

Étude de marché

Animaux de compagnie

CHIFFRES ET ÉLÉMENTS



propulse by 

Introduction à l'étude de marché sectorielle

Bienvenue dans cette étude de marché sectorielle, conçue spécifiquement pour vous, futurs entrepreneurs et créateurs d'entreprise!

Que vous soyez au tout début de votre projet ou en phase de consolidation de votre idée, cette étude se veut être un support incontournable pour éclairer votre prise de décision et affiner votre stratégie commerciale.

Dans ce document, vous découvrirez une analyse détaillée du secteur qui vous intéresse. Nous avons compilé pour vous les informations essentielles pour comprendre les dynamiques actuelles de votre marché.

Cette étude est organisée comme suit :

- 1 **LES CHIFFRES CLÉS DU MARCHÉ**
- 2 **LE CODE APE / NAF DE L'ACTIVITÉ**
- 3 **L'ORGANISATION DU SECTEUR D'ACTIVITÉ**
- 4 **L'ANALYSE DE LA SITUATION DU MARCHÉ**
- 5 **L'ÉTUDE DE L'OFFRE**
- 6 **L'ÉTUDE DE LA DEMANDE**
- 7 **L'ANALYSE DES CANAUX DE DISTRIBUTION**
- 8 **LES GRANDES TENDANCES DU SECTEUR**
- 9 **LA CONCLUSION DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ**

Chaque section est conçue pour vous fournir une compréhension claire, illustrée et approfondie, vous aidant à prendre les bonnes décisions.

Nous vous souhaitons une bonne lecture et beaucoup de succès dans votre aventure entrepreneuriale !

L'équipe Propulse by CA



59 €

**BUDGET MOYEN MENSUEL
POUR L'ALIMENTATION
DES ANIMAUX DE COMPAGNIE**

5,8 Mds €

**CHIFFRE D'AFFAIRES
GÉNÉRÉ PAR LE MARCHÉ**
en 2022

1 sur 2

**NOMBRE DE FOYER
QUI POSSÈDE AU MOINS
UN ANIMAL DE COMPAGNIE**

7,6 M

DE CHIENS RECENSÉS
en 2024

14,9 M

DE CHATS RECENSÉS
en 2022



+11%

**CROISSANCE SUR LE MARCHÉ
DES ANIMAUX DE COMPAGNIE**
en 2023

Sources : Insee, PromoJardin-Promanimal

**Code APE/NAF
pour une
animalerie :
47.76Z**

Une animalerie est rattachée au **code APE/NAF 47.76Z** qui correspond au **commerce de détail de fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé**.

Pour des activités similaires, d'autres codes APE/NAF existent :

- code APE/NAF 96.09Z (entreprises spécialisées dans la garde d'animaux);
- code APE/NAF 01.49Z (élevage d'autres animaux).

L'activité de vente d'animaux de compagnie

La vente d'animaux de compagnie consiste à proposer des animaux domestiques dans un encadrement strict qui respecte des réglementations sur les conditions de vie des animaux, leur origine et leur bien-être. Les professionnels de ce secteur garantissent la santé des animaux (vaccinations, certificats vétérinaires) et offrent des conseils adaptés aux futurs propriétaires. En complément, cette activité s'accompagne souvent de la vente de produits d'alimentation, d'accessoires, de jouets et d'articles d'hygiène spécifiques.

L'ORGANISATION DE L'ACTIVITÉ

Sur le marché, plusieurs acteurs viennent jouer un rôle dans la chaîne de distribution. On retrouve les **éleveurs** qui **approvisionnent les animaleries indépendantes et les réseaux spécialisés**, notamment pour les espèces locales. Les importateurs d'animaux se concentrent sur l'approvisionnement des points de vente en animaux exotiques.

En ce qui concerne les distributeurs sur le marché des animaux de compagnie, les **animaleries spécialisées** représentent un pilier central. **Indépendantes ou sous enseigne**, ces établissements proposent une large gamme d'animaux domestiques (rongeurs, oiseaux, reptiles, poissons), accompagnés de services (toiletage, gardiennage, etc.) et de produits dédiés (alimentation, accessoires, jouets).

