



**Bureau
des marchés
internationaux**

RAPPORT D'ANALYSE DE MARCHÉ | SEPTEMBRE 2011

Tendances de consommation

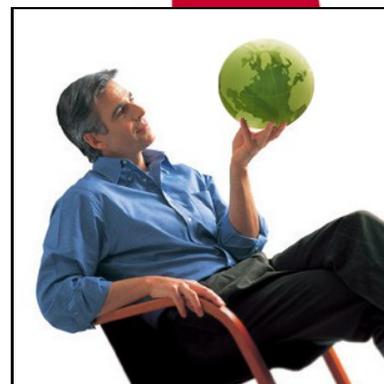
Marché suisse des aliments
pour animaux de
compagnie



Source : Shutterstock



Source : Shutterstock



Tendances de consommation

Marché suisse des aliments pour animaux de compagnie



► SOMMAIRE

La Suisse est, toutes proportions gardées, un petit pays qui compte néanmoins parmi les plus riches du monde en raison du niveau de vie qui y est très élevé et de son économie relativement stable. En effet, la Suisse se classe au troisième rang mondial pour la valeur de son produit intérieur brut (PIB) par habitant, celui-ci atteignant 68 321 dollars américains. La Norvège et le Luxembourg sont les seuls pays à avoir enregistré un PIB par habitant supérieur en 2010.

Le climat de prospérité en Suisse explique que le pays figure au neuvième rang mondial pour ce qui est des dépenses des ménages consacrées à la nourriture pour animaux de compagnie en 2010. Cette même année, le marché des aliments pour animaux de compagnie a été évalué à environ 500 millions de dollars américains.

La Suisse se classe quatorzième au monde pour le nombre d'animaux de compagnie (7,2 millions) et pour le nombre de chats. Elle arrive vingt-deuxième pour le nombre de chiens.

Le chat est sans aucun doute l'animal le plus populaire en Suisse, où plus de 26 % des ménages en possèdent un. Par comparaison, la proportion d'habitants possédant un chien dépasse à peine 12 %.

Entre 2011 et 2014, le marché suisse des aliments pour animaux de compagnie devrait stagner ou connaître une légère hausse en volume et gagner 4,0 % en valeur. Selon les prévisions, le marché devrait atteindre 522 millions de dollars américains et s'élever à plus de 85 000 tonnes d'ici 2015. La hausse des ventes de produits de marque maison, économiques et haut de gamme combinée à la baisse du nombre de chiens et d'oiseaux contribue fortement à cette évolution. Les marques maison et les marques à rabais devraient accroître leur part de marché par rapport aux marques à prix médian, en raison de la présence accrue des détaillants à rabais et des grandes surfaces pour animaux de compagnies en Suisse.

Des fabricants canadiens vendent actuellement des gâteries pour chiens sur le marché suisse. En vertu de l'accord de l'Association européenne de libre-échange (AELE), les biscuits pour chiens et les aliments pour chiens et pour chats emballés dans des contenants hermétiquement clos (exempts de lactosérum ou de poudre de lait) échangés entre le Canada et la Suisse bénéficient d'un taux d'admission en franchise préférentiel. Les fabricants qui désirent exporter leurs produits en Suisse sont tenus de respecter des normes sanitaires et vétérinaires strictes de l'Union européenne, en plus de devoir figurer sur la liste des établissements autorisés à exporter en Suisse.

La croissance du marché suisse des aliments pour animaux de compagnie est relativement lente, et les ventes devraient demeurer assez stables, mais le marché est néanmoins vaste et diversifié. Les consommateurs sont nombreux à rechercher à la fois des produits haut de gamme et des produits économiques.

► DANS CE NUMÉRO

Sommaire	2
Aperçu du marché	3
Nombre d'animaux de compagnie	4
Tendances du marché de détail	4-5
Prix des aliments pour animaux de compagnie	5
Analyse commerciale	6
Exigences en matière d'importation	7
Données sur le marché	7
Aliments pour chiens	8-9
Aliments pour chats	9-10
Aliments pour autres	11-12
Nouveaux produits alimentaires	12-14
Importateurs et distributeurs	15
Principales ressources	15
Glossaire des types de détaillants	16
Personnes-ressources et autres rapports	17



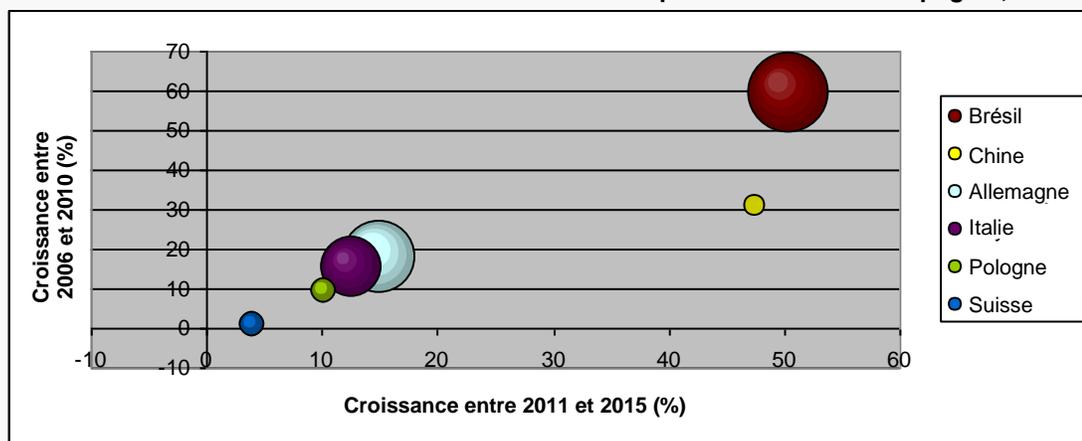
Source : Shutterstock, 2011.

▶ APERÇU DU MARCHÉ



- ▶ En 2010, le PIB réel de la Suisse a reculé de 2 %. Selon Euromonitor, cette baisse a incité certains consommateurs à surveiller les prix et a favorisé l'arrivée des détaillants à rabais sur le marché. Le PIB réel devrait toutefois progresser de 2 % en 2011.
- ▶ Les propriétaires suisses d'animaux de compagnie deviennent de plus en plus disposés de dépenser sur des produits alimentaires haut de gamme pour assurer que leurs animaux de compagnie sont sains. Les aliments fonctionnels de qualité supérieure continuent d'avoir la cote. Les produits à bas prix ont quant à eux gagné du terrain, particulièrement pour ce qui est du volume.
- ▶ Selon Euromonitor, deux raisons expliquent l'engouement pour les produits de santé et de mieux-être en Suisse. Premièrement, les animaux de compagnie sont de plus en plus traités comme des membres de la famille, particulièrement par les consommateurs âgés ou sans enfants. Deuxièmement, les consommateurs suisses s'alimentent plus sainement et achètent également des aliments sains pour leurs animaux de compagnie. Pour répondre à la demande, le marché suisse propose une vaste gamme d'aliments à valeur ajoutée conçus pour tous les stades de la vie et formulés en fonction de la race ou de la taille.
- ▶ En 2010, le marché suisse des aliments pour animaux de compagnie s'est élevé à près de 500 millions de dollars américains. Après avoir relativement stagné entre 2005 et 2010, il devrait progresser de 4 % entre 2011 et 2015. Selon les prévisions, les marchés qui connaîtront la croissance la plus rapide sont le Venezuela (251 %), l'Inde (95 %), la Russie (87 %) et l'Ukraine (65,6 %).
- ▶ Le graphique ci-après compare la taille des marchés d'aliments pour animaux de compagnie en Suisse et dans certains pays développés et en développement. Les États-Unis ne figurent pas au graphique, car il n'y a aucune commune mesure entre ce marché évalué à 19 milliards de dollars américains et celui des autres pays. Deuxième marché mondial d'aliments pour animaux de compagnie, le marché brésilien s'élevait à 4,7 milliards de dollars américains en 2010. Toutefois, lorsqu'on tient compte des jouets, des produits pour les soins de santé, des compléments alimentaires et autres produits pour animaux de compagnie ainsi que des litières pour chats, le Japon se hisse au deuxième rang grâce à des ventes au détail avoisinant 6,3 milliards de dollars américains. Le marché chinois des aliments pour animaux de compagnie ne totalisait que 332,5 millions de dollars américains en 2010, mais il devrait croître d'environ 48 % entre 2011 et 2015. La taille du marché suisse des aliments pour animaux de compagnie est comparable à celle du marché polonais; toutefois, ce dernier progresse beaucoup plus rapidement.
- ▶ Même si le marché suisse des aliments pour animaux de compagnie n'est pas aussi important que celui d'autres pays développés ou en développement comme l'Espagne, le Brésil, les Pays-Bas et le Mexique, il se classe au neuvième rang mondial pour ce qui est des dépenses que les ménages consacrent à ces aliments. Les dépenses des ménages suisses dans cette catégorie dépassent même celles des pays dont le marché des aliments pour animaux de compagnie est plus développé, tels que le Brésil, l'Allemagne, l'Italie, les Pays-Bas et le Canada. Les ménages suisses dépensent en moyenne 145,8 dollars américains par année en aliments pour animaux de compagnie, ce qui témoigne bien de l'importance que la population suisse accorde à ces produits.

