

ÉTUDE
PAR F. G.



LES PROMOS UN MOTEUR D'ACHAT AUSSI POUR LES PRODUITS ANIMALIERS

À l'occasion de la Journée mondiale des animaux, le 4 octobre, **Bonial**, service gratuit qui propose d'optimiser ses courses et d'économiser de l'argent en surfant sur les promotions dans les magasins, et OpinionWay ont révélé les résultats d'une étude sur les habitudes de consommation des Français concernant les achats de produits animaliers. Comme pour les autres produits, les promotions sont un levier d'achat.

Bonial, société créée en 2008 qui propose aux consommateurs, à travers un site Internet et une application, de trouver les meilleures offres de produits autour d'eux, a commandité à l'organisme de sondage OpinionWay une enquête sur les habitudes d'achats des Français pour leurs animaux de compagnie. Les résultats ont été révélés à l'occasion de la Journée mondiale des animaux, le 4 octobre dernier. L'enquête a été conduite sous forme d'interviews en ligne, réalisées les 18 et 19 septembre 2024, auprès d'un échantillon représentatif de la population française âgée de plus de 18 ans, composé de 1 061 personnes.

Un budget mensuel de 107 euros
Parmi cette population, 60%, soit 631 personnes, qu'on peut donc considérer comme propriétaires d'animaux, a indiqué acheter des produits pour animaux, qu'il s'agisse d'alimentation, de matériel, de produits de soin, etc. Pour 39% des sondés, ces achats sont réguliers et pour 21%, ils sont occasionnels. Ces acheteurs y consacrent en moyenne un budget de 107 euros par mois.

Les moins de 35 ans sont plus généreux à leur égard et dépensent quasiment le double de leurs aînés (150 €, contre 79 € mensuels pour les plus de 50 ans). C'est aussi cette jeune tranche de population qui est la plus nombreuse à acheter des articles animaliers (71%). En ce qui concerne les lieux d'achat, le commerce physique reste le canal privilégié, choisi par 91% des consommateurs. Ces derniers sont 66% à opter en premier pour les grandes surfaces alimentaires. Les magasins spécialisés arrivent en deuxième position, plébiscités par 37% des répondants, tandis que les établissements vétérinaires n'en attirent que 12%. Internet est choisi par 27% des propriétaires interrogés. Le trio de tête des enseignes préférées des Français pour les achats animaliers est constitué de Nos Animaux E. Leclerc, l'espace animalerie de l'enseigne (16% des propriétaires s'y rendent), devant Maxi Zoo (13%) et Carrefour (11%).

Changer pour un produit moins cher
Question logique pour **Bonial** qui est un dénicheur de promotions, ces dernières représentent un critère décisif dans la décision d'achat des produits animaliers. Ainsi, 71% des Français sont prêts à acheter un produit similaire d'une autre marque s'il est en promotion. De plus, 64% des consommateurs déclarent qu'une promotion peut les inciter à acheter un produit non prévu. « Ces résultats significatifs montrent que les offres promotionnelles influencent les décisions d'achat, modifiant souvent les habitudes de consommation en matière de produits animaliers », insiste **Bonial**. Ces chiffres rejoignent d'ailleurs ceux de l'enquête annuelle Promojardin-Promanimal 2023, qui soulignaient le penchant des propriétaires pour les promotions. Ainsi, ils étaient 75% à privilégier davantage les prix remisés, contre moins des deux tiers 6 mois auparavant. ■

Influence des promotions sur les habitudes d'achat.