Les **grandes surfaces alimentaires**, quant à elles, se positionnent sur la vente de produits alimentaires pour animaux. Un segment porteur qui fait des grandes surfaces alimentaires, le premier circuit de distribution en termes de volume. Les jardinerie et libres-services agricoles ont également intégré des rayons de produits animaliers pour compléter leur offre.

Avec l'essor du e-commerce, des **pure players spécialisés** sur le marché de l'animalerie se montrent comme une alternative pratique et compétitive, en misant sur des prix attractifs et des services en ligne (livraison à domicile, abonnement, etc.).

LES SYNDICATS

Les distributeurs spécialisés dans le marché des animaux de compagnie sont soutenus par plusieurs organisations. La Fédération des Jardinerie et Animaleries de France représente des grandes enseignes de jardinerie et des animaleries, ainsi que les établissements indépendants.

Le Syndicat des professionnels de l'animal familial (PRODAF) soutient également activement les métiers liés aux animaux de compagnie : animaleries, jardinerie, éleveurs, toiletteurs, éducateurs, pet sitters, fabricants, grossistes, importateurs et organismes de formation. Ces organisations partagent une mission commune : défendre les intérêts des acteurs de la filière tout en promouvant le respect du bien-être animal, une valeur essentielle pour la pérennité du secteur.

Le marché des animaux de compagnie

LE CONTEXTE DU MARCHÉ

En 2022, la France comptait environ **74 millions d'animaux de compagnie**. C'est plus de la moitié des ménages qui en possèdent un. Sur le territoire, la population animale est largement dominée par les chiens et les chats.

Le marché des animaux de compagnie est en plein essor. En 2023, il connaît une **croissance de 11% par rapport à 2022**. Cette progression est le résultat de plusieurs facteurs : l'**augmentation du nombre d'animaux dans les foyers** français, mais aussi la montée en gamme des produits animaliers proposés (alimentation bio, services de bien-être, accessoires connectés, etc.).

Ces dernières années, la montée du télétravail, la crainte de l'isolement durant la crise sanitaire et l'essor du bien-être animal ont encouragé l'adoption d'animaux de compagnie, intégrés de plus en plus dans la vie quotidienne des Français. Du côté de la distribution, les animaleries, bien que challengées par la **concurrence des grandes surfaces et du e-commerce**, tirent leur épingle du jeu grâce à des services de proximité et spécialisés.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

DU MARCHÉ

Chiffre d'affaires du secteur en valeur

2015	100
2016	103,1
2017	106,1
2018	108,3
2019	113
2020	117,3
2021	138,8
2022	136,3

Source : Insee, *Indice de chiffre d'affaires base 2015, Commerce de détail de fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé*

Le marché des animaux de compagnie atteint un **chiffre d'affaires de 5,8 milliards d'euros** en 2022.

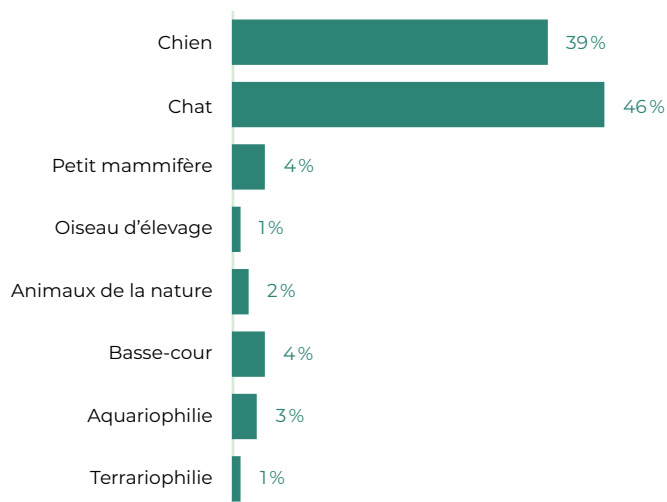
La progression du marché s'explique en grande partie par l'inflation, qui a touché en particulier les produits alimentaires pour animaux. Les industriels ont subi l'augmentation des coûts de production (hausse des matières premières, de l'énergie, des frais logistiques).

