3
Dog Chow	Nestlé Purina Petcare Deutschland GmbH	1,6	1,6	1,6	1,6
Hill's Science Plan	Hill's Pet Nutrition GmbH	1,2	1,3	1,3	1,3
Matzinger	Nestlé Purina Petcare Deutschland GmbH	2,4	0,9	0,9	1
Purina ONE	Nestlé Purina Petcare Deutschland GmbH	0,5	0,5	0,8	0,8
Beneful	Nestlé Purina Petcare Deutschland GmbH	0,4	0,5	0,6	0,6
Loyal	Mars Deutschland GmbH	s.o.	0,5	0,5	0,4
Mixer	Mars Deutschland GmbH	s.o.	0,3	0,3	0,3
Marques maison	Autres	11,1	10,7	9,8	9,8
Autres	Autres	9,5	12,7	12,1	13,6

Source : Estimations d'Euromonitor International

Allemagne – Parts de marché des marques de gâteries pour chiens, 2006-2009

% de la valeur au détail	Fabricant	2006	2007	2008	2009
Purina Snacks	Nestlé Purina Petcare Deutschland	21,5	21,6	21,7	21,6
Pedigree	Mars Deutschland GmbH	s.o.	21,3	21,3	21,3
Gimborn	H Von Gimborn GmbH	14,9	14,2	14,1	14
Fressnapf	Fressnapf Tiernahrungs GmbH	8,4	8,9	9,2	9,5
Vitakraft	Vitakraft-Werke Wührmann & Sohn	7,9	7,8	7,7	7,8
Frolic	Mars Deutschland GmbH	s.o.	4,2	4,1	5
Aldi	Aldi Einkauf GmbH & Co oHG	3,1	3,1	2,7	2,7
Rewe	Rewe Zentral AG	8,4	8,3	8,1	s.o.
Pedigree	Masterfoods GmbH	22,5	s.o.	s.o.	s.o.
Frolic	Masterfoods GmbH	3,4	s.o.	s.o.	s.o.
Autres	Autres	9,7	10,7	11,1	18,2

