

## >> Analyse

## >> L'AUTEUR

Michel Jeanney

Secrétaire général de rédaction de la *Dépêche Vétérinaire*

# Vers une structuration de l'offre des services aux animaux de compagnie

**Les services aux animaux domestiques se sont considérablement développés ces dernières années sous l'influence de facteurs favorables, selon une étude publiée par Xerfi. Des obstacles à la croissance demeurent cependant. Les vétérinaires peuvent contribuer à les lever.**

« *Les perspectives de croissance pour les spécialistes des services aux animaux restent prometteuses à court et moyen termes* », estime Xerfi Etudes, dans une étude que l'institut vient de publier sur « *Les services aux animaux domestiques* ». L'analyse a porté sur les secteurs de l'assurance, du gardiennage, des services funéraires et du dressage.

« *D'importants facteurs de changement ces dernières années bousculent la profession et permettent l'émergence de tels services* », poursuit Xerfi. Aujourd'hui, les acteurs en place restent campés sur leur modèle économique d'origine, comptant sur des éléments particulièrement favorables (lire l'encadré).

## Six leviers de croissance

« *Le marché des services aux animaux reste toutefois confronté à des obstacles notables qu'il est aujourd'hui nécessaire de lever pour que le secteur profite à plein de ses perspectives de croissance* », explique Xerfi. Parmi eux figurent le manque de transparence sur l'offre disponible, l'incertitude sur la qualité des services ou encore d'importants freins psychologiques qui pénalisent l'essor des services à domicile.

Face aux exigences du marché, l'étude a permis d'identifier six leviers de croissance pour le secteur :

- **s'appuyer sur les vétérinaires et leur rôle de prescripteurs** : pour développer leur activité, les spécialistes des services aux animaux comptent sur l'appui des vétérinaires, premiers relais de communication auprès des maîtres ; car aujourd'hui, le principal frein à l'essor de ces activités est le manque de transparence et de lisibilité, « *les Français ne lésinant pas sur les dépenses pour leurs compagnons* » ;

## Réseaux de franchise

- **être capable d'adapter des concepts étrangers ou s'en inspirer** : la transposition en France de concepts étrangers, notamment américains ou japonais, figure parmi les principales stratégies de développement du secteur ; mais cet exercice reste très périlleux pour un exploitant indépendant, car cela suppose qu'il adapte le concept aux spécificités de son marché ; la stratégie de déploie-

ment géographique d'un réseau de franchise est donc une voie privilégiée par les acteurs ;

- **proposer une offre globale de services** : le lancement de nouveaux concepts, à l'image notamment des crèches canines lancées à Paris (Cani crèche) en 2005 ou des hôtels pour chats, s'accompagne généralement de la mise en place d'une offre globale de services en vue de satisfaire des propriétaires de plus en plus exigeants en termes de qualité mais aussi de gains de temps ;
- **structurer l'offre autour de chaînes organisées** : la guerre des prix qui s'exerce aujourd'hui dans le secteur (notamment sur le segment du toilettage canin) devrait se solder par une hausse des défaillances et des cessations d'entreprises, favorable à une structuration du marché ;

## Garantir des services de qualité

- **profiter de la dynamique insufflée par la réglementation** : la réglementation en matière de chiens dangereux a favorisé, par exemple, le développement de contrats de responsabilité civile spécifique aux chiens d'attaque et de défense dès le début des années 2000 ;
- **professionnaliser le marché pour garantir des services de qualité** : le développement des services aux animaux prend une nouvelle ampleur depuis 2005 avec la signature de la loi Borloo ; celle-ci permet notamment de mettre un terme au travail illégal et contribue à lever les principaux freins psychologiques au développement de la garde à domicile ; mais la professionnalisation des équipes est déterminante pour permettre un véritable essor de ces activités. ■

## >> GROS PLAN

### Trois facteurs de croissance

Selon une étude de Xerfi sur « *Les services aux animaux domestiques* », trois facteurs ont contribué ces dernières années au développement dans ce secteur : l'essor de la population animale, la hausse du budget consacré aux animaux de compagnie et le développement des comportements anthropomorphiques.

#### 67 millions d'animaux

En l'espace de deux ans, la population d'animaux domestiques en France a progressé de plus de 3 %, pour s'établir à 67 millions d'individus. Les chiens et les chats figurent parmi les animaux préférés des Français et sont présents dans 43 % des foyers.

Chaque année, les Français consacrent en moyenne 4,5 milliards d'euros pour leurs animaux domestiques, dont environ 1,5 milliard dédié à l'achat d'animaux.

#### Médicalisation croissante

« *En une décennie, ce budget a plus que doublé, en lien avec une valorisation de l'offre industrielle (notamment le pet-food) et une médicalisation croissante des animaux* », souligne l'étude. Aujourd'hui, environ 1 680 € sont consacrés chaque année à l'achat d'aliments, de jouets et aux frais vétérinaires des canidés. Le coût d'entre-

tien d'un chat reste nettement inférieur : 1 200 € par an.

Sous l'effet de comportements anthropomorphiques, les services destinés aux animaux de compagnie se sont considérablement développés ces dernières années. Les prestations proposées touchent des secteurs variés : l'hygiène et l'entretien (salons de toilettage, espaces de lavage en libre-service, toilettage à domicile), l'hôtellerie-restauration (hôtels, pensions, livraison de plateaux-repas, etc.), le transport (taxis et ambulances animaliers), etc. **M.J.**