En termes de volume, seule une baisse du marché de 1% est constatée. La demande est restée forte, soutenue par l'importance accordée par les propriétaires à la qualité des produits destinés à leurs animaux de compagnie.

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

DU MARCHÉ PAR FAMILLE D'ANIMAUX

Bilan 2023 du marché des animaux de compagnie



Source : Panel Promojardin-Promanimal, traitement Les Echos Etude

Les **segments dédiés aux chats et aux chiens** représentent environ **85 % des parts de marché**. Cela confirme leur position de leader. Le secteur du chat prend le dessus, avec des ventes générant un chiffre d'affaires de 2,5 milliards d'euros.

L'ENVIRONNEMENT RÉGLEMENTAIRE

L'environnement réglementaire du marché des animaux de compagnie a récemment évolué pour mieux protéger les animaux et encadrer leur vente. Depuis janvier 2024, une nouvelle **loi interdit aux animaleries de vendre des chiens et des chats**. L'objectif de cette mesure : limiter le sevrage prématuré, la mauvaise socialisation et les pratiques liées aux usines à chiots et chatons.

Depuis octobre 2022, l'obligation de signer un certificat d'engagement et de connaissance des besoins de l'animal est entrée en vigueur, renforçant les responsabilités des futurs propriétaires. Ces mesures visent à réduire les achats impulsifs et de prévenir les abandons.

Pour les animaleries, ces changements réglementaires peuvent entraîner une réorganisation de leurs activités.

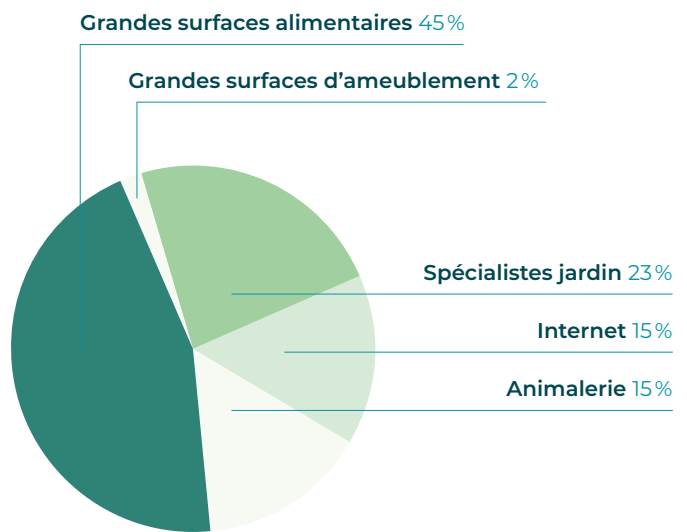
L'offre sur le marché des animaux de compagnie



RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

PAR CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Chiffre d'affaires par circuit de distribution



Source : Panel Promojardin-Promanimal, traitement Les Echos Étude

ANIMALERIES INDÉPENDANTES

Les animaleries indépendantes misent sur **l'expertise et l'accompagnement des propriétaires d'animaux**. En 2023, ces établissements ont capté **15% de part de marché**.

Certaines ont fait le choix d'étendre leurs services en collaborant avec des toiletteurs, des éducateurs ou encore des petsitters. Elles sont particulièrement appréciées pour la relation de confiance qu'elles entretiennent avec les clients

ENSEIGNES D'ANIMALERIE

Maxi Zoo, **Animalis**, **Terranimo** ou encore **Tom & Co** sont des réseaux sous enseigne bien implantés sur le territoire avec une **forte notoriété**. Ces structures concurrencent les animaleries indépendantes sur la vente d'aliments, d'accessoires, de produits de soins et de bien-être. La **présence physique et digitale** est également au cœur de leur stratégie. Leurs solutions omnicanales comme le click-and-collect ou la livraison rapide sont des atouts sur le marché.

GRANDES SURFACES ALIMENTAIRES

Les grandes surfaces alimentaires sont le **principal canal de distribution** du secteur, notamment grâce à la vente de produits alimentaires d'animaux de compagnie. Elles captent **45% des parts de marché**. Malgré leur offre attractive en termes de prix, ces établissements peuvent avoir des difficultés à se différencier sur les services ou sur la qualité des produits.



