



Agriculture et
Agroalimentaire Canada

Agriculture and
Agri-Food Canada



**Bureau
des marchés
internationaux**

RAPPORT D'INDICATEURS DE MARCHÉS | DÉCEMBRE 2009

Tendances de consommation Marché russe des aliments pour animaux de compagnie





Tendances de consommation Marché russe des aliments pour animaux de compagnie

► RÉSUMÉ

La Russie est membre du G8 et se classe parmi les principaux chefs de file économiques du monde, affichant un taux de croissance moyen du PIB de 7 % par an depuis les dix dernières années. Cette croissance économique a stimulé la demande d'animaux de compagnie et d'aliments préparés pour les nourrir. L'écart appréciable entre les aliments préparés et les aliments non-préparés pourrait créer des occasions de développement dans un important marché inexploité. L'augmentation du revenu disponible a également produit une hausse de la demande pour des produits de première qualité.

La valeur du marché russe des aliments pour animaux de compagnie s'élève à un milliard de dollars américains, et l'on prévoit que ce marché connaîtra une croissance des plus rapides au monde. Il y a environ 17.8 millions de chats et 12.2 millions de chiens en Russie, ce qui la place au deuxième rang après les États-Unis pour le nombre d'animaux de compagnie par habitant. Il y a une très forte tendance à l'humanisation des animaux de compagnie en Russie, et les propriétaires de ces animaux sont disposés à dépenser plus pour les dorloter avec des aliments de première qualité. L'urbanisation de la population russe a également contribué à la croissance des ventes d'aliments préparés pour animaux de compagnie, car ces produits sont plus pratiques et conviennent davantage au style de vie des habitants des villes.

Des entreprises multinationales dominent le marché russe des aliments pour animaux de compagnie. Les importations représentent environ 70 % des produits d'aliments préparés sur le marché. Mars Inc. et Nestlé sont les principaux chefs de file dans ce marché. Des entreprises russes ont tenté de pénétrer le marché, mais leurs efforts ont été relativement infructueux en raison du manque de ressources financières pour concurrencer les grosses multinationales.

Il convient de noter que le service fédéral de surveillance vétérinaire et phytosanitaire de la Russie a annoncé récemment la modification des exigences relatives à la délivrance des permis, ce qui rend plus difficile l'accès au marché des aliments pour animaux par des fournisseurs d'aliments préparés à l'étranger.

Les supermarchés jouent un rôle de plus en plus important dans la distribution des aliments pour animaux de compagnie. Ils occupent des surfaces de plus en plus grandes, agrandissant ainsi l'espace d'étalage disponible pour ces produits et offrant aux propriétaires de ces animaux un choix plus large.

► DANS CE NUMÉRO

<i>Tendances de consommation</i>	3
<i>Tendances du marché de détail</i>	3
<i>Secteur des aliments pour chats</i>	4
<i>Secteur des aliments pour chiens</i>	5
<i>Secteur des aliments pour autres animaux de compagnie</i>	6
<i>Rendement des exportations canadiennes</i>	6
<i>Concurrence</i>	7

► LE SAVIEZ-VOUS?

- La Russie a importé pour 176 millions de dollars américains en aliments préparés pour animaux de compagnie en 2008, soit une croissance de 189 % par rapport à 2004.
- Le nombre de propriétaires de chat est en croissance constante.
- Les ventes d'aliments secs de qualité supérieure pour chats augmentent rapidement dans le secteur qui connaît la croissance la plus rapide.
- Les ventes d'aliments secs pour chiens constituent 79 % des ventes au détail du secteur des aliments pour chiens, et devraient connaître une croissance de 26 % en 2008.



► TENDANCES DE CONSOMMATION

- La commodité des aliments préparés pour animaux de compagnie ainsi que leurs bienfaits pour la santé sont les principaux facteurs de croissance du marché, dont la valeur s'élevait à 69 milliards de dollars américains en 2008 avec un taux de croissance de près de 6 %.
- En 2008, la Russie a importé des aliments préparés pour chats et chiens d'une valeur de 176 millions de dollars américains, une augmentation de 189 % par rapport à 2004.
- Les dépenses totales de nourriture pour animaux de compagnie ont augmenté, tout comme le volume des ventes d'aliments préparés.
- Les entreprises qui produisent des aliments pour animaux ont commencé à commercialiser de façon agressive leurs produits en recourant à des allégations nutritionnelles pour répondre aux besoins des propriétaires de ces animaux qui recherchent des solutions de rechange saines à la nourriture non préparée pour leurs animaux de compagnie. Par conséquent, le marché russe a enregistré une forte croissance.
- En Russie, 10 facteurs principaux liés à l'emballage et à la publicité ont déterminé l'orientation du marché en 2008 : 1) l'animal de compagnie représenté comme un membre de la famille; 2) l'influence des femmes qui sont propriétaires d'un nombre important d'animaux de compagnie; 3) les gâteries pour animaux de compagnie; 4) les retraits de produits par la Chine suscitant un intérêt pour les produits locaux; 5) la sensibilisation accrue aux substances bénéfiques pour la santé; 6) l'évolution des aliments biologiques et nutritifs pour animaux; 7) la nécessité de briser la solitude; (8) la nécessité de gérer les excréments des animaux de compagnie; 9) les produits écologiques pour animaux de compagnie et 10) les marchés émergents d'animaux de compagnie.