Source : Estimations d'Euromonitor International

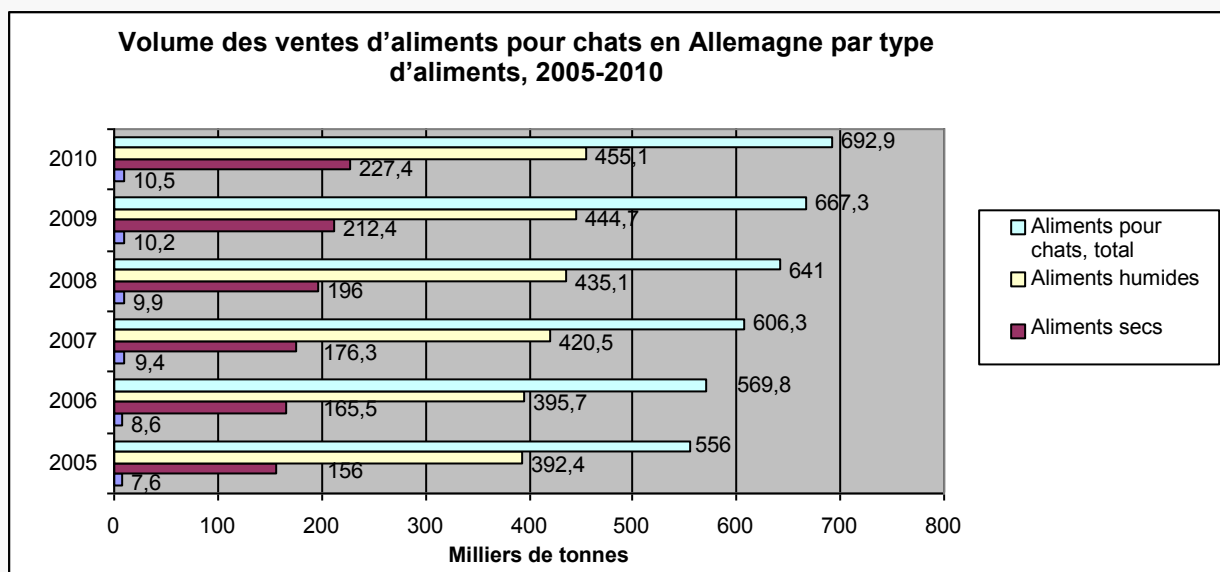
▶ ALIMENTS POUR CHATS



- ▶ En 2009, 15 % des ménages allemands avaient un chat, une proportion restée inchangée depuis 2005. Cependant, la population de chats est passée de 7,6 millions en 2005 à 8,3 millions en 2009. Les projections pour 2010 établissent à environ 8,5 millions la population de chats.
- ▶ En 2009, 97 % des propriétaires allemands de chats achetaient des aliments préparés plutôt que des aliments non préparés.
- ▶ Les aliments secs pour chats, dont le TCAC a été estimé à 7,8 % de 2005 à 2010, ont connu la plus forte *croissance du volume* de tous les aliments pour chats en Allemagne. Les gâteries suivaient de près, leur TCAC s'étant fixé à 6,7 % pendant la même période. Les aliments humides ont enregistré une légère croissance, qui s'est traduite par un TCAC d'environ 3 % de 2005 à 2010.
- ▶ En ce qui a trait à la *croissance de la valeur* de 2005 à 2010, le TCAC des aliments secs pour chats était de 8,1 %, celui des gâteries et des aliments complémentaires pour chats de 6,3 % et celui des aliments humides pour chats de 3,9 %.



Source : Shutterstock



Source : Euromonitor International

Allemagne – Valeur des ventes d'aliments pour chats selon le type d'aliments, M\$ US, 2005-2010

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Gâteries et aliments complémentaires	126 ,7	141 ,5	154 ,5	161 ,6	167 ,4	172 ,1
Aliments secs	298 ,9	318 ,6	340	378 ,9	410 ,5	440 ,8
Aliments humides	1 027 ,50	1 052 ,90	1 132 ,20	1 177 ,90	1 210 ,30	1 243 ,90
Total	1 453 ,20	1 513 ,10	1 626 ,60	1 717 ,90	1 788 ,40	1 856 ,90

Source : Estimations d'Euromonitor International.



Allemagne – Aliments pour chats selon la catégorie de prix, 2009

Type	Catégorie	Prix au kilo (\$ US)
Aliments humides	De luxe	Plus de 10,5
	De qualité supérieure	6,41 à 10,46
	Ordinaire	2,62 à 6,40
Aliments secs	Économique	Moins de 2,60
	De luxe	Plus de 10,47
	De qualité supérieure	6,54 à 10,45
	Ordinaire	3,27 à 6,53
	Économique	Moins de 3,79

Source : Euromonitor International

Allemagne – Projections du volume des ventes d'aliments pour chats par type d'aliments, 2011-2015

Milliers de tonnes	2011	2012	2013	2014	2015
Gâteries et aliments complémentaires	10,8	11,1	11,5	11,8	12
Aliments secs	239,6	250,1	259,9	269,1	278,1
Aliments humides	463,2	470,8	478,9	487	495,1
Total	713,6	732	750,2	767,8	785,2

Source : Estimations d'Euromonitor International.

Allemagne – Projections de croissance du volume des ventes d'aliments pour chats par type d'aliments, %, 2010-2015

	2014/15	2010-15 CAGR	2010/15 TOTAL
Gâteries et aliments complémentaires	2,4	2,8	14,7
Aliments secs	3,4	4,1	22,3
Aliments humides	1,7	1,7	8,8
Total	2,3	2,5	13,3

Source : Estimations d'Euromonitor International.

Allemagne – Projections de croissance de la valeur des ventes d'aliments pour chats par type d'aliments, %, 2010-2015

	2010-15 CAGR	2010/15 TOTAL
Gâteries et aliments complémentaires	2,1	11
Aliments secs	4,5	24,8
Aliments humides	1,7	8,9
Total	2,5	12,9

Source : Estimations d'Euromonitor International.

Allemagne – Projections de la valeur des ventes d'aliments pour chats par type d'aliments, M\$ US, 2011-2015

	2011	2012	2013	2014	2015
Gâteries et aliments complémentaires	172,6	177,1	180,9	184,9	186,8
Aliments secs	456,4	478,7	499,5	518,8	537,5
Aliments humides	1 242,5	1 266,3	1 287,9	1 306,2	1 323,9
Total	1 871,5	1 922,1	1 968,2	2 008,8	2 048,2

Source : Estimations d'Euromonitor International.

