



Bureau
des marchés
internationaux

RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | JUIN 2012



Tendances de la consommation

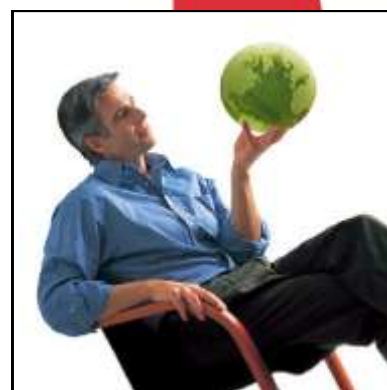
Aliments pour animaux de compagnie au Maroc



Source : Shutterstock



Source : Shutterstock



Tendances de la consommation

Aliments pour animaux de compagnie au Maroc



► RÉSUMÉ

La population des animaux de compagnie a considérablement augmenté au Maroc entre 2006 et 2011. Cette tendance est en partie attribuable au mode de vie de plus en plus occidentalisé de la population et à la présence accrue d'expatriés européens. De plus, le revenu disponible supérieur des Marocains leur permet de s'offrir des animaux de compagnie et des aliments pour animaux de compagnie, ainsi que de payer les soins pour ces derniers. En 2011, le nombre de chiens et de chats a respectivement atteint près de 1,84 million et 479 000. La population de petits mammifères et de reptiles faisant office d'animaux de compagnie a également augmenté.

Bien qu'il s'agisse d'un marché peu important comparativement aux normes occidentales, le marché marocain des aliments pour animaux de compagnie est l'un des plus grands de la région du Moyen-Orient – Afrique du Nord (MENA), juste derrière celui d'Israël, et il poursuit sa croissance. D'après Euromonitor, les ventes d'aliments pour animaux de compagnie ont augmenté de 10,6 % entre 2010 et 2011 pour atteindre 40,9 millions de dollars américains. Les ventes devraient atteindre 50 millions de dollars américains en 2013 et 64 millions de dollars d'ici 2016, étant donné que les propriétaires consultent les vétérinaires plus souvent.

Le volume des ventes d'aliments pour chiens et chats indique une croissance constante, mais les formats spéciaux comme les produits de première qualité et les produits de santé et de bien-être ont augmenté dans une moindre mesure, et restent donc un créneau préférentiel. Toutefois, les ménages à revenu moyen et à plus haut revenu qui ont des chiens et des chats sont en hausse. Cela permettra à l'industrie des aliments pour animaux de compagnie de cibler ce groupe de consommateurs en proposant des marques de qualité supérieure. Les aliments secs de qualité supérieure devraient présenter la croissance du volume la plus importante de l'ensemble des aliments pour chiens sur la période allant de 2011 à 2015.

Les ventes de produits non alimentaires de soins pour animaux de compagnie, comme les shampooings et les médicaments, ont également beaucoup augmenté au Maroc. Les ventes restent cependant limitées à un petit groupe de consommateurs aisés qui habitent en général dans les grandes villes. Par conséquent, ces produits sont habituellement disponibles uniquement dans de grands supermarchés ou magasins spécialisés.

► DANS CE NUMÉRO

<i>Résumé</i>	2
<i>Tendances des consommateurs et de la vente au détail</i>	3
<i>Données du marché</i>	4
<i>Aliments pour chiens</i>	5
<i>Aliments pour chats</i>	7
<i>Aliments pour autres animaux de compagnie</i>	8



Source : Shutterstock

► TENDANCES DES CONSOMMATEURS ET DE LA VENTE AU DÉTAIL



Avec l'augmentation du revenu disponible et le taux rapide d'urbanisation, le Maroc est en train de devenir un marché de consommation de plus en plus attrayant pour les marques et les détaillants dans pratiquement toutes les catégories, y compris les aliments pour animaux de compagnie. Les dépenses des consommateurs marocains en aliments pour animaux de compagnie ont considérablement augmenté au fil des années.

En général, les consommateurs au Maroc ont tendance à préférer des produits dans des paquets plus petits, car ils sont perçus plus abordables; cette préférence s'étend aussi aux aliments pour animaux.