Taille et croissance de certains marchés d'aliments pour animaux de compagnie, 2010



Source : Euromonitor, 2011.

- ▶ En Suisse, la plupart des aliments pour animaux de compagnie offerts sur le marché sont préparés, ce qui n'est pas le cas dans les marchés en développement comme l'Inde. Environ 68 % des aliments pour chiens et 60 % des aliments pour chats vendus en Suisse étaient préparés. Les aliments pour chiens et pour chats non préparés sont des restes de table ou des préparations faites maison, par exemple à base de foie. Le volume des aliments non préparés pour chiens a diminué par rapport à celui des aliments préparés ces cinq dernières années, ce qui n'empêche pas certaines animaleries de répondre à la demande d'aliments non préparés en offrant des aliments crus réfrigérés.



► NOMBRE D'ANIMAUX DE COMPAGNIE

- En Suisse, le nombre d'animaux de compagnie est demeuré relativement stable : il a progressé légèrement entre 2005 et 2010, étant passé de 7 166 à 7 228. Les poissons sont les plus nombreux, mais pas nécessairement les plus répandus, car les consommateurs ont généralement plus d'un poisson. Plus populaires que les chiens, les chats représentaient environ 18 % des animaux de compagnie en 2010. Les petits mammifères arrivaient au deuxième rang (572) et les chiens, au quatrième rang (465), représentant respectivement 8 % et 6 % du nombre total d'animaux de compagnie.

Nombre d'animaux de compagnie en Suisse

Milliers d'animaux	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Poissons	4 400,0	4 312,1	4 315,0	4 340,0	4 390,0	4 420,0
Chats	1 350,0	1 400,0	1 380,0	1 370,0	1 360,0	1 364,0
Petits mammifères	563,0	565,0	575,0	580,0	571,0	572,0
Chiens	480,5	460,2	474,9	476,4	467,5	465,7
Oiseaux	422,0	405,0	395,0	390,0	388,0	381,0
Reptiles	23,0	23,8	24,5	25,0	25,2	25,4

Source : Euromonitor, 2011.

► TENDANCES DU MARCHÉ DE DÉTAIL

- Selon Planet Retail, le marché suisse des aliments et des produits de soins pour animaux de compagnie est largement dominé par les grandes surfaces, lesquelles sont à l'origine de 24 % des ventes de produits de soins pour animaux de compagnie en Suisse (voir le tableau à la page 5). Les supermarchés sont les deuxièmes détaillants en importance sur ce marché, leur part s'élevant à 17,6 %. Les principaux supermarchés en Suisse sont Coop, Migros et SPAR. Denner, LeShop, M Migros, Scana et Giro-Detaillisten comptent parmi les enseignes de la société Migros. Les enseignes de la société Coop comprennent Coop Vitality, Coop Megastore, Coop et Coop Pronto. Les animaleries comme Qualipet et Fressnapf totalisaient 109 points de vente en mai 2011. Le tableau de Planet Retail à la page 5 ne tient pas compte de Qualipet et des autres animaleries.

- Tous les types de détaillants devraient enregistrer une hausse des ventes de produits de soins pour animaux de compagnie, et le nombre de commerces offrant ces produits devrait augmenter entre 2010 et 2012. Toutefois, les détaillants rattachés à une station-service, les commerçants en ligne, les grossistes payer-emporter, les vendeurs à rabais, les pharmacies et certains hypermarchés et grandes surfaces (appartenant aux coopératives uniquement) devraient accroître leur part du marché des aliments pour animaux de compagnie aux dépens d'autres types de détaillants. Les grossistes payer-emporter particulièrement afficheront la plus forte progression. Les types de détaillants de produits de soins pour les animaux de compagnie appelés à connaître la plus grande croissance entre 2010 et 2016 sont les grossistes payer-emporter (155 %), les pharmacies (145 %), les détaillants à rabais (114 %), les épiceries en ligne (106 %) et les hypermarchés et grandes surfaces (96 %).



Source : Planet Retail, 2011.

- Selon Euromonitor, les aliments pour animaux de compagnie sont principalement vendus dans les divers types d'épiceries, et les produits pour animaux de compagnie, dans les animaleries, les animaleries à grande surface et, dans une moindre mesure, les cliniques vétérinaires (dont le tableau à la page 5 ne tient pas compte).
- À la différence des animaleries nord-américaines à grande surface haut de gamme comme PetSmart, Fressnapf, à l'origine d'environ 8,6 % des ventes de produits de soins pour animaux de compagnie en Suisse, est un détaillant à rabais d'aliments pour animaux. En effet, même si les aliments de qualité supérieure pour animaux de compagnie abondent sur le marché suisse, les produits de marque maison sont très prisés et obtiennent la faveur de bon nombre de consommateurs. Considéré comme un détaillant à rabais d'aliments pour animaux de compagnie, Fressnapf vend néanmoins des produits de qualité supérieure et haut de gamme à des prix généralement plus bas que beaucoup d'autres détaillants.



► TENDANCES DU MARCHÉ DE DÉTAIL (SUITE)

- Le tableau suivant énumère tous les types de détaillants qui vendent des produits de soins pour animaux de compagnie en Suisse; il ne tient compte que des principaux détaillants répertoriés par Planet Retail. Il donne la part de marché de chaque détaillant au sein de sa catégorie particulière.

Valeur des ventes au détail de produits de soins pour animaux de compagnie en Suisse selon le type en détaillant (%) – Données antérieures et prévisions

Type de détaillant	Part (%) de la valeur des ventes de produits de soins pour animaux de compagnie			Principaux détaillants et part (%) de la valeur des ventes totales enregistrées dans la catégorie en 2010
	2010	2011	2012	
Grandes surfaces	24,00 %	22,92 %	22,48 %	Migros (70,6 %), Coop (28,2 %), SPAR (1,1 %)
Supermarchés	17,65 %	16,87 %	16,60 %	Coop (47,8 %), Migros (44,6 %), SPAR (6,8 %) Casino (0,7 %)
Magasins de rabais	11,98 %	12,75 %	13,67 %	Migros (60,3 %), Aldi (29,5 %), Schwarz (10,2 %)
Magasins de quartier	10,74 %	9,90 %	9,35 %	Coop (88,9 %), Migros (11,1 %)
Hypermarchés	9,59 %	9,09 %	8,89 %	Migros (93,2 %), Casino (6,7 %)
Animaleries	8,61 %	8,16 %	8,42 %	Fressnapf (100 %)
Grossistes-livres (détaillants indépendants)	4,53 %	4,45 %	4,42 %	Coop (75,6 %), Migros (23,9 %), DSR (0,5 %)
Hypermarchés et grandes surfaces	4,24 %	4,45 %	4,66 %	Coop (100 %)
Grossistes payer-emporter	3,44 %	6,18 %	6,02 %	SPAR (50,1 %), Rewe (46,9 %), Casino (2,4 %)
Drugstores	1,78 %	1,86 %	2,04 %	Muller (51,0 %), Coop (49,0 %)
Pharmacies/drugstores	1,42 %	1,31 %	1,31 %	Alliance Boots (100 %)
Épicerie en ligne	1,17 %	1,25 %	1,34 %	Migros (65,8 %), Coop (34,4 %)
Grands magasins (ayant un rayon alimentaire)	0,33 %	0,30 %	0,28 %	Manor (100 %)
Magasins rattachés à une station-service	0,31 %	0,32 %	0,34 %	Coop (74,0 %), ExxonMobil (7,7 %) Migros (6,8 %), autres (11,5 %)
Stations-service	0,19 %	0,18 %	0,16 %	Coop (100 %)
Dépanneurs	0,02 %	0,02 %	0,02 %	Coop (100 %)
Marché total des produits de soins pour animaux de compagnie	100 %	100 %	100 %	Migros (44,0 %), Coop (34,0 %), Fressnapf (8,6 %)

Source: Planet Retail, 2011. Nota : Le calcul de la proportion des parts de marché ne tient compte que des principaux détaillants ciblés par Planet Retail. Voir la définition des types de détaillants au glossaire aux pages 17 et 18.