► TENDANCES DU MARCHÉ DE DÉTAIL

Dépenses par animal de compagnie 2003-2008

Aliments et produits de soins pour animaux par pays	Dépenses annuelles par animal 2008 (\$US)	Dépenses par animal—TCAC (%) 2003-2008
Russie	28.1	24.6
Rép. Tchèque	52.9	6.7
Hongrie	46.6	10.5
Ukraine	8.7	15.9
Roumanie	18.2	21.8
Slovaquie	35.2	10.3
Bulgarie	15.6	13.7

Source: Euromonitor International

Performance des marchés 2003-2013

Aliments et produits de soins pour animaux par pays	Ventes au détail actuelles (\$G US)	Croissance des valeurs nominales (%) 2007-	TCAC (%) 2003-2008	TCAC (%) 2009-2013
Russie	1,70	22,4	15,0	12,2
Rép. tchécoslova-	0.29	6.8	5.3	4.2
Hongrie	0.28	8.6	5.2	4.4
Ukraine	0.19	22.5	7.2	11.5
Roumanie	0.19	21.9	14.7	8.8
Slovaquie	0.04	9.8	5.7	8
Bulgarie	0.04	11.0	6.2	6

Source: Euromonitor International

► Les aliments préparés pour animaux sont vendus surtout dans des supermarchés et des hypermarchés qui sont établis en milieu urbain où vit 75 % de la population. On trouve la plus grande variété de ces produits à Moscou et à Saint-Petersbourg.

► Les dépenses annuelles liées aux animaux de compagnie en Russie sont les plus faibles de l'Europe de l'Est, soit 28 \$US par animal, ce qui laisse entrevoir le potentiel inexploité qu'offre le segment de la nourriture et des produits de soins haut de gamme pour animaux de compagnie.

► Le marché russe des aliments et des produits de soins pour animaux de compagnie représente plus de 50 % des ventes totales en Europe de l'Est. On prévoit un taux de croissance annuel composé (TCAC) d'au moins 12 % de 1998 à 2013.

► La nourriture pour chiens et chats a représenté la majorité (86 %) des ventes d'aliments et de produits de soins pour animaux de compagnie en 2008.

► La commodité des aliments secs pour chats a contribué à un TCAC de 30 % entre 2008 et 2013.



▶ SECTEUR DES ALIMENTS POUR CHATS

▶ Le nombre de chats en Russie augmente régulièrement, l'urbanisation faisant en sorte que les animaux nécessitant moins d'entretien et d'espace soient plus pratiques.

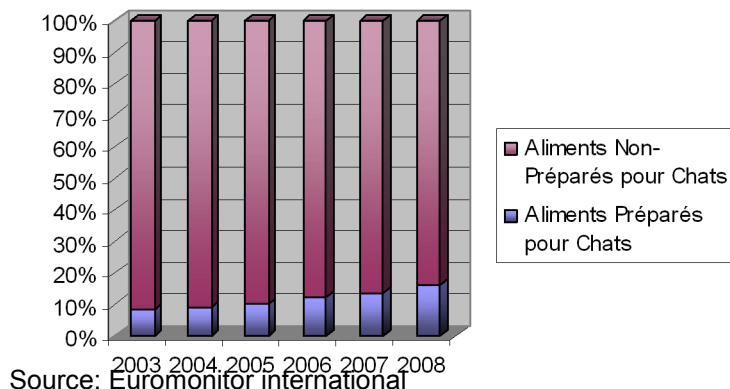
▶ Le secteur des aliments pour chats a enregistré un taux de croissance d'environ 23 % en 2007 et sa valeur a atteint 1,1 milliard de dollars canadiens.

▶ On s'attend à ce que les ventes d'aliments préparés pour chats affichent un TCAC de 13 % de la valeur constante (2008-2013) et un TCAC de 9 % du volume des ventes.