Il n'existe actuellement pas de produits alimentaires pour animaux de compagnie de marque de fabricant au Maroc. Les produits alimentaires pour animaux sont dominés par les multinationales et sont tous importés. Par ailleurs, de nombreux Marocains continuent de nourrir leurs animaux avec des aliments non emballés sans marque achetés en gros. Les intervenants du secteur doivent s'efforcer de sensibiliser les consommateurs aux avantages des aliments préparés et emballés pour leurs animaux de compagnie.

Les supermarchés et les hypermarchés, qui proposent une large gamme de produits, demeurent les principaux canaux de distribution des aliments pour animaux de compagnie en 2011. Les supermarchés et les hypermarchés proposent souvent des promotions en magasin sur les aliments pour animaux de compagnie afin de stimuler les ventes, pratique qui n'existe pratiquement pas dans les cliniques vétérinaires (qui vendent également ces produits).

Les ventes réalisées dans les animaleries, les cliniques vétérinaires et d'autres détaillants hors magasin sont restées limitées, étant donné que ces points de vente tendent à être éparpillés dans l'ensemble du pays et sont accessibles uniquement aux habitants des villes. Un intérêt soutenu pour les animaleries spécialisées pourrait stimuler les ventes des aliments préparés pour animaux de compagnie, tandis que les consommateurs cherchent à obtenir des conseils éclairés de ces détaillants et sont encouragés à acheter ces produits.



Source : Planet Retail

Population d'animaux de compagnie au Maroc en milliers d'animaux

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	% de croissance entre 2006 et 2011
Nombre total	2 501	2 605	2 655	2 712	2 760	2 804	10,4 %
Chiens	1 699	1 755	1 774	1 800	1 821	1 841	7,2 %
Chats	418	440	452	464	473	479	13,2 %
Oiseaux	150	160	170	180	189	197	26 %
Poissons	124	130	135	140	145	151	16,9 %
Petits mammifères	62	68	71	74	77	80	24,2 %
Reptiles	48	52	53	54	55	56	14,6 %

Source : Euromonitor 2012

► **DONNÉES DU MARCHÉ**



Taille du marché des aliments pour animaux de compagnie au Maroc, par catégorie, ventes au détail en millions de \$US

Catégorie	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Soins pour animaux de compagnie—total	29,1	31,7	34,2	37,0	40,5	44,7
Aliments pour animaux de compagnie	26,7	29,1	31,3	33,7	37,0	40,9
Produits pour animaux de compagnie	2,3	2,6	2,9	3,2	3,5	3,8

Taille du marché des aliments pour animaux de compagnie au Maroc, par catégorie, Prévisions des ventes au détail en millions de \$US

Catégorie	2012	2013	2014	2015	2016
Soins pour animaux de compagnie—total	49,1	53,8	58,9	64,1	69,8
Aliments pour animaux de compagnie	45,0	49,4	54,1	59,1	64,4
Produits pour animaux de compagnie	4,1	4,4	4,8	5,1	5,4

L'émergence d'une classe moyenne de second rang plus large domine les ventes de produits alimentaires bon marché pour animaux de compagnie, ainsi que les ventes globales de produits de soins pour animaux de compagnie au Maroc (et dans de nombreux autres pays arabes et africains par la même occasion). La part des ménages marocains dont le revenu disponible annuel dépasse 10 000 \$ américains a augmenté de 34 % en 2010 pour atteindre 36 % de l'ensemble des ménages, et il s'agit désormais du groupe le plus important parmi toutes les catégories de revenus. (Euromonitor, 2011).