► PRIX DES ALIMENTS POUR ANIMAUX DE COMPAGNIE

- En 2010, le prix unitaire moyen des aliments pour animaux de compagnie était de 6 dollars le kilogramme, soit le troisième en importance parmi les pays développés. Il devrait passer à 6,1 dollars le kilogramme d'ici 2015, ce qui ferait glisser le pays au quatrième rang. Les facteurs à l'origine de cette évolution sont la progression des produits de santé et de mieux-être, des produits haut de gamme, des marques offrant des produits formulés pour les divers stades de la vie et diverses races, et des produits biologiques.

Aliments pour chiens et chats selon la gamme de prix en Suisse, 2009

- Selon Euromonitor, les ventes d'aliments à prix moyen pour chiens et pour chats sont en baisse en Suisse, le choix des consommateurs se portant de plus en plus sur les produits haut de gamme et économiques. De 2005 à 2010, la valeur des ventes d'aliments secs à prix moyen pour chats a chuté de 5 %, et celle des ventes d'aliments humides à prix moyen pour chats et pour chiens a reculé de 2 %. À la même période, les ventes d'aliments haut de gamme et économiques pour chats et pour chiens se sont accrues pour compenser, ce qui a entraîné une hausse de 1,3 % de la valeur des ventes totales du marché des aliments pour animaux de compagnie.

Produit	Catégorie	Prix au kg (\$US)
Aliments humides pour chiens	Haut de gamme	Plus de 6,76 \$
	Moyenne gamme	Entre 3,38 \$ et 6,78 \$
	Économique	Moins de 3,38 \$
Aliments secs pour chiens	Haut de gamme	Plus de 5,79 \$
	Moyenne gamme	Entre 2,90 \$ et 5,79 \$
	Économique	Moins de 2,90 \$
Aliments humides pour chats	Haut de gamme	Plus de 8,69 \$
	Moyenne gamme	Entre 3,86 \$ et 8,69 \$
	Économique	Moins de 3,86 \$
Aliments secs pour chat	Haut de gamme	Plus de 9,66 \$
	Moyenne gamme	Entre 4,83 \$ et 9,66 \$
	Économique	Moins de 4,83 \$

Source : Euromonitor, 2011.

▶ ANALYSE COMMERCIALE



- ▶ Selon Global Trade Atlas, le Canada était le quinzième fournisseur en importance d'aliments pour chats et pour chiens en Suisse en 2010. Environ 37 % des importations d'aliments pour chiens et pour chats de la Suisse provenaient de l'Allemagne; les Pays-Bas et la France étaient également de grands exportateurs de ces produits en Suisse.
- ▶ En général, la Suisse est un exportateur net d'aliments pour chiens et pour chats dans le monde; or, en 2010, le pays a plutôt été un importateur net. En 2010, 53,0 % des importations suisses d'aliments pour chiens et pour chats étaient constituées de produits emballés dans des contenants hermétiquement clos, 38,9 %, de produits non emballés dans de tels contenants et 8,1 %, de biscuits pour chiens.
- ▶ Pour ce qui est du volume, la Suisse a importé 79 604 tonnes d'aliments pour chiens et pour chats en 2010, dont 36 154 tonnes de biscuits et de gâteries pour chiens. La Suisse a aussi exporté 73 383 tonnes d'aliments pour chiens et pour chats en 2010, dont seulement 367 tonnes de gâteries et de biscuits pour chiens, principalement destinés à la Russie et à l'Allemagne.
- ▶ En 2010, la totalité des exportations canadiennes d'aliments pour chiens et pour chats (d'une valeur de 1,3 million de dollars américains) consistait en biscuits et en gâteries pour chiens. Depuis 1996, année où Global Trade Atlas a commencé à publier des données sur l'exportation, la valeur des exportations canadiennes de ces produits a oscillé entre 650 000 dollars américains et 1 million de dollars américains. Les principaux concurrents du Canada dans la catégorie des biscuits pour chiens sont relativement les mêmes que dans l'ensemble du marché des aliments pour chiens et pour chats.

Statistiques sur les importations de la Suisse – Total des aliments pour chiens et pour chats conditionnés pour la vente au détail

Pays partenaire	Dollars américains		
	2008	2009	2010
Monde	185 498 765	183 972 934	171 569 849
Allemagne	79 427 717	72 792 403	63 909 816
France	36 002 590	43 044 246	38 835 649
Pays-Bas	28 628 007	24 816 155	18 589 102
Espagne	11 356 471	8 892 687	7 977 952
République tchèque	70 824	208 345	7 371 280
Italie	4 805 704	5 106 354	6 387 839
Autriche	4 435 029	4 928 236	5 816 805
Hongrie	5 275 259	4 265 815	4 263 783
Belgique	367 069	4 555 135	3 630 414
Pologne	3 910 387	3 857 926	3 452 556
Canada (15 ^e)	710 870	1 059 714	1 300 085

Code SH : 230910

Statistiques sur les exportations de la Suisse – Total des aliments pour chiens et pour chats conditionnés pour la vente au détail

Pays partenaire	Dollars américains		
	2008	2009	2010
Monde	197 652 751	191 740 102	168 886 484
Allemagne	72 766 338	104 605 110	103 948 066
France	35 905 783	31 457 262	21 365 086
Italie	13 798 114	16 408 564	15 596 845
Pays-Bas	6 789 323	5 032 086	5 933 735
Royaume-Uni	18 176 582	10 618 295	5 915 208
Autriche	40 474 587	13 681 467	5 210 306
Belgique	3 742 826	4 439 126	3 625 482
Russie	606 910	1 165 364	2 983 760
Espagne	1 216 144	1 397 615	1 433 040
Norvège	610 736	833 378	930 529

Code SH : 230910

Statistiques sur les importations de la Suisse – Biscuits pour chiens conditionnés pour la vente au détail

Pays partenaire	Dollars américains		
	2008	2009	2010
Monde	70 771 577	72 267 935	66 977 553
Allemagne	18 505 150	19 333 719	18 271 620
France	15 602 448	19 083 608	14 977 935
Pays-Bas	23 411 696	17 667 951	10 875 442
République tchèque	55 741	116 624	6 895 208
Belgique	208 216	4 092 948	3 128 276
Italie	2 563 957	2 049 006	2 912 524
Pologne	3 001 980	3 267 619	2 825 685
Hongrie	3 083 185	2 386 449	2 570 666
Royaume-Uni	250 768	1 170 036	1 365 788
Canada	657 303	1 059 714	1 300 085

Code SH : 23091010

Source de l'ensemble des tableaux : Global Trade Atlas, 2010.

