



## NOS (TROP?) CHERS ANIMAUX

Résultats de l'enquête Efficience 3  
pour Promojardin-Prom'animal,  
en partenariat avec Les Echos Etudes

# CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE

Une première enquête, menée par Les Echos Etudes pour Promojardin-Prom'animal auprès de 48 distributeurs et fournisseurs entre le 22 mai et le 2 juin 2022, a permis d'évaluer l'impact de la hausse des coûts de production sur le secteur du jardin et de l'animal de compagnie.

Dans la continuité de cette analyse, l'association a mené une nouvelle étude, cette fois-ci auprès des consommateurs, pour connaître leur perception de l'évolution des prix dans l'animalerie et l'impact sur les comportements d'achat.

Le terrain a été réalisé on-line par Efficience 3, auprès de 498 propriétaires d'animaux en juillet 2022.

Le questionnaire et l'analyse ont été rédigés par Les Echos Etudes.



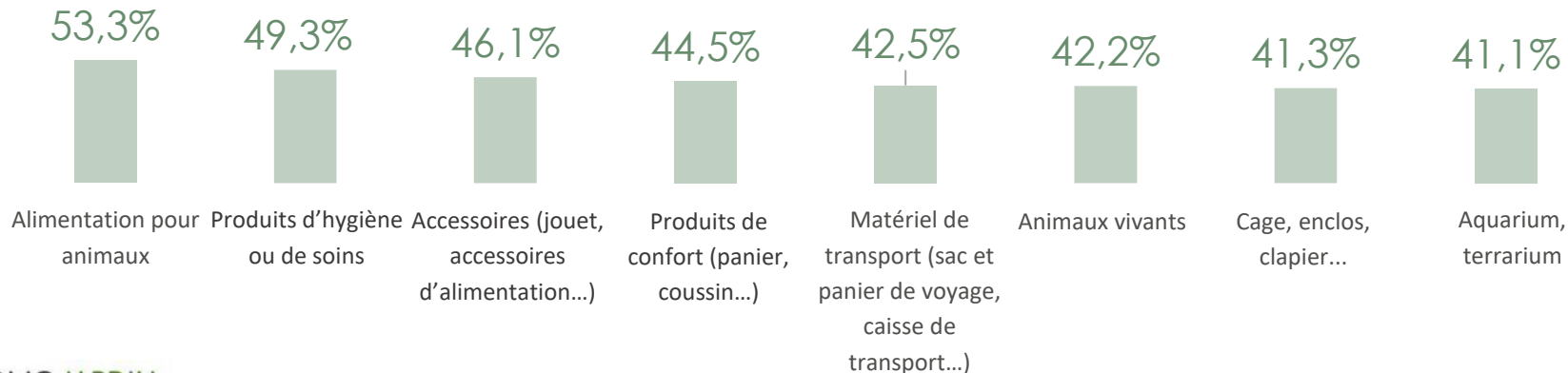
## Le petfood, catégorie la plus touchée par les hausses de prix selon les consommateurs



Selon vous, comment ont évolué les prix des produits suivants sur les 6 derniers mois, par rapport à la même période en 2021 ? – *ST En hausse\**

*\*Sous-total de Légère hausse et Forte hausse*

### Part des ménages qui ont répondu en légère hausse ou forte hausse





## On retiendra que...

- D'une manière générale, les consommateurs observent moins d'inflation sur le marché de l'animal que celui du jardin.
- Le petfood est la catégorie la plus concernée par les hausses de prix dans l'animalerie. Plus d'un propriétaire sur deux estime que les prix des produits d'alimentation pour son animal ont augmenté. 16% d'entre eux observent même une forte hausse, contre une moyenne de 12% à 13% pour les autres catégories de produits.
- Les propriétaires d'animaux sont moins nombreux à constater des hausses de tarifs dans les autres familles de produits. Toutefois, il convient d'interpréter avec prudence ces chiffres car ces produits sont aussi moins achetés. Ces résultats reflètent donc moins une expérience d'achat qu'une perception.