▶ En règle générale, les consommateurs russes préfèrent les aliments secs pour chats de gamme intermédiaire, qui représentent 53 % des ventes dans ce secteur, mais les ventes d'aliments secs haut de gamme augmentent rapidement. C'est le segment qui enregistre la plus forte croissance.

▶ Les aliments humides de qualité supérieure pourraient constituer un marché à créneaux potentiel avec une croissance de la valeur marchande de 27 % et une augmentation de volume de 14 %.

Analyse des écarts entre les aliments préparés et non-préparés pour chats 2003-2008



▶ Mars Inc. s'impose comme chef de file dans le secteur des aliments pour chats avec une part de marché de 48 %.

▶ Sheba et Mars Inc. sont les chefs de file dans le secteur des aliments humides de qualité supérieure avec une part de marché de 68 %, alors que Royal Canin et Feline Nutrition dominent dans le secteur des aliments secs de qualité supérieure avec une part de marché de 42 %.

▶ La majorité des habitants des régions rurales nourrissent leurs chats avec des aliments non préparés, mais les aliments préparés sont maintenant plus facilement disponibles dans les supermarchés ruraux et les propriétaires de chats commencent à montrer une préférence pour les bienfaits nutritionnels et la commodité des aliments préparés.

▶ Les entreprises recourent davantage à la publicité télédiffusée et radiophonique pour éduquer les propriétaires d'animaux de compagnie au sujet des bienfaits de leurs produits.

▶ Les consommateurs sont disposés à payer plus cher pour la commodité des portions individuelles d'aliments de qualité supérieure.

▶ La demande en gâteries pour chats n'est pas très élevée en Russie, les propriétaires préférant dépenser davantage pour des aliments de qualité supérieure.

▶ Les supermarchés jouent un rôle plus important dans la distribution d'aliments pour chats à mesure que les magasins de détail consacrent un espace d'étalage plus grand pour un nombre accru de produits de marques différentes.

Prévisions de ventes d'aliments pour chats par catégorie : % de la valeur constante, 2008-2013		
Croissance de la valeur constante (%)	TCAC 2008-2013	Total 2008-2013
Aliments pour chats	12,8	82,9
Aliments humides pour chats	10,8	66,8
Aliments secs pour chats	14,6	97,3

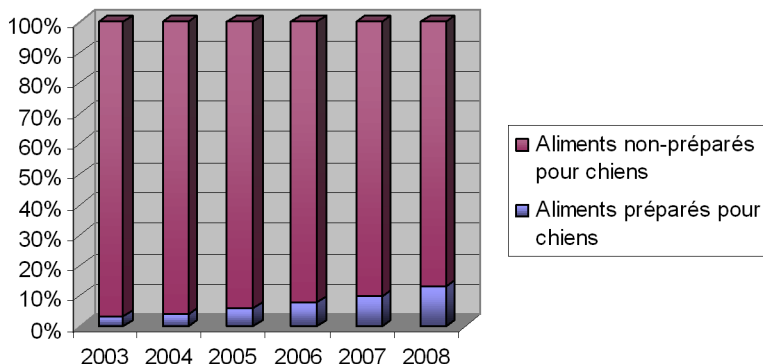
Source: Euromonitor international

► TENDANCES DANS LE SECTEUR DES ALIMENTS POUR CHIENS



- Le nombre de chiens en Russie plafonne depuis les cinq dernières années avec environ 18,5 % des ménages qui en possèdent un.
- Les propriétaires de chien en milieu rural préfèrent encore les aliments non-préparés, mais la popularité des aliments préparés augmente rapidement en milieu urbain.
- Les propriétaires de chien préfèrent les aliments secs en comparaison des aliments humides à cause du prix moins élevé, de la commodité et des avantages nutritionnels.
- L'augmentation du revenu disponible et la tendance à l'humanisation des animaux de compagnie alimentent toutes les deux la croissance dans le secteur des aliments pour chiens avec un TCAC prévu de 14 % de 2008 à 2013.
- Les aliments secs pour chiens représentent 79 % des ventes au détail, avec une croissance prévue de la valeur marchande de 26 % en 2008.
- Mars Inc. s'impose comme le chef de file du secteur des ventes au détail d'aliments pour chiens avec une part de marché de 49 % en 2007. Ses plus proches concurrents sont Nestlé SA (13,2 %) et Royal Canin (4,7 %).
- On prévoit une très forte croissance du segment des gâteries pour chiens avec un TCAC de 22,1 % (2008-2013). Alpinex, qui distribue la marque TiTBiT, domine le segment des gâteries pour chiens avec une part de marché de 31,6 % en 2007.
- Les supermarchés se révèlent être les principaux distributeurs d'aliments pour chiens, offrant un large choix de produits, ce qui obligera les entreprises à devenir plus compétitives sur le plan des prix et à justifier les coûts par la promotion des bénéfices à valeur ajoutée de leurs marques.