Statistiques sur les exportations de la Suisse – Biscuits pour chiens conditionnés pour la vente au détail

Pays partenaire	Dollars américains		
	2008	2009	2010
Monde	1 248 755	2 214 590	2 129 916
Russie	0	657 938	811 196
Allemagne	702 957	907 538	626 712
Italie	213 628	262 659	302 978
Belgique	203 316	89 881	203 925
Grèce	95 007	127 181	117 238
Danemark	0	27 716	22 453
Portugal	18 267	28 477	13 906
Espagne	13 295	4 263	9 968
Autriche	19	19 687	9 943
République tchèque	0	0	4 895

Code SH : 23091010



▶ EXIGENCES EN MATIÈRE D'IMPORTATION

- ▶ La liste des fournisseurs issus de pays non membres de l'Union européenne doit être incluse dans le système TRACES, selon les spécifications techniques publiées par la Commission européenne, qui apparaissent sur son site Web. Les listes des fournisseurs canadiens d'aliments pour animaux de compagnie autorisés à exporter en Suisse sont accessibles à l'adresse http://ec.europa.eu/food/food/biosafety/establishments/third_country/index_fr.htm. Les autorités vétérinaires des pays d'origine approuvés sont chargées d'autoriser l'exportation uniquement des produits des fournisseurs qui satisfont aux exigences du règlement (CE) n° 1069/2009 et du règlement (UE) n° 142/2011. Ces règlements sont accessibles à l'adresse http://www.bvet.admin.ch/ein_ausfuhr/03719/index.html?lang=fr*
- ▶ Selon le Département fédéral de l'économie de la Suisse, les importations d'aliments pour chiens et pour chats emballés dans des contenants hermétiquement clos (exempts de lactosérum ou de poudre de lait) sont exemptées de droits de douane en vertu d'un accord de libre-échange entre le Canada et les pays de l'AELE, soit la Suisse, la Norvège, le Liechtenstein et l'Islande. Ces produits font également l'objet de frais vétérinaires ou de droits d'inspection à la frontière de 1,47 franc suisse par 100 kilogrammes bruts et sont sujets à la taxe sur la valeur ajoutée (TVA). Toutefois, si les aliments pour chiens et pour chats emballés dans des contenants hermétiquement clos contiennent du lactosérum ou de la poudre de lait, des droits de 12,80 francs suisses par 100 kilogrammes bruts doivent être acquittés, en plus de la TVA, des frais vétérinaires ou des droits d'inspection. Les biscuits pour chiens font également l'objet d'un taux d'admission en franchise et sont sujets à la TVA et à des frais vétérinaires ou à des droits d'inspection. Les tarifs des douanes à jour sont accessibles sur le site Web de l'Administration fédérale des douanes de la Suisse à l'adresse <http://www.ezv.admin.ch/index.html?lang=fr>.



Source : Shutterstock, 2011

▶ DONNÉES SUR LE MARCHÉ

- ▶ Le volume des ventes d'aliments pour animaux de compagnie a progressé de 1,4 % de 2005 à 2010, tandis que la valeur des ventes n'a crû que de 1,3 %, la croissance ayant été un peu plus élevée dans la catégorie des aliments économiques pour chiens et pour chats. La valeur des ventes des aliments pour autres animaux de compagnie, qui comprennent les aliments pour oiseaux, petits mammifères, poissons et reptiles, a augmenté de 1,9 %, alors que le volume a perdu 0,3 % à la même période. Ces résultats illustrent bien la tendance chez les consommateurs suisses à acheter davantage de produits haut de gamme et témoignent également de la baisse du nombre d'oiseaux de compagnie. Entre 2010 et 2015, la valeur du marché total des aliments pour animaux de compagnie augmentera de 4,0 %, et son volume, de 0,7 %.
- ▶ Le marché total des aliments pour chiens a amorcé un déclin en matière de valeur et de volume; toutefois, le volume des ventes devrait remonter entre 2010 et 2015.

Valeur et volume des ventes d'aliments pour animaux de compagnie en Suisse – Données antérieures et prévisions

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Croissance totale entre 2010 et 2015 (%)
Valeur au détail en millions \$US aux prix courants – Taux de change fixes de 2010							
Aliments pour chats	264,1	264,3	266,7	270,2	270,5	271,0	7,0
Aliments pour chiens	166,4	166,7	166,6	166,6	165,0	164,5	-1,7
Aliments pour autres animaux de compagnie	62,9	62,6	62,7	63,6	63,6	64,1	5,9
Volume (tonnes)							
Aliments pour chats	40 505,5	40 573,3	40 846,4	41 326,0	41 647,7	41 968,8	1,0
Aliments pour chiens	35 556,8	35 276,8	35 191,5	35 424,7	35 359,5	35 281,7	0,2
Aliments pour autres animaux de compagnie	5 782,6	5 741,9	5 744,4	5 791,6	5 756,9	5 765,3	0,9

Source : Euromonitor, 2011.

* La version plus détaillée est disponible en français seulement à l'adresse : http://www.bvet.admin.ch/ein_ausfuhr/03719/03734/index.html?lang=fr.



▶ ALIMENTS POUR CHIENS

- ▶ Les aliments pour chiens les plus populaires sont les aliments secs : ils étaient à l'origine de 54 % de la valeur des ventes d'aliments pour chiens en 2010.
- ▶ De 2010 à 2015, les ventes de gâteries et de mélanges pour chiens devraient être les seules à connaître une hausse de volume et de valeur; les aliments secs pour chiens n'afficheront qu'une légère hausse de volume.
- ▶ Les ventes d'aliments pour chiens diminuent ou stagnent en raison de la baisse du nombre de chiens. En Suisse, des règlements récents obligent les personnes qui adoptent un chien pour la première fois à suivre une formation sur les soins canins, ce qui pourrait influencer sur la décision d'acheter un chien selon Euromonitor.
- ▶ En 2010, le marché était composé d'environ 34 % d'aliments secs et humides haut de gamme pour chiens, les aliments secs étant les plus populaires. Comme on l'a mentionné, les ventes de produits à prix moyen diminuent à mesure que les produits haut de gamme et économiques gagnent la faveur des acheteurs. Beaucoup de marques économiques sont des marques maison, et environ 18,4 % des aliments pour chiens vendus en 2009 étaient de marque maison.
- ▶ Comme dans bien d'autres pays développés et en développement, de plus en plus de nouveaux produits lancés sur le marché des aliments pour animaux de compagnie seront spécialement formulés pour répondre aux besoins des animaux selon le stade de développement, la race, la taille et l'état de santé. Les ventes d'aliments biologiques pour chiens sont aussi appelées à augmenter, de sorte que l'appellation « biologique » pourrait permettre aux nouveaux produits de se démarquer. La marque d'aliments biologiques pour chiens qui connaît le plus de succès en Suisse est Defu.



Source : Shutterstock, 2011

Valeur et volume des ventes d'aliments pour chiens en Suisse – Données antérieures et prévisions

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Croissance totale entre 2010 et 2015 (%)
Valeur au détail en millions \$US aux prix courants – Taux de change fixes de 2010							
Aliments secs pour chiens	87,8	89,0	89,6	89,7	88,8	88,8	-3,7
Aliments humides pour chiens	62,1	60,6	59,6	59,4	58,5	57,9	-4,8
Gâteries et mélanges pour chiens	16,4	17,0	17,3	17,6	17,7	17,8	7,1
Volume (tonnes)							
Aliments secs pour chiens	19 952,3	20 015,1	20 094,5	20 191,9	20 306,7	20 432,9	0,5
Aliments humides pour chiens	12 642,4	12 535,0	12 448,5	12 473,3	12 492,7	12 490,4	-0,2
Gâteries et mélanges pour chiens	2 687,0	2 701,4	2 718,9	2 735,1	2 765,0	2 800,8	0,8

Source : Euromonitor, 2011.

- ▶ Une poignée de sociétés et de marques domine le marché des gâteries et des mélanges pour chiens. Les gâteries Asco, marque maison du détaillant Migros, sont les plus vendues. Pedigree suit de près, sa part de marché ayant été de 32 % en 2009. Dans cette catégorie, les marques maison perdent du terrain au profit de la gamme Hill's Science Plan, une marque de prestige, et de Pedigree, une marque d'aliments de qualité supérieure standard.

