



MARS 2024

Comment la tendance à l'humanisation façonne l'économie des animaux domestiques en Asie

Évolution de l'adoption d'animaux de compagnie

Au cours de la dernière décennie, la solitude croissante de la population et le recul des taux de natalité ont fait s'envoler la demande d'animaux domestiques. Ces derniers contribuent à combler le besoin d'appartenance et de compagnie toutes tranches d'âge confondues. Pour les Millennials, qui représentent une part significative – si ce n'est la principale – des propriétaires¹ sur les grands marchés des soins aux animaux domestiques comme les États-Unis, le Royaume-Uni et la Chine, les animaux permettent d'expérimenter, voire de remplacer, la parentalité. Les générations plus âgées trouvent quant à elles du réconfort dans leurs compagnons, qui les aident à supporter le syndrome du nid vide après le départ de leurs enfants devenus adultes².

À la base plus courant parmi les nations occidentales, le phénomène de l'adoption d'animaux domestiques a connu un essor marqué dans les pays asiatiques également, en particulier depuis le début de la pandémie de Covid-19.

Points à retenir

- L'humanisation des animaux de compagnie a créé un besoin de premiumisation concernant la nourriture, les soins, les services et la santé.
- La premiumisation des marques en Asie offre des opportunités intéressantes de participer aux perspectives de croissance, qui ne seront sans doute pas impactées par la situation économique.
- De nouveaux marchés tels que la santé et les compléments premium devraient se développer et se consolider dans les années à venir.



Christian Zilien
CFA, Spécialiste
produit – Actions



Accepter la
disruption

Le taux d'adoption d'animaux de compagnie a explosé ces dix dernières années sur le continent asiatique, où 60% des citoyens possèdent un animal domestique et 32% considèrent leurs chats et chiens comme leurs meilleurs amis³.



De l'humanisation des animaux de compagnie...

L'humanisation de nos compagnons à quatre pattes, c'est-à-dire la tendance à les traiter comme des membres de la famille, voire des enfants, et à leur appliquer nos habitudes alimentaires et modes de vie, devient de plus en plus prononcée dans la région Asie-Pacifique. En Chine surtout, plus de la moitié des « parents d'animaux » (55%) considèrent leurs chats et chiens comme leurs enfants, tandis que 28% les voient comme des membres de la famille et 7,5% comme des amis⁴.

Cette transition de la détention à la parentalité d'animaux domestiques génère une forte demande de produits et de services premium pour ceux-ci, à l'instar des aliments, desserts et compléments alimentaires biologiques et d'origine locale. En Asie, la demande d'accessoires et de services semblables à ceux destinés aux humains enregistre une croissance plus rapide qu'en Occident.

Exemple révélateur : les ventes de poussettes pour animaux ont dépassé celles de poussettes pour enfants en Corée du Sud en 2023⁵.

Tout comme au Japon, où le vieillissement de la population, l'essor économique et la baisse du taux de natalité devraient permettre de faire progresser encore la demande de produits haut de gamme, notamment dans des domaines tels que le bien-être des animaux de compagnie, les assurances et même les funérailles pour animaux.

... à la premiumisation

Le marché asiatique des animaux domestiques connaît aussi un essor plus rapide que ses homologues occidentaux. La demande américaine de produits premium a par exemple augmenté de 27% en 2023⁵, contre 38%⁶ en Chine selon les estimations.

Les données de recherche montrent que la Chine a produit 1,13 million de tonnes d'aliments pour animaux de compagnie en 2021, soit une croissance vertigineuse de 17% par rapport à 2020⁷.

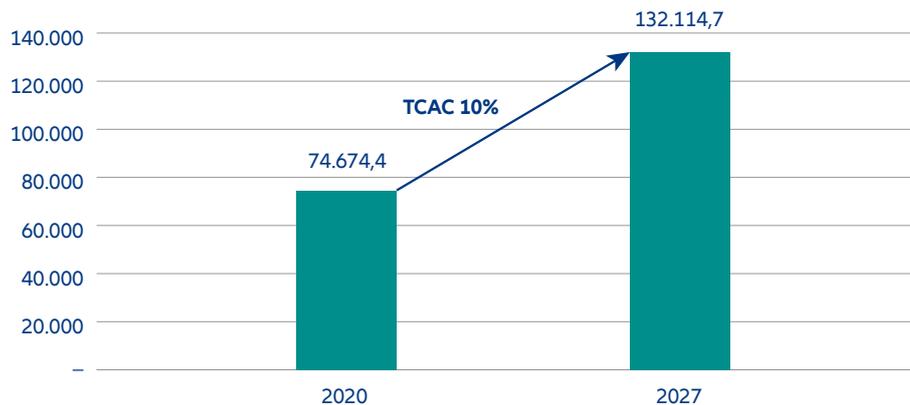
Conséquence de l'adoption par les marques premium d'étiquetages semblables à ceux utilisés pour les humains, tels que « biologique » ou « d'origine locale », les produits de type desserts ou compléments protéinés destinés aux animaux domestiques gagnent en popularité sur divers marchés.