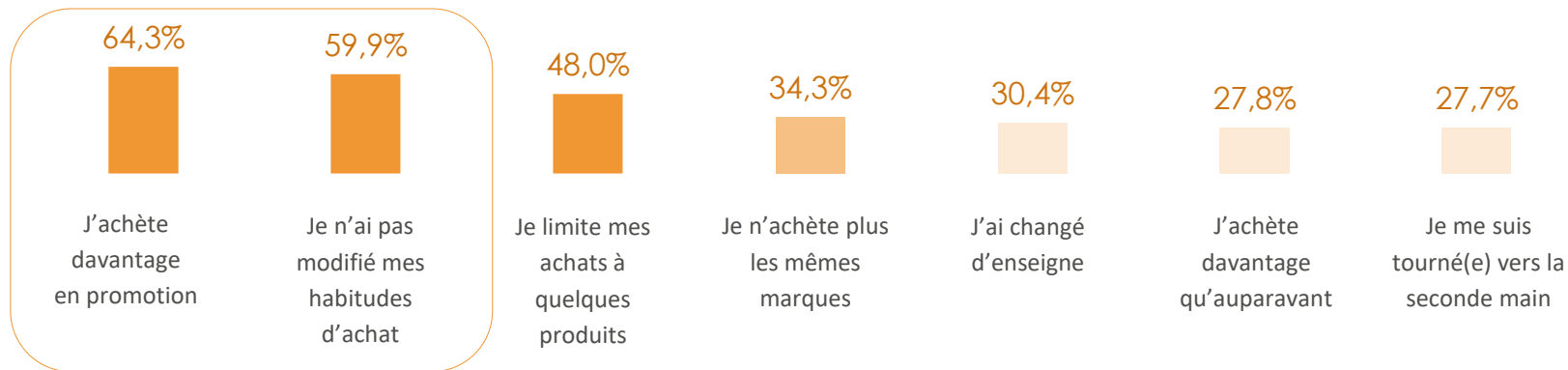
## Le contexte économique n'a pas entraîné de modifications profondes des comportements



Diriez-vous que le contexte économique actuel vous a amené à modifier vos habitudes d'achat de produits pour animal de compagnie ? - *ST D'accord\**