JARDINERIES ET LISAS

Les jardinerias et libres-services agricoles combinent leur expertise dans le jardinage avec des rayons spécifiques pour animaux : accessoires, habitats, produits de soin et de bien-être. Cette diversification est un moteur de croissance. Mais leur **offre davantage axé sur le non-alimentaire** peut limiter leur capacité à se démarquer sur le marché.

PURE PLAYERS

Les boutiques en ligne dédiées aux produits d'animaux de compagnie prennent de l'ampleur. Parmi les pures players, on peut citer :

- Zooplus;
- Wanimmo;
- Zoomalia;
- Croquetteland;
- Bitiba.

Les pure players séduisent grâce à leur **offre 100% en ligne**, pensée pour les consommateurs en quête de commodité. Ces acteurs se démarquent par une **gamme extrêmement variée de produits**, allant des aliments premium aux accessoires spécifiques, le tout proposé à des **prix compétitifs**.

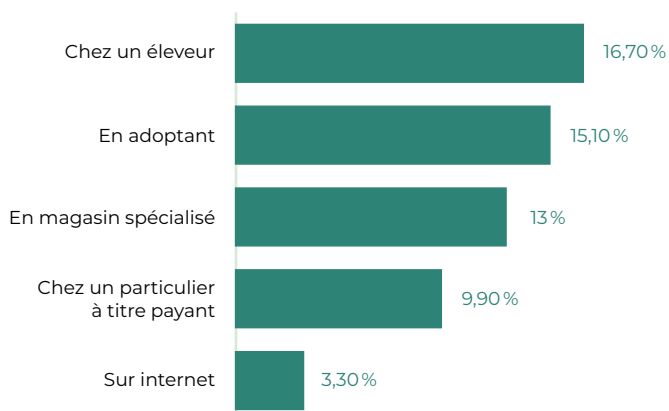
Ce modèle est renforcé par des programmes de fidélité, des codes promotionnels et des offres spéciales.

Mais cette approche exclusivement digitale a ses limites : l'**absence de conseils personnalisés** et d'interaction directe, souvent recherchés par les propriétaires d'animaux, reste un défi pour concurrencer pleinement avec les magasins physiques.

L'étude de la demande

LIEU D'ACHAT

Lieux d'achat privilégiés des animaux de compagnie



Source : Etude Omnibus 2021_Promojardin-Prom'animal

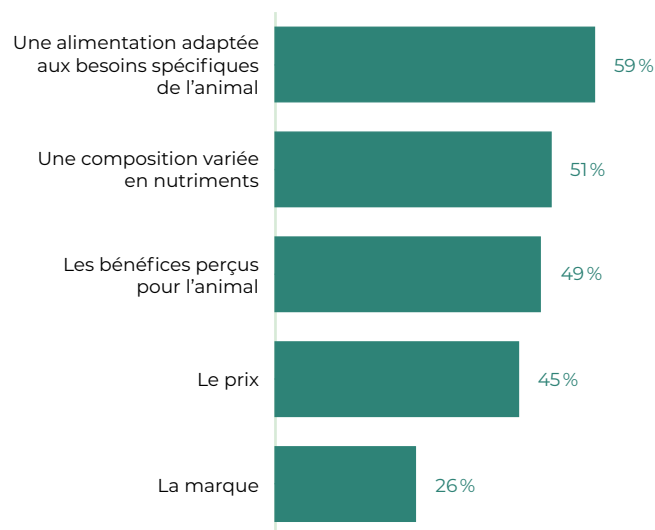
Pour l'achat d'un animal de compagnie, les Français privilégient majoritairement les canaux professionnels : les **animaleries spécialisées pour les NAC** (nouveaux animaux de compagnie), les éleveurs certifiés ou les refuges pour les chiens et les chats.

S'orienter vers un éleveur ou adopter via un refuge sont des pratiques qui se sont renforcées avec la réglementation interdisant depuis janvier 2024 la vente de chiens et de chats en animalerie.

En optant pour des circuits professionnels, les futurs propriétaires ont des **garanties sur la santé et la socialisation de l'animal**.