Part de marché des fabricants de gâteries pour chiens en Suisse – Valeur au détail au PVD (en %)

Marque	Fabricant	2006	2007	2008	2009
Asco	Migros	33,9	33,6	33,6	33,3
Pedigree	Mars Schweiz AG	-	31,8	31,9	32,0
Matzinger	Nestlé Purina PetCare	26,4	26,8	26,5	25,5
Hill's Science Plan	Provot AG	-	-	-	2,6
Autres	Autres	7,8	7,9	8,0	6,7

Source : Euromonitor, 2011.



▶ ALIMENTS POUR CHIENS (SUITE)

- ▶ Les marques maison dominent le marché des aliments secs et humides pour chiens. Des marques maison de Migros et de Coop figurent parmi les cinq premières marques d'aliments pour chiens. Ensemble, les marques maison détenaient une part de marché de 34,5 % en 2009. Bien qu'Asco soit une marque maison, elle offre des aliments de milieu de gamme pour chiens. Les marques haut de gamme comme Pedigree, Hill's Science Plan, Cesar, Royal Canin, Eukanuba et Frolic figurent aussi parmi les dix premières.

**Part de marché des fabricants d'aliments pour chiens en Suisse
- Valeur au détail au PVD (en %)**

Marque	Fabricant	2006	2007	2008	2009
Pedigree	Mars Schweiz AG	-	12,0	12,6	12,7
Asco	Migros	10,3	10,3	10,7	10,9
Matzinger	Nestlé Purina PetCare	5,7	5,9	6,2	6,3
Hill's Science Plan	Provet AG	4,8	5,0	5,8	6,1
Coop	Coop Genossenschaft	5,0	5,0	5,1	5,2
Cesar	Mars Schweiz AG	-	4,6	4,7	4,7
Royal Canin	Royal Canin (Schweiz) AG	3,8	3,9	4,0	4,4
Eukanuba	Telion AG	3,5	3,6	3,7	3,8
Purina	Nestlé Purina PetCare	3,0	3,2	3,3	3,4
Frolic	Mars Schweiz AG	-	2,0	2,2	2,2
Biomill	Biomill SA	1,0	1,0	1,2	1,5
Perfect Fit	Mars Schweiz AG	-	0,5	0,9	1,3
Beneful	Nestlé Purina PetCare	0,8	1,0	1,0	1,1
Autres marques maison	Autres marques maison	17,7	18,2	18,4	18,4
Autres	Autres	22,7	20,8	19,1	18,1

Source : Euromonitor, 2011.

▶ ALIMENTS POUR CHATS

- ▶ Les chats sont sans aucun doute les animaux de compagnie les plus répandus en Suisse : 26,1 % des ménages possédaient un chat en 2010 par rapport à 11,9 % qui possédaient un chien.
- ▶ Le volume et la valeur des ventes d'aliments pour chats devraient augmenter entre 2010 et 2015. Par ailleurs, les aliments humides, à l'origine de 64 % de la valeur des ventes, sont beaucoup plus prisés que les aliments secs et les gâteries. Toutefois, les aliments humides constituent la seule catégorie dont la valeur des ventes devrait décroître entre 2010 et 2015. Même si les aliments humides sont perçus comme meilleurs pour la santé que les aliments secs, les consommateurs aiment le côté pratique des aliments secs, ce qui se traduit par des ventes accrues.
- ▶ La valeur des ventes de gâteries et de mélanges pour chats est appelée à croître; toutefois, ceux-ci ne susciteront jamais la même demande que les gâteries et les mélanges pour chiens.
- ▶ Les aliments en sachet pour chats gagnent en popularité, car ils sont pratiques et offerts en emballage multiple. Plus que de simples récompenses, les gâteries pour chats ont généralement une fonction précise, comme la prévention de la carie et la réduction des boules de poils ou de la mauvaise haleine.
- ▶ Les ventes d'aliments biologiques pour chats sont relativement modestes, tout comme celles d'aliments biologiques pour chiens. Cela dit, les consommateurs devraient être plus nombreux à se tourner vers ces produits dans un avenir proche.



Source : Shutterstock, 2011



▶ ALIMENTS POUR CHATS (SUITE)

- ▶ Les marques haut de gamme sont à l'origine d'environ 48 % de la valeur des ventes d'aliments pour chats, et 60 % de ces marques offrent des aliments humides. Les aliments haut de gamme pour chats se vendent beaucoup plus que les aliments de la même catégorie pour chiens, lesquels ne représentent que 34 % du marché des aliments pour chiens. La croissance du marché des aliments pour chats est motivée par la progression des marques haut de gamme et des marques maison économiques. Les marques de moyenne gamme d'aliments pour chiens et pour chats ne cessent de perdre du terrain.

Valeur et volume des ventes d'aliments pour chats en Suisse – Données antérieures et prévisions

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Croissance totale entre 2010 et 2015 (%)
Valeur au détail en millions \$US aux prix courants – Taux de change fixes de 2010							
Aliments humides pour chats	176,6	174,1	174,5	175,7	175,1	174,5	-1,3
Aliments secs pour chats	81,0	83,2	85,2	87,0	87,7	88,4	20,1
Gâteries et mélanges pour chats	6,6	6,9	7,1	7,5	7,8	8,1	42,8
Volume (tonnes)							
Aliments humides pour chats	29 530,2	29 373,2	29 438,0	29 666,9	29 774,1	29 921,5	0,7
Aliments secs pour chats	10 812,5	11 034,1	11 240,9	11 490,6	11 706,8	11 880,2	1,9
Gâteries et mélanges pour chats	162,7	166,0	167,5	168,5	166,8	167,1	0,3

Source : Euromonitor, 2011.

- ▶ En 2009, les marques maison d'aliments pour chats détenaient une part de marché de 32 %; la part de la marque Whiskas du fabricant Mars s'élevait à 17,1 %. Les principales marques maison sont Exelcat, Selina et Xirah (Migros), ainsi que Brekkies et Cha-cha-cha (Coop). La marque Xirah de Migros est une marque à prix élevé, tandis que Selina est une marque de moyenne gamme. Pour ce qui est de l'accroissement de la part de marché entre 2006 et 2009, Sheba et Royal Canin se sont largement démarquées. Ces deux marques sont des nouvelles venues sur le marché des aliments humides haut de gamme pour chats.

Part de marché des principaux fabricants d'aliments pour chats en Suisse – Valeur au détail au PVD (en %)

Marque	Fabricant	2006	2007	2008	2009
Whiskas	Mars Schweiz AG	-	17,0	17,2	17,1
Brekkies	Coop Genossenschaft	8,9	8,9	8,8	8,9
Exelcat	Migros	9,0	8,9	8,7	8,6
Felix	Nestlé Purina PetCare	5,6	5,5	5,6	5,7
Hill's Science Plan	Provet AG	4,4	4,5	4,5	4,6
Selina	Migros	4,5	4,5	4,4	4,4
Cha-cha-cha	Coop Genossenschaft	4,3	4,2	4,2	4,2
Xirah	Migros Genossenschaftsbund eG	4,2	4,0	4,0	4,1
Sheba	Mars Schweiz AG	-	3,7	3,7	3,7
Friskies	Nestlé Purina PetCare	3,8	3,7	3,6	3,5
Kitekat	Mars Schweiz AG	-	2,7	2,5	2,4
Royal Canin	Royal Canin (Schweiz) AG	1,6	1,7	1,8	2,3
Gourmet	Nestlé Purina PetCare	2,3	2,3	2,3	2,1
Iams	Telion AG	1,4	1,5	1,6	1,6
Purina	Nestlé Purina PetCare	1,1	1,1	1,1	1,1
Autres marques maison	Autres marques maison	1,7	1,7	1,8	1,8
Autres	Autres	47,2	24,1	24,2	23,9

Source : Euromonitor, 2011.