*\*Sous-total de plutôt d'accord + Tout à fait d'accord*

### Part des ménages qui ont répondu plutôt d'accord ou tout à fait d'accord



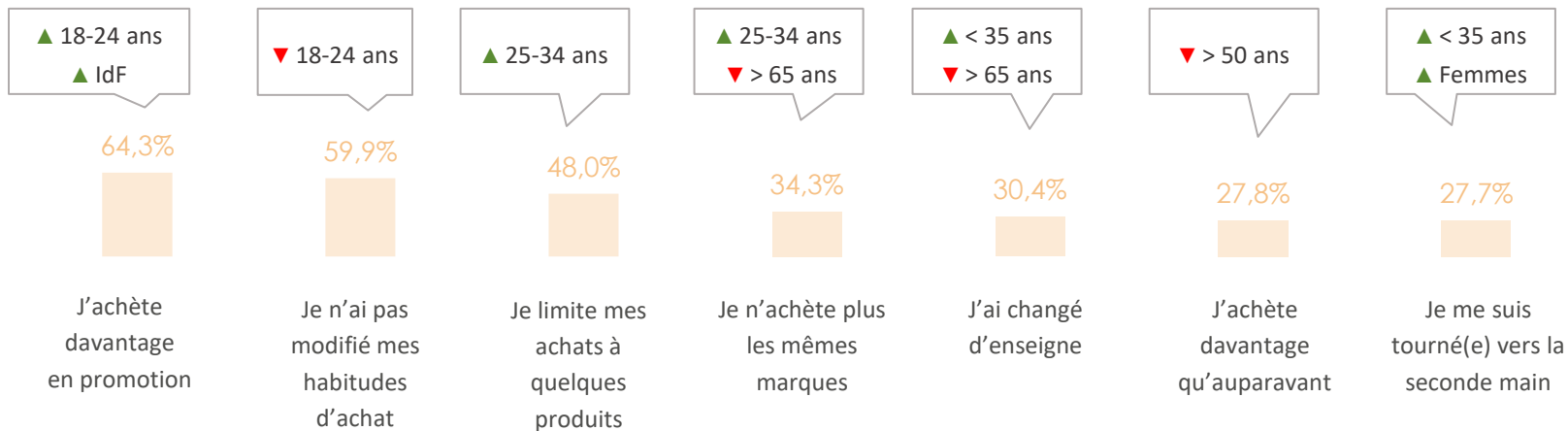


## Le contexte économique n'a pas entraîné de modifications profondes des comportements



Diriez-vous que le contexte économique actuel vous a amené à modifier vos habitudes d'achat de produits pour animal de compagnie ? - *ST D'accord\**

*\*Sous-total de plutôt d'accord + Tout à fait d'accord*





## On retiendra que...

- Face à la hausse des prix, les consommateurs ont moins modifié leurs comportements d'achat dans l'animalerie que dans le jardin
- Dans une grande majorité, ils s'orientent vers les promotions, surtout les plus jeunes
- Moins d'un sur deux déclare limiter ses achats à quelques produits ce qui est finalement assez peu, au regard d'autres marchés comme le jardin. Ce taux relativement faible peut s'expliquer à la fois par le caractère indispensable de ces dépenses (pour l'alimentation) mais aussi la dimension affective de l'acte d'achat. Attachés à leurs animaux, les consommateurs sont moins enclins à sacrifier ce type de dépenses que d'autres postes
- Ceci est confirmé par le fait qu'ils sont relativement peu (à peine un tiers) à avoir changé d'enseignes ou de marques pour limiter l'impact de l'inflation sur leurs achats. Cette fidélité à la marque et à l'enseigne est particulièrement vraie chez les plus de 65 ans
- La seconde main n'apparaît une option que pour moins de 30% des consommateurs. En revanche, les moins de 35 ans sont, bien plus que les autres tranches d'âge, tournés vers le marché du CtoC (plus de 45% d'entre eux)



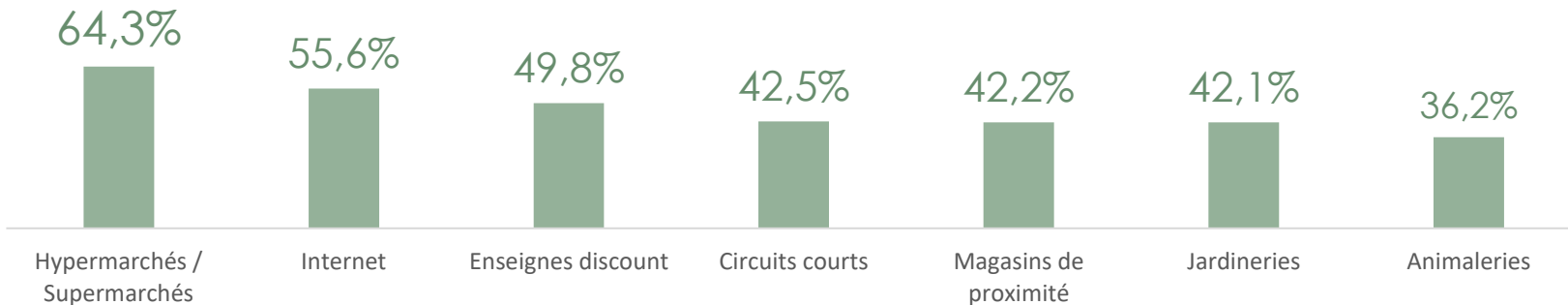
## Les grandes surfaces et Internet, grands gagnants des hausses des prix



Diriez-vous que, dans le contexte économique actuel, vous fréquentez plus ou moins que l'année dernière les circuits suivants pour l'achat de vos produits pour animaux ? *Solde net Autant ou Plus qu'avant\**