Analyse des écarts entre les aliments préparés et non-préparés pour chiens 2003-2008



Source: Euromonitor international

Prévisions de ventes d'aliments pour chiens par catégorie : % de la valeur constante, 2008-2013

Croissance de la valeur constante (%)	TCAC 2008-2013	Total 2008-2013
Aliments pour chiens	14,4	95,8
Aliments humides pour chiens	13,1	85,1
Aliments secs pour chiens	14,7	98,5
Gâteries et mélanges pour chiens	22,1	171,4

Source: Euromonitor international



► SECTEUR DES ALIMENTS POUR AUTRES ANIMAUX DE COMPAGNIE

► Biosphera et Mars Inc. dominent les ventes dans le secteur des aliments pour autres animaux de compagnie (oiseaux, poissons, reptiles et petits mammifères), avec une part de marché d'environ 15 % et 12 %, respectivement.

► Ce sont les poissons d'ornement qui dominent dans ce secteur. L'urbanisation fait en sorte que les ménages manquent de temps pour s'occuper d'animaux qui nécessitent plus de soins.

► Les ventes d'aliments pour oiseaux représentent 39 % de la valeur totale des ventes dans d'autres secteurs d'aliments pour animaux domestiques avec une croissance prévue de 16 %.

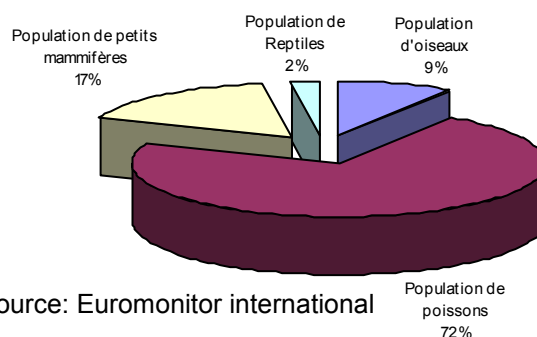
► Les ventes de reptiles ont aussi augmenté régulièrement au cours des dernières années parce que des aliments prêts-à-servir pour animaux exotiques sont plus facilement accessibles.

► On prévoit que le TCAC dans ce secteur sera de 6,3 % (2008-2013), que l'on peut attribuer en grande partie à la popularité grandissante des oiseaux de compagnie.

► On s'attend à ce que la popularité et les avantages nutritionnels des produits spécialisés à valeur ajoutée contribuent à l'accroissement de la valeur unitaire dans ce secteur.

► Le nombre de propriétaires de reptiles et de poissons augmente parallèlement au revenu disponible. Cette situation particulière pourrait faire en sorte que le prix unitaire de ces animaux augmente.

Autres animaux de compagnie (2007)



Source: Euromonitor international

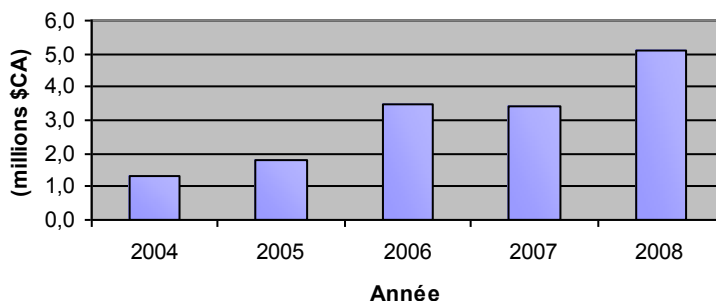
► RENDEMENT DES EXPORTATIONS CANADIENNES

► En 2008, le Canada a exporté 3,3 millions de kilogrammes d'aliments préparés pour chats et chiens vers la Russie, d'une valeur de 5,07 millions de dollars canadiens.

► Le commerce des aliments préparés pour chiens et chats avec la Russie a triplé entre 2004 et 2008.

► Le faible pourcentage d'aliments préparés pour animaux de compagnie en Russie et la forte demande sur le marché présentent de nombreux débouchés pour les exportateurs d'aliments pour animaux de compagnie.