▶ ALIMENTS POUR AUTRES ANIMAUX DE COMPAGNIE

- ▶ En 2010, la valeur des ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie représentait 12,8 % du marché total des aliments pour animaux de compagnie en Suisse. La catégorie des aliments pour petits mammifères et reptiles détenait la plus grande part de ce marché et elle devrait connaître la croissance la plus forte entre 2010 et 2015. Les ventes d'aliments pour oiseaux ont reculé et devraient demeurer en baisse pendant la période de prévisions, aussi bien en valeur qu'en volume.
- ▶ Les propriétaires d'autres animaux de compagnie, tout comme les propriétaires de chats, désirent offrir des aliments de première qualité et haut de gamme à leurs petits compagnons. La plupart des nouveaux produits lancés sur le marché des aliments pour autres animaux de compagnie sont des aliments fonctionnels qui favorisent la santé et le mieux-être. L'information nutritionnelle figure désormais sur l'emballage des produits.
- ▶ Le marché des aliments pour autres animaux de compagnie devrait être de plus en plus partagé entre les marques haut de gamme et les marques économiques. La plupart des aliments pour petits mammifères, poissons, oiseaux et reptiles sont vendus chez les détaillants en alimentation comme les supermarchés et, dans une proportion légèrement moindre, les animaleries.

Valeur et volume des ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie en Suisse – Données antérieures et prévisions

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Croissance totale entre 2010 et 2015
Valeur au détail en millions \$US aux prix courants – Taux de change fixes de 2010							
Aliments pour petits mammifères et reptiles	24,7	25,5	26,3	27,5	28,0	28,5	10,6
Aliments pour oiseaux	24,9	23,9	23,1	22,6	22,0	21,7	-3,8
Aliments pour poissons	13,4	13,2	13,3	13,4	13,6	13,8	10,7
Volume (tonnes)							
Aliments pour petits mammifères et reptiles	2 486,6	2 566,8	2 634,9	2 734,9	2 770,0	2 813,3	2,5
Aliments pour oiseaux	2 958,0	2 836,8	2 768,1	2 712,8	2 639,3	2 597,6	-1,1
Aliments pour poissons	338,0	338,3	341,4	343,9	347,6	354,4	1,6

Source : Euromonitor, 2011.

- ▶ Vitakraft est la principale marque d'aliments pour petits mammifères, reptiles et oiseaux. En 2009, la société détenait 32,8 % du marché des aliments pour oiseaux et 28,3 % du marché des aliments pour petits mammifères et reptiles. Les marques maison accaparent une part considérable du marché des aliments pour autres animaux de compagnie. Migros et Coop sont les deux principaux fournisseurs de marques maison. Toutefois, la multiplication des animaleries à grande surface comme Fressnapf et Qualipet devrait gruger la part de marché des marques maison.

Part de marché des fabricants d'aliments pour oiseaux en Suisse – Valeur au détail au PVD (en %)

Marque	Fabricant	2006	2007	2008	2009
Vitakraft	Vitakraft Schweiz AG	30,9	31,2	32,4	32,8
Happy Bird	Migros Genossenschaftsbund eG	18,4	18,1	17,9	17,6
Vitobel	Migros Genossenschaftsbund eG	8,0	8,2	8,2	8,3
Kanarien Coop	Coop Genossenschaft	6,7	6,5	6,4	6,3
Autres	Autres	36,1	36,0	35,0	35,0

Source : Euromonitor, 2011.

Part de marché des fabricants d'aliments pour petits mammifères et reptiles en Suisse – Valeur au détail au PVD (en %)

Marque	Fabricant	2006	2007	2008	2009
Vitakraft	Vitakraft Schweiz AG	27,8	27,9	28,2	28,3
Marques maison	Marques maison	27,4	27,5	27,9	27,9
Autres	Autres	44,8	44,6	43,9	43,8

Source : Euromonitor, 2011.



▶ ALIMENTS POUR AUTRES ANIMAUX DE COMPAGNIE (SUITE)

- ▶ Vitakraft est également un joueur clé du marché des aliments pour poissons, sa part ayant été de 8,9 % en 2009. Tetra Min était la marque dominante.

Part de marché des fabricants d'aliments pour poissons en Suisse – Valeur au détail au PVD (en %)

Marque	Fabricant	2006	2007	2008	2009
Tetra Min	Tetra Werke GmbH	43,3	43,5	43,6	43,7
Sera	Sera Italia SpA	32,9	33,0	33,1	33,1
Vitakraft	Vitakraft Schweiz AG	8,8	8,9	8,9	8,9
Novo	JBL GmbH & Co KG	8,8	8,6	8,5	8,5
JBL Premium	JBL GmbH & Co KG	5,8	5,6	5,5	5,5
Autres	Autres	0,4	0,4	0,3	0,3

Source : Euromonitor, 2011.

▶ NOUVEAUX PRODUITS ALIMENTAIRES POUR ANIMAUX DE COMPAGNIE

- ▶ De janvier 2008 à avril 2011, 76 nouveaux produits alimentaires pour chiens et pour chats ont été lancés sur le marché suisse, dont 50 étaient destinés aux chats. La répartition par sous catégorie des nouveaux produits lancés en 2010 montre que les aliments secs pour chats étaient les plus nombreux (13 nouveaux produits), suivis des aliments humides pour chats (12 nouveaux produits).

Types de nouveaux produits alimentaires pour chiens et pour chats lancés sur le marché du détail suisse

Sous-catégorie	2008	2009	2010	2011*	Total
Aliments secs pour chats	0	1	13	1	15
Aliments humides pour chats	0	9	12	8	29
Collations et gâteries pour chats	0	3	3	0	6
Aliments secs pour chiens	1	0	0	0	1
Aliments humides pour chiens	0	3	4	2	9
Collations et gâteries pour chiens	4	2	7	3	16
Nombre total de produits	5	18	39	14	76

Source : Mintel, 2011. *Nota : Les données pour 2011 vont jusqu'au mois d'avril.

- ▶ La principale allégation associée aux aliments pour chats et pour chiens concerne l'emballage pratique; elle est suivie des allégations relatives à la qualité supérieure, à l'absence d'additifs et d'agents de conservation, et à la santé dentaire et à la prévention du tartre. Au total, 16 des 22 allégations concernant l'emballage pratique figuraient sur des produits alimentaires pour chats, et 14 des 18 allégations relatives à la qualité supérieure se retrouvaient aussi sur les produits alimentaires destinés aux chats.

Dix principales allégations figurant sur les emballages de nouveaux produits alimentaires pour chiens et pour chats lancés sur le marché du détail suisse

Allégation	2008	2009	2010	2011*	Nombre total d'allégations
1. Non précisée	4	5	9	9	27
2. Emballage pratique	0	4	17	1	22
3. Qualité supérieure	0	0	18	0	18
4. Sans additifs/sans agents de conservation	0	3	9	1	13
5. Santé dentaire et prévention du tartre (produits fonctionnels)	1	3	5	2	11
6. Santé digestive et prévention des infections urinaires (produits fonctionnels)	0	1	8	0	9
7. Peau et pelage (produits fonctionnels)	0	2	4	0	6
8. Produit enrichi de vitamines et de minéraux	1	4	1	0	6
9. Système immunitaire (produits fonctionnels)	0	1	2	1	4
10. Autres (produits fonctionnels)	0	1	2	0	3
Autres allégations	1	3	9	5	18
Nombre total d'allégations	7	27	84	19	137

Source : Mintel, 2011. *Nota : Les données pour 2011 vont jusqu'au mois d'avril.



▶ NOUVEAUX PRODUITS ALIMENTAIRES POUR ANIMAUX DE COMPAGNIE (SUITE)

- ▶ Le maintien de la santé dentaire et la prévention du tartre sont les principales allégations figurant sur l'emballage des collations et gâteries pour chiens (7); elles sont suivies des allégations relatives à l'emballage pratique (6) et à l'absence d'additifs (6).
- ▶ Mars a lancé 17 nouveaux produits sur le marché suisse de janvier 2008 à avril 2011. Le détaillant Migros a lancé 16 produits alimentaires pour chiens et pour chats. Mars a également commercialisé le plus grand nombre de nouveaux produits dans la catégorie des gâteries pour chiens (4) à la même période. Ayant lancé trois produits chacun, Aldi et Eukanuba arrivaient deuxièmes. Les autres fabricants de gâteries pour chiens comprennent Migros, Nestlé, Purina, Spar et Delipet.