HABITUDES ET BESOINS

Les critères de choix pour l'alimentation de leur animal



Source : Ipsos – Enquête sur la possession d'animaux de compagnie – ROYAL CANIN – Juin 2023

L'animal de compagnie occupe une place de choix dans les foyers. En effet, 68 % des propriétaires considèrent leur animal de compagnie comme un véritable membre de la famille. Ils accordent alors une attention particulière au bien-être de leur compagnon. Pour y contribuer, une **alimentation de qualité est une priorité**.

Selon l'étude IPSOS, 59% des consommateurs recherchent des produits spécifiquement adaptés aux besoins de leur animal, alors que le prix arrive en 4^e position dans les critères de choix. Les propriétaires, en quête de qualité et de produits naturels ou bio, sont prêts à investir davantage pour garantir le bien-être de leur animal, avec un **prix souvent relégué au second plan** face à ces priorités.

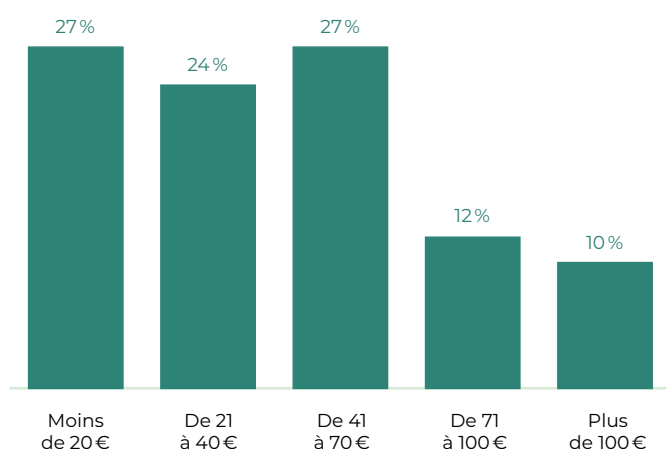


BUDGET

Près de **8 Français sur 10** dépensent moins de **70 euros chaque mois** pour nourrir leur animal de compagnie.

59 euros correspondent au **budget moyen mensuel** pour l'alimentation des animaux de compagnie, selon une étude menée par l'IFOP.

Budget consacré à l'alimentation des animaux de compagnie



Source : Rapport d'étude de l'IFOP pour Woopet_ Les Français et leurs animaux de compagnie face à la hausse des prix_ Novembre 2022

En tenant compte des autres dépenses liées à l'entretien et au bien-être des animaux : les consultations vétérinaires, les jouets, les accessoires, le toilettage et les assurances, le **montant annuel moyen des dépenses atteint environ 943 euros.**

L'analyse des canaux de distribution



Pour développer une activité d'animalerie indépendante, plusieurs canaux doivent être exploités. Avec la **création d'un site internet professionnel**, vous offrez la possibilité de consulter les produits disponibles, de commander en ligne ou de **réserver en magasin**. Pour renforcer cette présence en ligne, il peut être intéressant d'exploiter les réseaux sociaux (Instagram, TikTok, etc.) pour partager du **contenu éducatif autour du bien-être animal**.

Le **bouche-à-oreille** reste un levier puissant pour les animaleries. Il est important de se faire connaître de manière locale auprès de professionnels comme les vétérinaires, les toiletteurs, les éducateurs, les refuges SPA et les organisations de bien-être animal. Des **partenariats avec des professionnels spécialisés** peuvent aussi être stratégiques, notamment pour proposer des services complémentaires comme des consultations ou des produits spécifiques.

Plusieurs stratégies peuvent être mises en place pour se démarquer :

- proposer une **offre de bienvenue**, un programme de fidélité;
- organiser des événements dans l'animalerie comme des journées de sensibilisation;
- des ateliers autour de l'alimentation, l'éducation ou du bien-être animal;
- participer à des salons ou événements animaliers locaux;
- proposer des services comme la livraison express ou les conseils en ligne sur des produits spécifiques.

Les tendances du marché des animaux de compagnie

LES GRANDES TENDANCES

Le marché des animaux de compagnie s'inscrit pleinement dans la tendance à l'**humanisation des animaux**. 68% des propriétaires considèrent leurs compagnons comme de véritables membres de la famille. Cela explique la recherche croissante d'une **offre de produits et de services de haute qualité** : aliments bio, soins premium, assurances santé sur mesure, spas pour animaux. Les professionnels du marché font face à la montée en gamme de l'offre.