CONCURRENTS, ALIMENTS POUR CHATS



Allemagne – Parts de marché des marques d'aliments pour chats

% de la valeur de vente au détail (PVD)	Fabricant	2006	2007	2008	2009
Whiskas	Mars Deutschland GmbH	s.o.	18,9	18,4	17,8
Fressnapf	Fressnapf Tiernahrungs GmbH	14	15,5	16,6	17,5
Rewe	Rewe Zentral AG	8,6	8,7	8,7	8,7
Felix	Nestlé Purina Petcare Deutschland GmbH	6,1	6,5	7,3	7,8
Sheba	Mars Deutschland GmbH	s.o.	8,4	8	7,6
Kitekat	Mars Deutschland GmbH	s.o.	7,8	7,4	7,2
Aldi	Aldi Einkauf GmbH & Co oHG	5,7	6,3	6,7	6,9
Gourmet	Nestlé Purina Petcare Deutschland GmbH	4,6	4,6	4,6	4,5
Gimpet	H Von Gimborn GmbH	1,9	1,9	1,9	1,9
Hill's Science Plan	Hill's Pet Nutrition GmbH	1,2	1,6	1,6	1,5
Affinity Brekkies	Affinity Petcare Deutschland GmbH	2	1,7	1,6	1,4
Purina ONE	Nestlé Purina Petcare Deutschland GmbH	1,1	1,2	1,3	1,3
Vitakraft	Vitakraft-Werke Wüthmann & Sohn	1,3	1,3	1,3	1,3
Royal Canin	Mars Deutschland GmbH	s.o.	1,1	1,2	1,2
Iams	Iams Pet Food GmbH & Co KG	1	1	0,9	0,9
Eukanuba	Iams Pet Food GmbH & Co KG	0,8	0,8	0,8	0,9
Perfect Fit	Mars Deutschland GmbH	s.o.	0,1	0,5	0,7
Whiskas	Masterfoods GmbH	19,7	s.o.	s.o.	s.o.
Sheba	Masterfoods GmbH	8,9	s.o.	s.o.	s.o.
Kitekat	Masterfoods GmbH	8,5	s.o.	s.o.	s.o.
Royal Canin	Masterfoods GmbH	1,1	s.o.	s.o.	s.o.
Marques maison	Autres	10,4	9,5	8,9	8,4
Autres	Autres	3,1	3	2,4	2,4

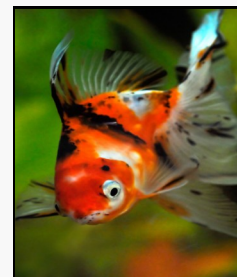
Source : Estimations d'Euromonitor International.

▶ ALIMENTS POUR AUTRES ANIMAUX DE COMPAGNIE

- ▶ Du côté des autres animaux de compagnie, les Allemands délaissent les oiseaux, dont la population a reculé sous la barre des 3,5 millions en 2009, en faveur des poissons et des petits mammifères. En 2009, la population de poissons a atteint 52,8 millions (elle s'élevait à 52,03 millions en 2008), tandis que la population de petits mammifères a grimpé à 2,4 millions (comparativement à 2,32 millions en 2008). Les hamsters et les cochons d'Inde sont particulièrement populaires et sont considérés comme les « premiers compagnons » idéaux pour les jeunes enfants. Les poissons sont considérés comme un « animal de compagnie pour hommes », car ils sont les seuls animaux de compagnie dont on puisse améliorer l'environnement, par exemple en achetant un plus grand aquarium, des accessoires, des plantes ou des pierres décoratives.
- ▶ Les ventes d'aliments pour poissons restent stables, n'ayant augmenté que très légèrement, soit de 1 % en 2009, pour se chiffrer à 92,6 M\$ US. Les ventes d'aliments pour petits mammifères et reptiles devraient s'accroître de 2 % en 2010, et totaliser ainsi 162,3 M\$ US.
- ▶ Le secteur allemand des aliments pour autres animaux de compagnie a connu une légère hausse de la demande d'aliments pour petits mammifères et poissons. Cependant, les ventes d'aliments pour oiseaux sont restées stables et ont enregistré une baisse au chapitre de la valeur en 2009, baisse qui a contribué à la piètre performance de ce secteur.