Exportations de nourriture préparée pour chiens et chats en Russie

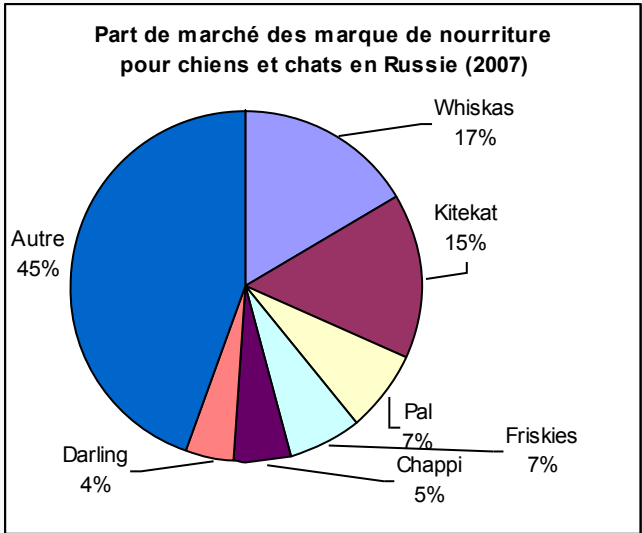


Source: Euromonitor international

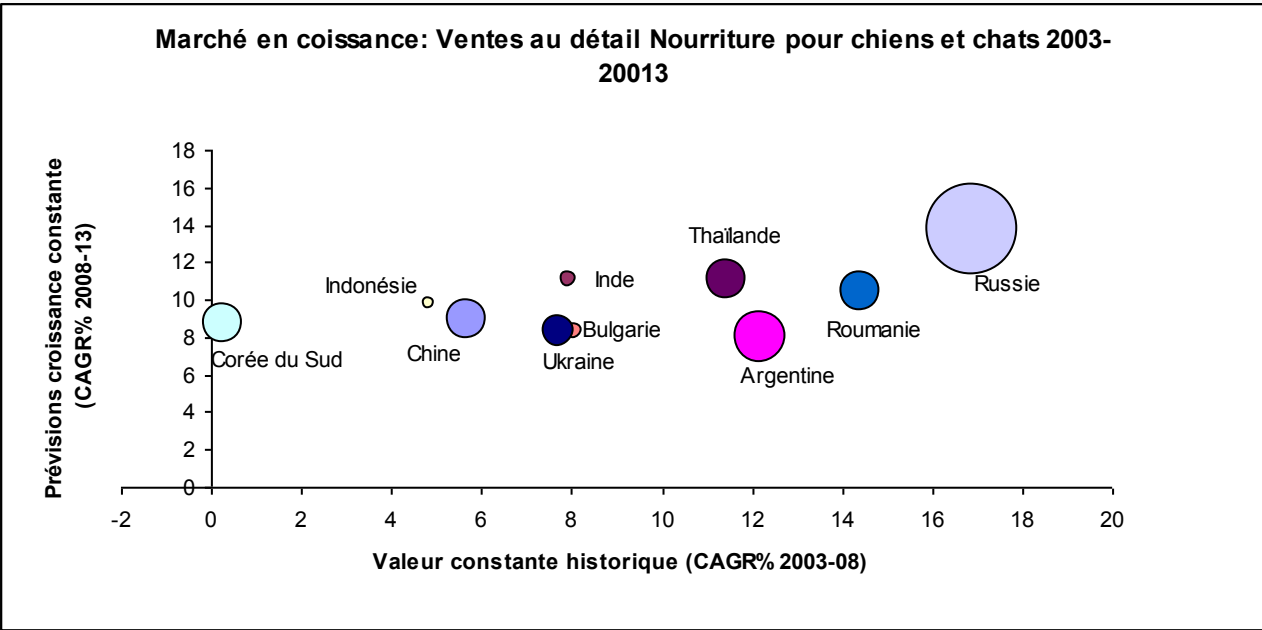


► CONCURRENCE

- Depuis la dernière décennie, les propriétaires d'animaux de compagnie en Russie montrent une fidélité assez constante à la marque. Mars Inc. continue de dominer le marché avec une part de 52 %.
- Mars Inc. possède sept des dix marques les plus populaires d'aliments pour chats et chiens, dont les trois plus importantes, soit Whiskas, Kitekat et Pal, qui représentent 39,1 % du marché.
- Nestle SA occupe le deuxième rang avec une part de marché de 13,5 % avec six marques différentes.
- La Russie figure parmi les plus importants marchés d'aliments pour animaux de compagnie, et on prévoit qu'elle affichera une des plus fortes croissances des marchés émergents.



Source: Euromonitor international



Source: Euromonitor international

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.

Marché russe des aliments pour animaux de compagnie
© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, 2009
ISSN 1920-6623 Rapport sur les indicateurs de marché
No AAC. 11068F

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:
Pet Food in Russia

Canada 