L'essor de la technologie transforme également les habitudes des propriétaires d'animaux. Trackers d'activité, applications de suivi nutritionnel et autres **gadgets connectés autour de l'e-santé** prennent de l'ampleur. De nombreux propriétaires deviennent adeptes de jouets intelligents et d'accessoires connectés permettant de **suivre la santé de leurs animaux**, de gérer leur alimentation, de recevoir des rappels de vaccination ou de s'informer sur leur comportement.

L'**engagement pour le bien-être animal** se renforce, comme en témoigne le déploiement du Label Bien-Être des animaux de la Fédération des Jardineries et Animaleries de France, adopté par 201 animaleries en 2022. Être labellisé peut être un élément de différenciation pour une animalerie.

La **tendance des produits écoresponsables**, comme des jouets recyclables, des aliments bio ou à base d'ingrédients naturels, accompagnent la montée en gamme des produits. La durabilité devient un critère important dans les choix de consommation des Français pour leurs animaux de compagnie.

PERSPECTIVES DU SECTEUR

Le marché des animaux de compagnie évolue sous l'effet de **nouvelles habitudes de consommation**. Si une majorité de Français continue de privilégier les grandes chaînes d'alimentation pour l'achat de produits animaliers, cette tendance montre des signes de changement. Les sites spécialisés en ligne se développent rapidement. Parallèlement, les animaleries qui sont en mesure de répondre à une demande croissante pour une **expérience d'achat plus personnalisée** et centrée sur le bien-être animal voient des opportunités de croissance.

Différents leviers peuvent être exploités :

- **Expertise ciblée** : proposer une **spécialisation dans des races d'animaux peu communes**.
- **Nouveaux segments** : répondre à l'**intérêt grandissant pour les nouveaux animaux de compagnie (NAC)** comme les reptiles, les furets ou les oiseaux, avec des produits adaptés.
- **Services de nutrition exclusifs** : proposer une offre de service avec un nutritionniste animalier avec bilan nutritionnel et composition de recettes personnalisées.

Conclusion



Le marché des animaux de compagnie, qui génère plus de 5 milliards d'euros, connaît une croissance continue année après année. Il reflète un **attachement profond entre les Français et leurs animaux de compagnie**. Plus de **80 % de la valeur du secteur des animaleries provient des propriétaires de chiens et de chats**, dont les dépenses ne cessent de progresser.

Avec 7 millions de propriétaires de chiens en France, et 92% d'entre eux qui perçoivent leur animal comme un véritable membre de la famille, les perspectives du marché restent favorables.

Cette dynamique devrait entraîner une augmentation soutenue dans la consommation de produits pour animaux, notamment ceux à forte valeur ajoutée (alimentation de qualité, articles spécialisés, soins adaptés, etc.).

N'attendez plus

POUR VOUS LANCER !

Chez Propulse du Crédit Agricole, on a tous la fibre entrepreneuriale et on sait qu'entreprendre n'est pas un long fleuve tranquille! Avec cette étude de marché complète, nous souhaitons vous donner toutes les cartes en main pour lancer votre entreprise.

Vous avez besoin de plus d'accompagnement? Découvrez nos autres solutions :

Un compte pro 100% en ligne

Tout ce dont vous avez besoin dans la même application, à partir de 8€ HT par mois et un service client en ligne 7j/7.

Un outil de business plan

Un outil en ligne gratuit pour créer son business plan avec la possibilité de faire appel à un coach pour se faire aider.

Des Guides gratuits

Plus de 100 Guides et des Études de marché sectorielles pour vous donner toutes les chances de réussir dans votre aventure entrepreneuriale.

Des milliers d'articles

Plus de 1500 articles pour répondre à toutes les questions que vous vous posez sur l'entrepreneuriat (et à celles que vous ne vous posez pas encore).

Des événements dans toute la France

Ateliers, webinaires, en physique ou en ligne, rencontrons nous pour partager nos expériences.

Entreprendre avec Propulse

Un écosystème complet de services pour vous accompagner à chaque étape de votre projet.