*\*Répondants qui fréquentent autant ou plus souvent qu'avant le circuit-répondants qui fréquentent moins qu'avant le circuit*

### Part nette des ménages qui fréquentent autant ou plus souvent qu'avant le circuit





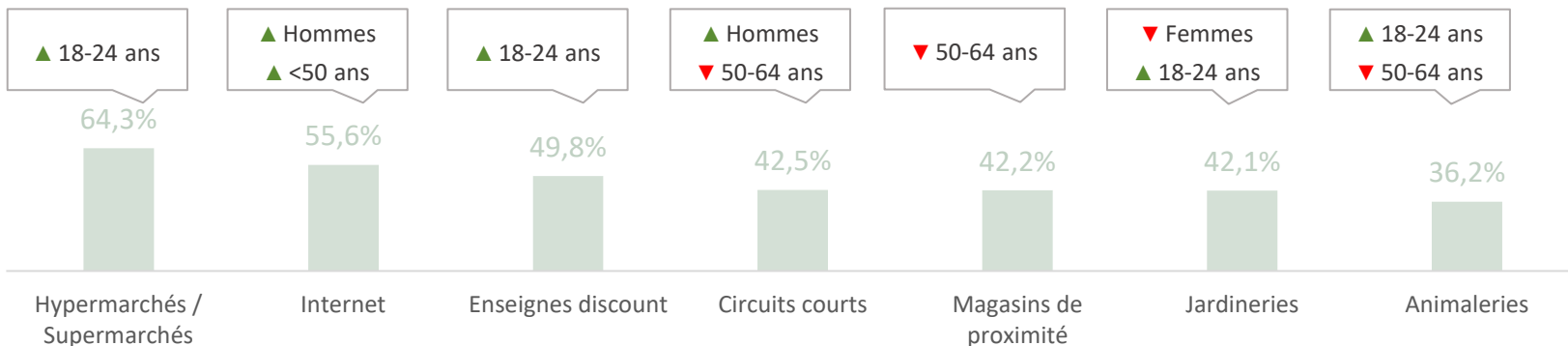


## Les grandes surfaces et Internet, grands gagnants des hausses des prix



Diriez-vous que, dans le contexte économique actuel, vous fréquentez plus ou moins que l'année dernière les circuits suivants pour l'achat de vos produits de jardinage ? Solde net\* Autant ou Plus Souvent

\*Répondants qui fréquentent autant ou plus souvent qu'avant le circuit - répondants qui fréquentent moins qu'avant le circuit





## On retiendra que...


- Les grandes surfaces alimentaires sont le circuit qui a le plus maintenu sa clientèle. 70% des répondants disent les fréquenter autant qu'auparavant, contre 59% à 64% maximum pour les autres circuits
- En revanche, Internet et les chaînes discount sont ceux qui ont le plus gagné de consommateurs. 18% des propriétaires d'animaux disent acheter plus qu'avant en ligne, une part trois fois plus importante que pour les spécialistes. 14% déclarent également fréquenter davantage qu'auparavant les discounters
- Les circuits spécialisés (jardineries, animaleries) sont les plus pénalisés par le contexte inflationniste. 30% à 32% des consommateurs disent les fréquenter moins qu'avant. Ce sont aussi ceux qui ont gagné le moins de consommateurs (6% des répondants disent les fréquenter plus qu'avant)




PromoJardin-Prom'animal est une association qui rassemble de manière unique, du fait de leur pluridisciplinarité, les acteurs industriels, économiques et stratégiques des marchés du jardin et de l'animal de compagnie.

L'association fait en sorte que toutes ses composantes travaillent dans une philosophie positive commune.

### VOTRE CONTACT PROMOJARDIN-PROM'ANIMAL



**Hanan Abdesselem**  
Secrétaire Générale

 [hanan.abdesselem@promojardin.com](mailto:hanan.abdesselem@promojardin.com)  
 01.45.43.25.25

### NOS PARTENAIRES

**Les Echos**  
ÉTUDES

