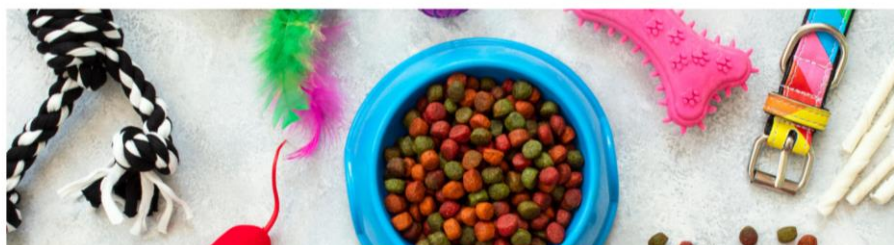


[Accueil](#) | [Actualités](#) | [Actualités professionnelles](#) | [Le marché des animaux de compagnie se porte bien](#)

Le marché des animaux de compagnie se porte bien

Valentine Chamard

| 04.04.2023 à 10:30:00 | [f](#) [t](#) [in](#) [e](#) [m](#)



L'association PromoJardin-Prom'animal dresse chaque année un bilan du marché des animaux de compagnie (vente de produits : alimentation, équipements, etc.), en partenariat avec Les Echos Etudes. Malgré la dégradation de la conjoncture, les ventes ont gagné 7% en valeur en 2022 par rapport à 2021 (soit 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 », analysent les statisticiens des Echos. Mais il convient toutefois de tempérer ces données : « (...) 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 (...). 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 », poursuivent les analystes.

Le chien et le chat en tête

Si le dynamisme du marché est resté intact, la situation diffère selon les familles d'animaux. Ainsi, 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 (soit + 26% par rapport à 2019). Le marché du chat tire aussi son épingle du jeu avec une progression comparable de 9%, même s'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'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 gaspillage ou l'appétence pour le « mieux manger ». La croissance de leur chiffre d'affaires masque néanmoins un repli assez marqué des achats en volume ». Le domaine de l'aquariophilie a en revanche pâti de la conjoncture, avec une baisse du chiffre d'affaires de 10%.

Des ventes en animalerie au beau fixe

Du côté de la distribution, les ventes dans les animaleries, « toujours poussées par l'ouverture de nouveaux magasins », 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%)».