- ▶ Du côté du volume des ventes, les aliments pour petits mammifères et reptiles ont totalisé 41 242,5 tonnes en 2009, soit une augmentation par rapport à 40 073,10 tonnes en 2008. Selon les projections pour 2010, les ventes atteindraient 43 107 tonnes. Par ailleurs, les aliments pour petits mammifères et reptiles ont enregistré les meilleurs résultats dans la catégorie des aliments pour autres animaux de compagnie. Les ventes dans cette catégorie se sont chiffrées à 158,8 M\$ US en 2009 et devraient représenter 162,3 M\$ US en 2010.
- ▶ Le volume de la valeur des ventes d'aliments pour petits mammifères et reptiles devrait croître de 3 % de 2005 à 2010
- ▶ Le prix unitaire des aliments pour autres animaux de compagnie a augmenté de façon négligeable en 2009, ne passant que de 4,75 \$ US le kilo à 4,78 \$.
- ▶ Le marché des aliments pour autres animaux de compagnie est fragmenté. Les consommateurs sont peu fidèles aux marques et ne perçoivent aucune différence de valeur ajoutée entre les différentes marques de produits.
- ▶ Depuis 2000, les consommateurs achètent moins d'aliments pour autres animaux de compagnie dans les animaleries (33 %), et davantage dans les animaleries à grande surface (39 %).



Allemagne – Population d'autres animaux de compagnie, 2005-2010

Milliers d'animaux	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Oiseaux	3 800	3 750	3 500	3 495	3 470	3 420
Poissons	53 500	53 800	54 200	52 032	52 800	53 850
Petits mammifères	2 060	2 180	2 276	2 230	2 360	2 300
Reptiles	140	160	180	160	165	175

Source : Euromonitor International. Remarque : Les données pour 2010 sont des estimations.

Allemagne – Volume des ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie par type d'aliments 2005-2010

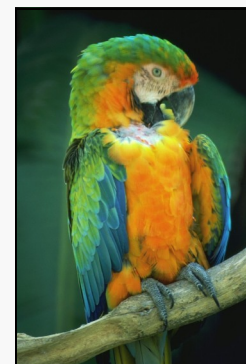
Tonnes	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Aliments pour oiseaux	28 703,30	25 960,50	23 649,30	24 657,40	24 791,40	24 572,30
Aliments pour poissons	3 899,90	4 022,30	4 138,60	4 093,20	4 090,90	4 102,70
Aliments pour petits mammifères et reptiles	36 398,70	38 074,40	38 658,80	40 073,10	41 242,50	42 107,30
Total	69 001,80	68 057,20	66 446,70	68 823,80	70 124,70	70 782,20

Source : Estimations d'Euromonitor International.

Allemagne – Croissance du volume des ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie par type d'aliments

Croissance en %	2009-2010	2005-2010 TCAC	2005-2010 TOTAL
Aliments pour oiseaux	-0,9	-3,1	-14,4
Aliments pour poissons	0,3	1	5,2
Aliments pour petits mammifères et reptiles	2,1	3	15,7
Total	0,9	0,5	2,6

Source : Estimations d'Euromonitor International.





Allemagne – Valeur des ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie par type d'aliments, 2005-2010

Millions de \$ US	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Aliments pour oiseaux	90	81	75,1	78,1	79,5	79,5
Aliments pour poissons	67	89,6	95,2	93,9	94,4	95
Aliments pour petits mammifères et reptiles	142,5	149,5	152,1	158	161,9	165,5
Total	321,9	323,1	322,4	330	335,7	340,1

Source : Euromonitor

Allemagne – Projections de volume des ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie par type d'aliments, 2011-2015

Tonnes	2011	2012	2013	2014	2015
Aliments pour oiseaux	24 401,60	24 256,00	24 063,00	23 728,30	23 280,60
Aliments pour poissons	4 133,70	4 153,10	4 194,30	4 230,00	4 261,10
Aliments pour petits mammifères et reptiles	42 847,00	43 552,20	44 211,90	44 740,30	45 305,90
Total	71 382,40	71 961,20	72 469,10	72 698,60	72 847,60

Source : Estimations d'Euromonitor International.

Allemagne – Projections de valeur des ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie par type d'aliments, 2011-2015

Millions de \$ US	2011	2012	2013	2014	2015
Aliments pour oiseaux	78,7	78,3	77,8	76,6	75,1
Aliments pour poissons	94,3	94,8	96,1	97,2	97,8
Aliments pour petits mammifères et reptiles	165,4	168	170,3	172	173,6
Total	338,3	341,2	344,2	345,5	346,6

Source : Estimations d'Euromonitor International.

Allemagne – Projections de croissance du volume des ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie par type d'aliments, 2010-2015

% de croissance	2014-2015	2010-2015 TCAC	2010-2015 TOTAL
Aliments pour oiseaux	-1,9	-1,1	-5,3
Aliments pour poissons	0,7	0,8	3,9
Aliments pour petits mammifères et reptiles	1,3	1,5	7,6
Total	0,2	0,6	2,9

Source : Estimations d'Euromonitor International.