Dix principaux fabricants ayant lancé de nouveaux produits alimentaires pour chiens et pour chats sur le marché du détail suisse

Fabricant	2008	2009	2010	2011*	Total
1. Mars	0	9	6	2	17
2. Migros	0	4	9	3	16
3. Meiko Heimtierbedarf	0	0	11	0	11
4. Nestlé Purina PetCare	1	1	6	0	8
5. Animonda Petfood	0	0	0	8	8
6. Crown Pet Foods	0	4	0	0	4
7. Aldi	4	0	0	0	4
8. Eukanuba	0	0	3	0	3
9. Procter & Gamble	0	0	1	0	1
10. Saturn Petfood	0	0	1	0	1
Autres	0	0	2	1	3
Nombre total de produits	5	18	39	14	76

Source : Mintel, 2011. *Nota : Les données pour 2011 vont jusqu'au mois d'avril.

- ▶ Les aliments humides pour animaux sont le plus souvent emballés dans des barquettes; c'était le cas pour 11 des 29 nouveaux produits alimentaires pour chats lancés entre 2008 et avril 2011. Les sachets souples à fond plat suivent de près (9 nouveaux produits). Dans la catégorie des aliments pour chiens, toutes les gâteries étaient présentées dans des emballages de plastique souples comme des pochettes, des sacs et des sachets, et les aliments humides étaient principalement vendus en barquettes. La majorité des aliments secs pour chats étaient emballés dans des sachets souples à fond plat. Le seul nouvel aliment sec pour chiens lancé sur le marché était vendu en sac.
- ▶ De janvier 2008 à avril 2011, les gâteries pour chiens qui sont apparues sur le marché se présentaient en formats divers allant de 20 g à 700 g. En général, les aliments humides pour chats étaient vendus en format de 100 g et de 85 g, et les aliments humides pour chiens, en format de 300 g. La plupart des gâteries pour chats étaient offertes en petits formats oscillant entre 6 g et 36 g.
- ▶ Voici quelques exemples de nouveaux produits lancés sur le marché suisse des aliments pour chiens et pour chats (gâteries comprises) entre 2008 et 2011.

Purina One Natural Balance

Fabricant : Nestlé Purina PetCare
 Marque : Purina One Natural Balance
 Nom du détaillant : Coop
 Type de détaillant : supermarché
 Date de lancement : décembre 2010
 Format : 800 g
 Prix en monnaie nationale : 11,25 CHF
 Prix en dollars américains : 11,41 \$

Description du produit

La nourriture pour chats Natural Balance de la gamme Purina One au saumon et au thon enrichie d'une microflore active contient des racines d'endives, une source naturelle de fibres solubles qui favorisent l'équilibre de la flore intestinale.

Ingrédients

Saumon (17 %), protéines de volaille déshydratées, maïs, blé, farine de gluten de maïs, riz brun (min. 4 %), thon déshydraté (min. 4 %), avoine (min. 4 %), graisse animale, farine de gluten de blé, racines d'endives (min. 0,5 %), farine de blé, autolysat de levure, chlorure de potassium, huile de soja, minéraux, poudre de yogourt (0,2 %), chlorure de sodium, DL-méthionine, L-lysine, poudre de cassis (0,1 %).



Source : Mintel, 2011



▶ NOUVEAUX PRODUITS ALIMENTAIRES POUR ANIMAUX DE COMPAGNIE (SUITE)

Mini Bones au bœuf

Fabricant : Mars
Marque : Pedigree Jumbone
Nom du détaillant : Coop
Type de détaillant : supermarché
Date de lancement : février 2011
Format : 180 g
Prix en monnaie nationale : 3,30 CHF
Prix en dollars américains : 3,34 \$

Description

Les goûters Jumbone Mini de Pedigree (des bâtonnets à mâcher au centre moelleux au bœuf) sont des gâteries pour chiens adultes, qui contiennent des vitamines, du calcium et des oméga-3. Le produit renferme moins de 2 % de matières grasses et il est vendu dans un emballage refermable de 180 g contenant 4 bâtonnets. Bâtonnets Jumbone de taille moyenne également offerts.

Ingrédients

Céréales, sucre, minéraux, sous-produits d'origine végétale, sous-produits de viande et sous-produits animaux (min. 4 % de bœuf).



Source : Mintel, 2011

Bâtonnets de bœuf

Fabricant : Spar
Saint-Gall, 9015, Suisse
Marque : Scotty (marque maison)
Date de lancement : avril 2010
Format : 20 g
Prix en monnaie nationale : 0,95 CHF
Prix en dollars américains : 0,90 \$

Description du produit

Les bâtonnets de bœuf Scotty sont présentés comme une collation nutritive pour chiens. Le produit ne contient aucun colorant et il est vendu dans un emballage de 20 g comprenant deux bâtonnets.

Ingrédients

Sous-produits de viande et sous-produits animaux (plus de 50 % de bœuf), sous-produits végétaux, minéraux, ingrédients additionnels avec agents de conservation (quelques ingrédients additionnels).



Source : Mintel, 2011

Menu en barquette volaille et cœur pour chats

Fabricant : Mars
Marque : Whiskas Senior 8+
Nom du détaillant : Coop
Type de détaillant : supermarché
Date de lancement : décembre 2010
Format : 100 g
Prix en monnaie nationale : 0,90 CHF
Prix en dollars américains : 0,91 \$

Ingrédients

Viande, sous-produits animaux (viande [min. 60 %], volaille entière [min. 4 %], cœur [min. 4 %]), éléments minéraux, sous-produits végétaux.



Source : Mintel, 2011



► DISTRIBUTEURS ET IMPORTATEURS

Voici les coordonnées de certains importateurs et distributeurs d'aliments pour animaux de compagnie en Suisse :

- Dima Import Ag. Tél. : +41-61-4818193. Importation, exportation et distribution d'aliments pour animaux de compagnie.
- Erbo Ag. Tél. : +41-62-9588888. Importation, exportation, distribution et fabrication de produits pour animaux de compagnie.
- Amedis-ue Se. Tél. : +41-21-6943100. Importation, exportation, distribution et fabrication de produits pour animaux de compagnie.
- Biomill SA. Tél. : Importation, exportation, distribution et fabrication de produits pour animaux de compagnie.
- Delphin Amazonia Ag. Tél. : +41-61-4161010. Importation, exportation, distribution et fabrication de produits pour animaux de compagnie.
- Biomill Sa. Tél. : +41-26-6685230. Importation et distribution d'aliments pour animaux de compagnie.
- Diamed Ag. Tél. : +41-26-6745111. Exportation et importation d'aliments pour animaux de compagnie.
- Gurit-heberlein Ag. Tél. : +41-71-9871010. Importation, exportation, distribution et fabrication de produits pour animaux de compagnie.
- lonza Ag. Tél. : +41-61-3168645. Importation et exportation d'aliments pour animaux de compagnie.

Source : www.petproducts1.com

► PRINCIPALES RESSOURCES

AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA. « Accord de libre-échange entre le Canada et l'Association européenne de libre-échange », 14 juillet 2009. Site consulté le 17 mai 2011. Adresse : <http://www.agr.gc.ca/itpd-dpci/ag-ac/4782-fra.htm>.

CONFÉDÉRATION SUISSE. OFFICE VÉTÉRINAIRE FÉDÉRAL. « Aliments pour animaux familiers (à partir de mars 2011) ». Site consulté le 12 mai 2011. Adresse : http://www.bvet.admin.ch/ein_ausfuhr/03719/03734/index.html?lang=fr.

CONFÉDÉRATION SUISSE. OFFICE VÉTÉRINAIRE FÉDÉRAL. « Sous-produits animaux (SPA) de pays tiers : valable à partir de mars 2011 ». Site consulté le 13 mai 2011. Adresse : http://www.bvet.admin.ch/ein_ausfuhr/03719/index.html?lang=fr.

CONFÉDÉRATION SUISSE. ADMINISTRATION FÉDÉRALE DES DOUANES. « Tarif des douanes – Tares ». Site consulté le 17 mai 2011. Adresse : http://www.ezv.admin.ch/zollinfo_firmen/abfertigungshilfen/00378/index.html?lang=fr.

EUROMONITOR. « Cat Food – Switzerland », 24 août 2010. Site consulté le 12 mai 2011. Adresse : <https://www.euromonitor.com/>.

