

# LE MARCHÉ DES ANIMAUX DE COMPAGNIE POURSUIT SA MARCHÉ EN AVANT !

*L'association Promojardin-Prom'animal dresse un nouveau bilan au beau fixe du marché des animaux de compagnie. Les ventes ont progressé de 7% l'an passé, après d'excellentes performances les deux années précédentes. Si la demande est restée stable en volume, l'inflation a tiré les résultats vers le haut.*

Le dynamisme du marché des animaux de compagnie ne se dément pas. Malgré la dégradation de la conjoncture, les ventes ont gagné 7% en valeur l'an passé à 5,8 milliards d'euros. Ces bons chiffres témoignent de la vitalité d'un marché en pleine ascension depuis plusieurs années. Celle-ci est portée par une augmentation du nombre d'animaux et une premiumisation de l'offre, reflet d'une évolution des habitudes de consommation et d'un « anthropomorphisme » croissant des propriétaires. A ces tendances de fond, s'est ajouté « l'effet Covid » et ses conséquences en série (télétravail, sentiment d'isolement retour à un tourisme de proximité...), qui ont amené les ménages à s'occuper encore davantage de leurs animaux, dopant les ventes du secteur en 2020 et 2021.

## **Boom des prix dans le pet food**

Le succès du marché en 2022 montre toutefois un autre visage. Car les résultats de l'an passé traduisent surtout la flambée des prix, en particulier dans l'alimentaire. Le pet food a connu une inflation moyenne de 10% en 2022, deux fois plus que dans le non alimentaire, selon les estimations Promojardin-Prom'animal. Les industriels ont dû faire face à une explosion de leurs coûts et de fortes tensions sur les approvisionnements, causées par la guerre en Ukraine et des épisodes climatiques extrêmes limitant les récoltes. La situation a aussi été aggravée par des épisodes de peste porcine et de grippe



aviaire, qui ont provoqué des pertes. Malgré l'envolée des prix, les achats de nourriture sont restés plutôt stables, les consommateurs ne pouvant que très peu rogner sur ces dépenses. Le poids du petfood a ainsi permis au marché des animaux de compagnie de presque se maintenir en volume (-1%), ce qui témoigne déjà d'une formidable résilience compte tenu du contexte très chahuté de l'année passée.

## **Des situations très disparates**

Si le dynamisme du marché est resté intact, la situation est très différente selon les familles d'animaux. Le marché du chien fait figure de grand gagnant. Il est le seul à avoir progressé en volume et en valeur. Au global, la hausse du chiffre d'affaires atteint 9%, un boom semblable à l'année précédente. Le marché du chat tire aussi son épingle du jeu avec une progression comparable de 9%. Mais il a fléchi en volume. Face à l'envolée des prix de l'alimentaire et de la litière, les ménages ont davantage freiné leurs achats d'accessoires et d'équipements. Parmi les marchés qui ont fini en positif, figurent également les oiseaux du jardin (+6%) et la basse-cour (+3%). Ces familles profitent de tendances plus durables, comme la préservation de la biodiversité, la chasse

au gaspi ou l'appétence pour le « mieux manger ». La croissance de leur chiffre d'affaires masque néanmoins un repli assez marqué des achats en volume.

Les autres familles affichent un bilan moins réjouissant. Elles ont clôturé l'année dans le rouge, des résultats qui sonnent plutôt comme un retour à la normale après leur exceptionnelle croissance de 2021. Le poids de l'alimentaire dans leur chiffre d'affaires est aussi moins important, ce qui a limité les effets inflationnistes sur les ventes en valeur.

Du côté de la distribution, les animaleries n'ont pas déçu. Toujours poussées par l'ouverture de nouveaux magasins, leurs ventes se sont envolées de 17% l'an passé. Bonne performance également du côté de la grande distribution (+9%) qui a profité du poids du petfood dans ses rayons. Le e-commerce a maintenu de son côté une part de 15% dans les achats de produits pour animaux. Les spécialistes du jardin (jardinerie et enseignes de libre-service agricoles), en revanche, ont été davantage sanctionnés par le poids du non alimentaire dans leur mix produit et finissent l'année en négatif (-1%).



## 3 CHIFFRES À RETENIR



SOURCE : PANEL PROMOJARDIN-PROM'ANIMAL, TRAITEMENT LES ECHOS ETUDES.

## BILAN 2022 DU MARCHÉ DES ANIMAUX DE COMPAGNIE\*

Famille	Variation du CA TTC 2022/2021	Variation du CA TTC 2022/2019
Chien	+9%	+26%
Chat	+9%	+26%
Petit mammifère	-5%	+16%
Oiseau d'élevage	-1%	+6%
Animaux de la nature	+6%	+31%
Basse-cour	+3%	+25%
Aquariophilie	-10%	-2%
Bassin	-3%	+2%
Terrariophilie	-6%	-3%
<b>Total</b>	<b>+7%</b>	<b>+24%</b>

\*Sur le périmètre de la distribution alimentaire, des animaleries, des jardineries, des Libre-service agricoles, des enseignes de bricolage et du e-commerce

SOURCE : PANEL PROMOJARDIN-PROM'ANIMAL, TRAITEMENT LES ECHOS ETUDES, DONNÉES PROVISOIRES

## A PROPOS DE PROMOJARDIN-PROM'ANIMAL

**Promojardin-Prom'animal** est une association œuvrant pour la promotion du jardinage, de l'amélioration de l'environnement et du cadre de vie végétal et animal. Elle rassemble de manière unique, du fait de leur pluridisciplinarité, les industriels, les distributeurs et les prescripteurs du marché du jardin et de l'animal de compagnie.

L'association édite tous les ans le panorama annuel des marchés du jardin et de l'animal de compagnie. Les études complètes seront disponibles début mai. Pour tout complément d'information, contacter Hanan Abdesselem au 01.45.43.25.25.