Marchés d'aliments pour animaux de compagnie les plus actifs dans la région du Moyen-Orient – Afrique du Nord (MENA) En fonction des ventes au détail et en millions de \$US

Géographie	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Moyen-Orient et Afrique du Nord	564,2	601,3	636,1	679,8	736,2	796,6
Israël	94,7	102,9	108,3	113,9	121,1	128,5
Maroc	26,7	29,1	31,3	33,7	37,0	40,9
Arabie saoudite	12,7	13,8	16,4	19,1	21,7	24,7
Égypte	1,7	1,8	2,0	2,3	2,5	2,7

Marchés d'aliments pour animaux de compagnie les plus actifs dans la région du Moyen-Orient – Afrique du Nord (MENA) Prévisions des ventes au détail en millions de \$US

Géographie	2012	2013	2014	2015	2016
Moyen-Orient et Afrique du Nord	856,5	918,9	984,0	1 052,3	1 134,2
Israël	136,7	146,1	156,4	167,8	180,7
Maroc	45,0	49,4	54,1	59,1	64,4
Arabie saoudite	28,1	31,8	36,2	41,3	47,0
Égypte	3,0	3,3	3,6	4,0	4,5

Source de toutes les données : Euromonitor, 2012.



▶ ALIMENTS POUR CHIENS

Les propriétaires de chiens au Maroc se détournent lentement des aliments non préparés, et les consommateurs à revenu moyen prennent de plus en plus conscience des prix abordables et des avantages pour la santé des produits alimentaires préparés pour chiens. Cette tendance, associée à une augmentation du nombre de chiens, rend plus attrayante la catégorie des aliments préparés pour chiens. Les aliments de haute qualité sont particulièrement en hausse, bien que les acheteurs principaux demeurent les groupes à haut revenu ou les expatriés occidentaux résidant dans le pays.

Les aliments pour chiens dominent le marché des aliments pour animaux au Maroc (soit 96 % de l'ensemble du secteur des aliments pour animaux de compagnie) et ont connu une forte croissance de 9,4 % en 2011. Les aliments secs pour chiens constituent une sous-catégorie dominante avec des prévisions de ventes atteignant 28,3 millions de dollars américains d'ici 2015

Un taux de croissance annuel composé dynamique de 9 % est anticipé pour les ventes d'aliments pour chiens au cours des cinq prochaines années, et cette catégorie devrait atteindre des ventes records de 35,3 millions de dollars en 2015.



Source : Shutterstock

Taille du marché des aliments pour chiens au Maroc, par type, Ventes au détail – Historique/**Prévisions** – en millions de \$US

Catégorie	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2015
Aliments pour chiens—total	16,4	17,9	19,3	21,0	23,5	25,7	27,9	35,3
Aliments secs pour chiens	12,0	13,2	14,5	15,9	17,9	19,8	21,8	28,3
Nourriture humide pour chiens	4,4	4,6	4,8	5,0	5,5	5,8	6,0	6,9
Gâteries et mélanges pour chiens	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Source : Euromonitor, 2012

Taille du marché des aliments pour chiens au Maroc, par type, Volume des ventes au détail – Historique/**Prévisions** – en tonnes

Catégorie	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2015
Aliments pour chiens—total	5 272,5	5 715,3	6 210,4	6 791,1	7 367,1	7 948,4	8 550,1	10 447,7
Aliments secs pour chiens	3 601,0	3 926,0	4 309,1	4 762,2	5 224,9	5 698,2	6 193,2	7 800,0
Nourriture humide pour chiens	1 667,5	1 764,7	1 873,9	1 999,0	2 110,6	2 216,8	2 321,8	2 607,6
Gâteries et mélanges pour chiens	4,0	24,6	27,4	29,9	31,6	33,3	35,1	40,1

Source : Euromonitor, 2012



▶ ALIMENTS POUR CHIENS (suite)

Il n'existe actuellement pas de fabricants nationaux de produits alimentaires pour animaux de compagnie au Maroc. Par conséquent, l'entreprise marocaine Animal Comfort International, qui importe des produits alimentaires et de soins pour animaux de compagnie, cherche à ouvrir une unité de production au Maroc pour fabriquer des aliments pour chiens (Euromonitor).

Les marques produites localement auront des répercussions de taille sur le secteur, étant donné qu'elles commercialiseront sans doute leurs produits à un prix inférieur par rapport aux marques internationales. Cela pourrait par la suite encourager les gens à acheter des produits locaux.