EUROMONITOR. « Dog Food – Switzerland », 24 août 2010. Site consulté le 12 mai 2011. Adresse : <https://www.euromonitor.com/>.

EUROMONITOR. « Other Pet Food – Switzerland », 24 août 2010. Site consulté le 12 mai 2011. Adresse : <https://www.euromonitor.com/>.

EUROPA. « Liste des établissements dans les pays tiers », 3 avril 2011. Site consulté le 24 mai 2011. Adresse : http://ec.europa.eu/food/food/biosafety/establishments/third_country/index_fr.htm.

EUROPEAN FREE TRADE ASSOCIATION. « Canada-EFTA Free Trade Agreement », 2011. Site consulté le 19 mai 2011. Adresse : <http://www.efta.int/free-trade/free-trade-agreements/canada.aspx>.

GLOBAL TRADE ATLAS. Site consulté le 16 mai 2011. Adresse : <http://www.gtis.com/qta/>.

MINTEL GNPD. 2011. Site consulté le 16 mai 2011. Adresse : <https://www.mintel.com/>.

PLANET RETAIL. 2011. Site consulté le 16 mai 2011. Adresse : <http://www1.planetretail.net/>.



► GLOSSAIRE DES TYPES DE DÉTAILLANTS

Voici la définition de chacun des types de détaillants apparaissant au tableau figurant à la page 5 du rapport :

Animaleries : Magasins spécialisés dans la vente d'animaux de compagnie offrant également une vaste sélection d'aliments, d'articles et de fournitures pour les animaux. Les animaleries sont comprises dans la catégorie des épicerie en raison de la proportion élevée d'aliments pour animaux dans la marchandise (p. ex., PetSmart, Fressnapf).

Dépanneurs : Petits commerces d'alimentation en libre-service aux heures d'ouverture particulièrement longues offrant surtout des produits de commodité comme des aliments prêts à manger et des repas-minute, en plus d'aliments courants et d'un certain nombre de produits non alimentaires. Ils sont souvent attenants à une station-service (p. ex., Wawa, Sheetz, 7-Eleven).

Drugstores : Détaillants spécialisés dans la vente de produits de soins corporels, d'articles de toilette, de produits d'entretien ménager, de soins pour bébés et animaux de compagnie. Dans de nombreux pays, les pharmacies sont aussi autorisées à vendre des médicaments sans ordonnance (p. ex., Schleckers).

Épicerie en ligne : Sites transactionnels exploités par des détaillants qui donnent aux clients la possibilité de se faire livrer la marchandise à domicile ou de faire eux-mêmes la collecte aux points de vente.

Grandes surfaces : Magasins de libre-service dont la surface de vente couvre entre 2 500 et 5 000 mètres carrés. Les grandes surfaces offrent une vaste sélection de produits alimentaires, tout comme les hypermarchés, mais étant donné qu'elles sont moins vastes que ceux-ci, leur assortiment de produits non alimentaires est plus restreint (p. ex., Tesco).

Grands magasins (rayon alimentaire) : Points de vente offrant une vaste sélection de produits, dont des vêtements, des articles ménagers, des meubles, des articles de papeterie, du matériel électronique, des jouets, des produits de santé et de beauté ainsi que des produits d'alimentation. Ces magasins comprennent une section consacrée aux produits d'alimentation, souvent aménagée à un étage distinct (p. ex., Lotte).

Grossistes-livreurs : Grossistes effectuant la livraison par camion de produits alimentaires et non alimentaires aux détaillants et aux clients du secteur des services alimentaires (à la différence des grossistes payer-emporter chez qui les clients viennent s'approvisionner).

Grossistes payer-emporter : Grossistes auxquels les membres, des revendeurs et des clients commerciaux, doivent adhérer. Dans le secteur de la vente au détail d'aliments, les grossistes payer-emporter fournissent généralement les détaillants indépendants. Chez les grossistes payer-emporter, les clients se servent eux-mêmes comme dans un supermarché et paient leur marchandise à la caisse (les grossistes-livreurs, pour leur part, livrent la marchandise aux clients). Dans de nombreux pays, les grossistes payer-emporter vendent également de la marchandise aux consommateurs privés (p. ex., Metro/Makro).

Hypermarchés : Détaillants de libre-service d'une surface de vente supérieure à 5 000 mètres carrés qui offrent une vaste sélection de produits alimentaires et non alimentaires (p. ex., Carrefour, Walmart Supercenter).

Hypermarchés et grandes surfaces : Beaucoup de détaillants exploitent des chaînes d'alimentation de surface variable (supérieures et inférieures à 5 000 mètres carrés). Le cas échéant, et lorsque le détaillant ne précise pas clairement le nombre exact de magasins dans l'une ou l'autre catégorie, Planet Retail regroupe ces magasins dans la catégorie « hypermarchés et grandes surfaces » (p. ex., Whole Foods Market).

Magasins de quartier : Petits magasins d'alimentation dont la surface de vente ne dépasse pas 400 mètres carrés. Si la plupart de ces commerces ressemblent aux supermarchés, certains se différencient par le fait qu'ils n'offrent pas aux clients la possibilité de magasiner en libre-service (p. ex., SPAR).

Magasins de rabais : Magasins d'alimentation axés sur l'efficacité, d'une surface généralement inférieure à 1 000 mètres carrés, qui offrent une sélection restreinte d'articles en grande quantité. Ils sont particulièrement répandus en Europe, d'où est issu le concept (Allemagne) (p. ex., Aldi, Lidl, Save-A-Lot).

Magasins de rabais à grande surface : Magasins à grande surface (plus de 2 500 mètres carrés) offrant une vaste sélection de produits non alimentaires, de marchandises générales, de produits de santé et de beauté et de produits d'alimentation. Ceux-ci représentent environ 30 % à 40 % de la marchandise (p. ex., Walmart et Kmart).

Magasins rattachés à une station-service : Dépanneurs attenants à une station-service, souvent exploités en coentreprise par un distributeur de carburant et un détaillant en alimentation (p. ex., Shell, On the Run, Valero).

Pharmacies/drugstores : Commerces identiques aux drugstores, mais qui comprennent en plus un comptoir de pharmacie (p. ex., Walgreens).

Stations-service : Détaillants vendant de l'essence et offrant parfois un certain nombre d'autres produits.

Supermarchés : Magasins de libre-service spécialisés dans les produits d'alimentation, d'une surface allant de 400 à 2 500 mètres carrés. Lorsque leur surface le permet, certains vendent également des produits non alimentaires (p. ex., Trader Joe's, Champion).



▶ PERSONNES-RESSOURCES ET AUTRES RAPPORTS

Coordonnées du Service des délégués commerciaux du Canada en Suisse

Ambassade du Canada en Suisse
Kirchenfeldstrasse 88
CH-3005 Berne, Suisse
Téléphone : 41/31 3573200
Télécopieur : 41/31 3573210
Courriel : bern@international.gc.ca

Heures d'ouverture
Du lundi au jeudi, de 8 h à 12 h et de 13 h à 17 h
Vendredi de 8 h à 13 h 30
Service consulaire : du lundi au jeudi de 13 h à 17 h et le vendredi de 8 h à 12 h

Consulter les rapports suivants pour obtenir des renseignements sur d'autres marchés d'aliments pour animaux de compagnie :

BUREAU DES MARCHÉS INTERNATIONAUX

- « Tendances de consommation : Marché des aliments pour animaux de compagnie en Italie, » août 2011.
- « Tendances de consommation : Le marché canadien des aliments pour animaux familiers, » juillet 2011.
- « Tendances de consommation : Marché des aliments pour animaux de compagnie en Allemagne, » avril 2011.
- « Tendances de consommation : Marché marocain des aliments pour animaux de compagnie, » janvier 2011.
- « Tendances de consommation : Le marché mexicain des aliments pour animaux de compagnie, » décembre 2010.
- « Royaume-Uni : Marché des aliments pour animaux de compagnie, » septembre 2010.

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 suisse des aliments pour animaux de compagnie

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, 2011
ISSN 1920-6623 Rapport sur les indicateurs de marché
No AAC. 10724F

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 Switzerland

Canada 