Allemagne – Projections de croissance de la valeur des ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie par type d'aliments, 2010-2015

% de croissance à valeur constante	2010-2015 TCAC	2010-2015 TOTAL
Aliments pour oiseaux	-0,7	-3,6
Aliments pour poissons	1	4,9
Aliments pour petits mammifères et reptiles	1,3	6,9
Total	0,8	3,9

Source : Estimations d'Euromonitor International.



CONCURRENTS, ALIMENTS POUR AUTRES ANIMAUX DE COMPAGNIE

Allemagne – Parts de marché des marques d'aliments pour oiseaux, 2006-2009

% de la valeur au détail (PVD)	Fabricant	2006	2007	2008	2009
Vitakraft	Vitakraft	50,5	52,8	52,5	52,8
Fressnapf	Fressnapf Tiernahrungs GmbH	19,4	22	21,9	21,2
Trill	Mars Deutschland GmbH	s.o.	6	6,4	6,6
Pitti	Pitti Heimtierprodukte GmbH	5,2	5	4,8	5
Trill	Masterfoods GmbH	7,1	s.o.	s.o.	s.o.
Marques maison	Autres	9,7	7,4	6,4	6,2
Autres	Autres	8,1	6,7	8	8,2

Source : Estimations d'Euromonitor International.

Allemagne – Parts de marché des marques d'aliments pour poissons, 2006-2009

% de la valeur au détail (PVD)	Fabricant	2006	2007	2008	2009
Tetra Min	Tetra Werke GmbH	35,4	35,1	35,3	35,7
Vitakraft	Vitakraft-Werke Wührmann & Sohn	18	18,3	19,5	20,3
JBL	JBL GmbH & Co KG	7,6	7	7,3	7,4
Marques maison	Autres	6,5	7,3	7,8	7,9
Autres	Autres	32,6	32,3	30,1	28,7

Source : Estimations d'Euromonitor International.

Allemagne – Parts de marché des marques d'aliments pour petits mammifères et reptiles, 2006-2009

% de la valeur au détail (PVD)	Fabricant	2006	2007	2008	2009
Vitakraft	Vitakraft	17,2	17,2	17,1	18,6
Tetra	Tetra GmbH	11,2	11,3	11	9,7
JBL	JBL GmbH & Co KG	6,1	6,1	6	5,2
Marques maison	Autres	3,8	3,9	4,2	4,5
Autres	Autres	61,8	61,5	61,8	62

Source : Estimations d'Euromonitor International.





▶ ANNEXE A

Le présent rapport analyse le marché allemand des aliments pour animaux de compagnie. Aux fins de l'étude, ce marché a été divisé comme suit :

- Aliments pour chiens;
- Aliments pour chats;
- Aliments pour autres animaux de compagnie.

Les ventes d'aliments pour chats et chiens sont ventilées par type de produit (aliments secs ou humides) et par catégorie de prix. Au nombre des principales marques de chaque catégorie de prix figurent :

- De luxe : Purina ONE, Iams, Eukanuba;
- De qualité supérieure : Whiskas, Sheba, Royal Canin, Cesar;
- Ordinaire : Felix, Kitekat, Frolic, Pedigree;
- Économique : Chappi, Loyal.

Ressources en Allemagne

The Industrial Association of Pet Care Producers (IVH)
Postfach 11 06 26
Dusseldorf 40506
Allemagne
Courriel : ivh.ev@t-online.de
Site Web : www.ivh-online.de [anglais ou allemand seulement]

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Bien que tous les efforts nécessaires aient été déployés pour s'assurer de l'exactitude de l'information Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité reliée aux conséquences possibles de décisions prises sur la base de ces renseignements.

Tendances de consommation : Marché des aliments pour animaux de compagnie en Allemagne

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, 2011
ISSN 1920-6623 Rapport sur les indicateurs de marché
No AAC. **11442F**

Références photographiques

Toutes les photographies reproduites dans la présente publication sont utilisées avec la permission des détenteurs des droits sur ces photographies.

À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada détient les droits d'auteur sur toutes les images.

Pour obtenir des exemplaires additionnels de cette publication ou pour demander un exemplaire sur support de substitution, veuillez communiquer :
Agriculture et Agroalimentaire Canada
1341, chemin Baseline, Tour 5, 4^e étage
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0C5
Courriel : infoservice@agr.gc.ca

Also available in English under the title:
Consumer Trends: Pet Food in Germany

Canada 