Une partie de cette demande s'explique par un phénomène encore plus curieux : les animaux influenceurs, dont la base de fans se compte par millions et qui ont des centaines de milliers de followers sur les réseaux sociaux en vogue, leur garantissant de nombreux partenariats avec des marques⁸.

Potentiel de croissance du marché de la santé des animaux de compagnie alimenté par les Millennials et la génération Z

En Asie, le marché de la santé des animaux de compagnie devrait enregistrer une croissance à deux chiffres, progressant de 10% pour atteindre plus de 132 milliards USD d'ici 2027.

Marché de la santé des animaux de compagnie en Asie-Pacifique, 2021 et 2027 (en millions USD)



Source : [Graphicalresearch.com. Asia-Pacific pet care market \(Marché des animaux de compagnie dans la région Asie-Pacifique\)](https://www.graphicalresearch.com/asia-pacific-pet-care-market). Janvier 2021

Ce potentiel de croissance est notamment alimenté par :

- Les Millennials et la génération Z en Chine, qui constituent 50% des propriétaires d’animaux dans le pays⁷, ont des diplômes de niveau supérieur, disposent de revenus plus élevés et dépensent de 50 à 100 USD par mois pour leur(s) animal(aux) de compagnie⁸. En outre, plus de 60% des membres de cette génération nés après 1990 souhaitent avoir des animaux de compagnie à l’avenir, tandis que moins de 10% en ont déjà un. Ces chiffres de croissance s’inscrivent dans la droite ligne de l’augmentation du nombre d’animaux domestiques en Chine, lequel devrait atteindre 170-200 millions en 2024, contre moins de 100 millions en 2019⁹.
- La classe moyenne grandissante en Inde soutient l’essor du marché local des animaux domestiques, sur lequel le nombre de chiens de compagnie a progressé de 19,4 millions en 2018 à 31 millions en 2023 et dont la valeur s’était accrue à 890 millions USD en 2021. Selon les estimations, ce marché devrait voir sa taille quasiment tripler au cours des dix prochaines années¹⁰.
- Les segments de niche tels les « nutriceutiques » (contraction de nutrition et de produits pharmaceutiques) affichent un taux de croissance projeté de 6,4% entre 2017 et 2023¹¹. La Chine détient ici la principale part de marché (30%), mais le Vietnam devrait connaître l’expansion la plus rapide avec un taux de croissance estimé de 16,7% jusqu’en 2029¹².

Conséquences en termes d’investissement

Nous sommes convaincus que l’économie des animaux domestiques continuera de prospérer, dopée par le renforcement des liens entre les propriétaires et leurs animaux. Comme l’expansion du marché touche divers domaines, des opportunités attrayantes d’investissement dans les produits premium pour animaux domestiques se présentent.

Les animaux domestiques étant considérés comme des membres de la famille, cette industrie devrait relativement bien résister en phase de ralentissement économique. Les propriétaires continueront en effet de rechercher des produits de première qualité pour leurs petits compagnons et ne transigeront guère sur leur bien-être.