Les 10 principales parts de marché des aliments pour chiens au Maroc, en fonction du % de la valeur des ventes au détail

Marque	Entreprise	2006	2007	2008	2009
Pedigree	Waltham Petfoods Plc	32,9	33,6	34,4	35,2
Royal Canin	Jessy Diffusion SA	6,6	6,8	7,1	7,2
Royal Chien	Jessy Diffusion SA	6,1	6,3	6,5	6,8
Dick	Conserverie Morbihannaise	2,7	2,6	2,5	6,4
Canigou	Waltham Petfoods Plc	8,1	6,7	6,4	6,1
Chappi	Mars Morocco	-	5,2	5,3	5,1
Friskies	Nestlé Maroc SA	2,8	2,9	3,4	3,6
Las Dog	Madico PM Casablanca	1,5	1,5	1,4	2,5
Wooffy	Doane Pet Care Enterprises Inc	2,1	1,9	1,8	1,7
Blacky	Ipes Ibérica SA	1,2	1,3	1,3	1,5

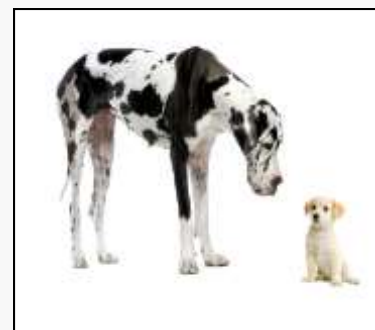
Source : Euromonitor, 2012

Remarque : les données les plus récentes pour les renseignements sur les parts de marché datent de 2009

Aliments pour chiens au Maroc, par tranche de prix, 2009

Secteur	Fourchette de prix	Prix arrondi
Nourriture humide pour chiens	Qualité supérieure	2,67 \$US et au-dessus
	Prix moyen	De 2,22 à 2,66 \$US
	Prix économique	En dessous de 2,22 \$US
Aliments secs pour chiens	Qualité supérieure	2,78 \$US et au-dessus
	Prix moyen	De 2 à 2,77 \$US
	Prix économique	En dessous de 2 \$US

Source : Euromonitor, 2012



Source : Mintel

▶ ALIMENTS POUR CHATS



Une hausse de la population féline, associée au nombre accru de personnes adoptant les aliments préparés, entraîne une augmentation des ventes d'aliments pour chats.

La hausse de la population féline est attribuable au changement de la perception des animaux de compagnie par les Marocains et à l'augmentation des revenus disponibles. Comme pour les chiens, cette tendance est renforcée par le nombre accru d'expatriés établis dans le pays et par le nombre en augmentation de Marocains revenant dans leur pays après avoir vécu en Occident. De plus, les données démographiques changeantes donnant lieu à davantage de ménages d'une personne et de jeunes professionnels habitant seuls dans les grandes villes sont plus à même d'entraîner une hausse de la population féline, et par la suite, des ventes d'aliments préparés pour chats.



Source : Shutterstock

De plus en plus de consommateurs marocains se tournent vers les aliments préparés pour chats et abandonnent les repas non préparés. L'importance croissante des détaillants modernes, notamment des supermarchés et des hypermarchés où sont principalement vendus les aliments pour chats, peut également entraîner l'augmentation des ventes.

Taille du marché des aliments pour chats au Maroc, par type, Ventes au détail – Historique/Prévisions – en millions de \$US

Catégorie	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2015
Aliments pour chats—total	8,7	9,4	10,1	10,7	11,4	12,1	12,8	14,9
Nourriture humide pour	6,7	7,2	7,8	8,2	8,8	9,3	9,8	11,4
Aliments secs pour chats	2,0	2,2	2,3	2,5	2,7	2,8	3,0	3,6

Source : Euromonitor, 2012

Taille du marché des aliments pour chats au Maroc, par type, Volume des ventes au détail – Historique/Prévisions – en tonnes