COMMENT LA TENDANCE À L'HUMANISATION FAÇONNE L'ÉCONOMIE DES ANIMAUX DOMESTIQUES EN ASIE

- ¹ HealthforAnimals : Global State of Pet Care (Tour d'horizon mondial des soins aux animaux domestiques), juillet 2022
- ² [Pet ownership, loneliness, and social isolation: a systematic review \(Détection d'animaux domestiques, solitude et isolement social : revue systématique\) | Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology \(springer.com\)](#), Juillet 2022
- ³ [UBS : China 360: Tracking the themes that matter \(Suivre les thèmes qui importent\)](#), Février 2023
- ⁴ [Petfood packaging.com : China pet statistics report \(Rapport sur les statistiques relatives aux animaux domestiques en Chine\)](#), 2020
- ⁵ [Koreatimes : Sales of pet strollers surpass baby strollers for 1st time \(Les ventes de poussettes pour animaux dépassent celles de poussettes pour enfants pour la première fois\)](#), Février 2024
- ⁶ [China-Briefing.com : Investing in China's Multi-Billion-Dollar Pet Industry \(Investir dans le secteur chinois des animaux de compagnie de plusieurs milliards de dollars\)](#), 2023
- ⁷ PwC : Finding opportunities in China's fast growing pet industry (Trouver des opportunités dans le secteur chinois en plein essor des animaux de compagnie), septembre 2020
- ⁸ Recherche thématique de Jefferies, Gen Z: Global Purchasing Power and Influence (Génération Z : pouvoir d'achat et influence dans le monde), août 2022
- ⁹ PwC : Finding opportunities in China's fast growing pet industry (Trouver des opportunités dans le secteur chinois en plein essor des animaux de compagnie), septembre 2020
- ¹⁰ [The Economist.com : Indians are going gooey over dogs \(Les Indiens deviennent fans de chiens\)](#), Décembre 2023
- ¹¹ [Mordorintelligence.com : Asia-Pacific Pet Nutraceuticals Market Size & Share Analysis - Industry Research Report - Growth Trends \(Taille et analyse des parts du marché des nutriceutiques pour animaux de compagnie dans la région Asie-Pacifique – Rapport de recherche – Tendances de croissance\)](#), Août 2023
- ¹² Ibid.

Tout investissement comporte des risques. La valeur et le revenu d'un investissement peuvent diminuer aussi bien qu'augmenter et l'investisseur n'est dès lors pas assuré de récupérer le capital investi. Allianz Global Artificial Intelligence est un compartiment de la SICAV Allianz Global Investors Fund, une société d'investissement à capital variable régie par les lois de Luxembourg. La valeur des actions libellés dans une devise différente de la devise de base peut être soumise à une volatilité fortement accrue. Cette dernière peut varier selon les différentes catégories d'actions présentes dans le compartiment. Les performances passées ne préjugent pas des performances futures. Les fonds d'investissement peuvent ne pas être proposés à la commercialisation dans toutes les juridictions ou pour certaines catégories d'investisseurs. Afin d'obtenir une copie gratuite du prospectus, des statuts de la société ou des règlements, de la valeur liquidative quotidienne des fonds, des derniers rapports annuels et semestriels et du document d'information clé pour l'investisseur (DICI) en Français, veuillez contacter l'éditeur par email ou par voie postale à l'adresse indiquée ci-dessous ou regulatory.allianzgi.com. Merci de lire attentivement ces documents, les seuls ayant effet à l'égard des tiers, avant d'investir. Ceci est une communication publicitaire éditée par Allianz Global Investors GmbH, www.allianzgi.com, une société à responsabilité limitée enregistrée en Allemagne, dont le siège social se situe Bockenheimer Landstrasse 42-44, 60323 Francfort/M, enregistrée au tribunal local de Francfort/M sous le numéro HRB 9340 et agréée par la Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (www.bafin.de). Le Résumé des droits des investisseurs est disponible en anglais, français, allemand, italien et espagnol sur <https://regulatory.allianzgi.com/en/investors-rights>. Allianz Global Investors GmbH a constitué une succursale en France, Allianz Global Investors GmbH, Succursale Française, www.allianzgi.fr, partiellement soumise à la réglementation de l'Autorité des Marchés Financiers (www.amf-france.org).

Pour les investisseurs en Europe (hors de la Suisse)

Ceci est une communication publicitaire éditée par Allianz Global Investors GmbH, www.allianzgi.com, une société à responsabilité limitée enregistrée en Allemagne, dont le siège social se situe Bockenheimer Landstrasse 42-44, 60323 Francfort/M, enregistrée au tribunal local de Francfort/M sous le numéro HRB 9340 et agréée par la Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (www.bafin.de). Allianz Global Investors GmbH a constitué une succursale en Grande Bretagne, France, Italie, Espagne, Luxembourg, Suède, Belgique et aux Pays-Bas. Contacts et informations sur la réglementation locale sont disponibles ici (www.allianzgi.com/Info).

Pour les investisseurs en Suisse

Il s'agit d'une communication marketing d'Allianz Global Investors (Suisse) AG, succursale à 100 % d'Allianz Global Investors GmbH.