Catégorie	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2015
Aliments pour chats—total	2 858,4	3 090,5	3 318,6	3 549,8	3 758,7	3 967,1	4 178,0	4 812,6
Nourriture humide pour	2,364,0	2 560,1	2 751,9	2 944,2	3 119,0	3 291,5	3 465,7	3 988,5
Aliments secs pour chats	494,4	530,4	566,7	605,5	639,8	675,6	712,3	824,1

Source : Euromonitor, 2012

Aliments pour chats au Maroc, par tranche de prix, 2009

Secteur	Fourchette de prix	Prix arrondi
Nourriture humide pour chats	Qualité supérieure	3,33 \$US et au-dessus
	Prix moyen	De 2,89 à 3,32 \$US
	Prix économique	En dessous de 2,89 \$US
Aliments secs pour chats	Qualité supérieure	3,33 \$US et au-dessus
	Prix moyen	De 2,78 à 3,33 \$US
	Prix économique	En dessous de 2,78 \$US

Source : Euromonitor, 2012





► ALIMENTS POUR CHATS (suite)

Les 10 principales parts de marché des aliments pour chats au Maroc, en fonction du % de la valeur des ventes au détail

Marques	Entreprise	2006	2007	2008	2009
Whiskas	Mars Morocco	-	24,4	24	23,1
Kitekat	Mars Morocco	-	18,9	19,3	19,9
Las Cat	Madico PM Casablanca	3,7	3,8	3,9	11,9
Poilux	Conserverie Morbihannaise	3,3	3,4	3,7	9,5
Friskies	Nestlé France SA	9,2	9	8,7	8,6
Minou	Cecab, Groupe	5,3	5,4	5,4	5,5
Chat Mature	Jessy Diffusion SA	4,4	4,4	4,3	4,3
Festi	Continental Nutrition SA	2,9	3	3,2	3,8
Blacky	Ipes Ibérica SA	1,1	1	1	2,7
Matou	Groupe Covi	1,4	1,3	1,1	1

Source : Euromonitor, 2012

Remarque : les données les plus récentes pour les renseignements sur les parts de marché datent de 2009

► ALIMENTS POUR AUTRES ANIMAUX DE COMPAGNIE

Les aliments pour oiseaux demeurent le sous-segment le plus important de cette catégorie, les oiseaux (en particulier les canaris, les perroquets et les pigeons) étant le type d'animal le plus répandu au Maroc après les chiens et les chats. Les poissons en tant qu'animaux de compagnie constituent une tendance plus récente qui a lentement fait son entrée dans la culture marocaine sous l'influence occidentale.

Les ventes d'aliments pour petits mammifères et reptiles restent négligeables au Maroc, cependant il existe des reptiles et des petits mammifères qui sont gardés comme animaux de compagnie, en particulier les tortues. Toutefois, on leur donne habituellement des aliments non préparés ou on les laisse se nourrir dans le jardin.

Taille du marché des aliments pour autres animaux de compagnie au Maroc, par type, Ventes au détail – Historique/Prévisions – en milliers de \$US

Catégorie	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2015
Aliments pour autres animaux de compagnie— total	443	458	472	488	509	532	558	659
Aliments pour oiseaux	337	348	358	371	387	407	429	514
Aliments pour poissons	106	110	114	118	121	125	129	145

Source : Euromonitor, 2012



▶ ALIMENTS POUR AUTRES ANIMAUX DE COMPAGNIE (suite)

Parts de marché des aliments pour autres animaux de compagnie au Maroc,
en fonction du % de la valeur des ventes au détail

Marques	Entreprise	2006	2007	2008	2009
Kiki Excellent	Gonzalo Zaragoza Manresa, SL	48,6	53,4	55,3	56
Vinci	Levantex Importation et Exportation	-	18	20,4	23
Petbon	Nestlé Maroc SA	32,8	10	9	7
Autres	Autres	18,6	18,6	15,4	14
Total	Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : Euromonitor, 2012

Remarque : les données les plus récentes pour les renseignements sur les parts de marché datent de 2009



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 la consommation :
Aliments pour animaux de compagnie au Maroc

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire Canada (2012).

ISSN 1920-6623

No AAC. **11749F**

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 Morocco

Canada 