

“opinionway pour **ultra premium**
direct

Les possesseurs d'animaux de compagnie et l'inflation

Janvier 2024



ESOMAR²⁴
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1 009 personnes représentatif** de la **population française** âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 10 au 11 janvier 2024**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour Ultra Premium Direct »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil de l'échantillon



“ Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : **INSEE**



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18 à 24 ans	10%
	25 à 34 ans	15%
	35 à 49 ans	24%
	50 à 64 ans	24%
	65 ans et plus	27%



	Région	%
	Ile-de-France	19%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	29%
	Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
	Professions libérales / Cadres	10%
	Professions intermédiaires	15%
	Catégories populaires	29%
	Employés	17%
	Ouvriers	12%
	Inactifs	42%
	Retraités	28%
	Autres inactifs	14%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	21%
	De 2000 à 19 999 habitants	18%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%



Les résultats





La possession d'animaux de compagnie



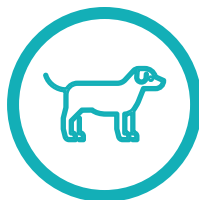
Q. Dans votre foyer, possédez-vous... ?

50% possèdent au moins un animal de compagnie

Au moins un chat



Au moins un chien



● Oui ● Non ● NSP



La possession d'animaux de compagnie



Q. Dans votre foyer, possédez-vous... ?

	% Oui	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Possède au moins un animal de compagnie	50%	45%	54%	60%	76%	47%	56%	30%	52%	63%	39%
Au moins un chat	38%	35%	40%	41%	56%	37%	43%	20%	40%	49%	28%
Au moins un chien	26%	23%	29%	32%	47%	24%	30%	11%	28%	34%	20%



La possession d'animaux de compagnie



Q. Dans votre foyer, possédez-vous... ?

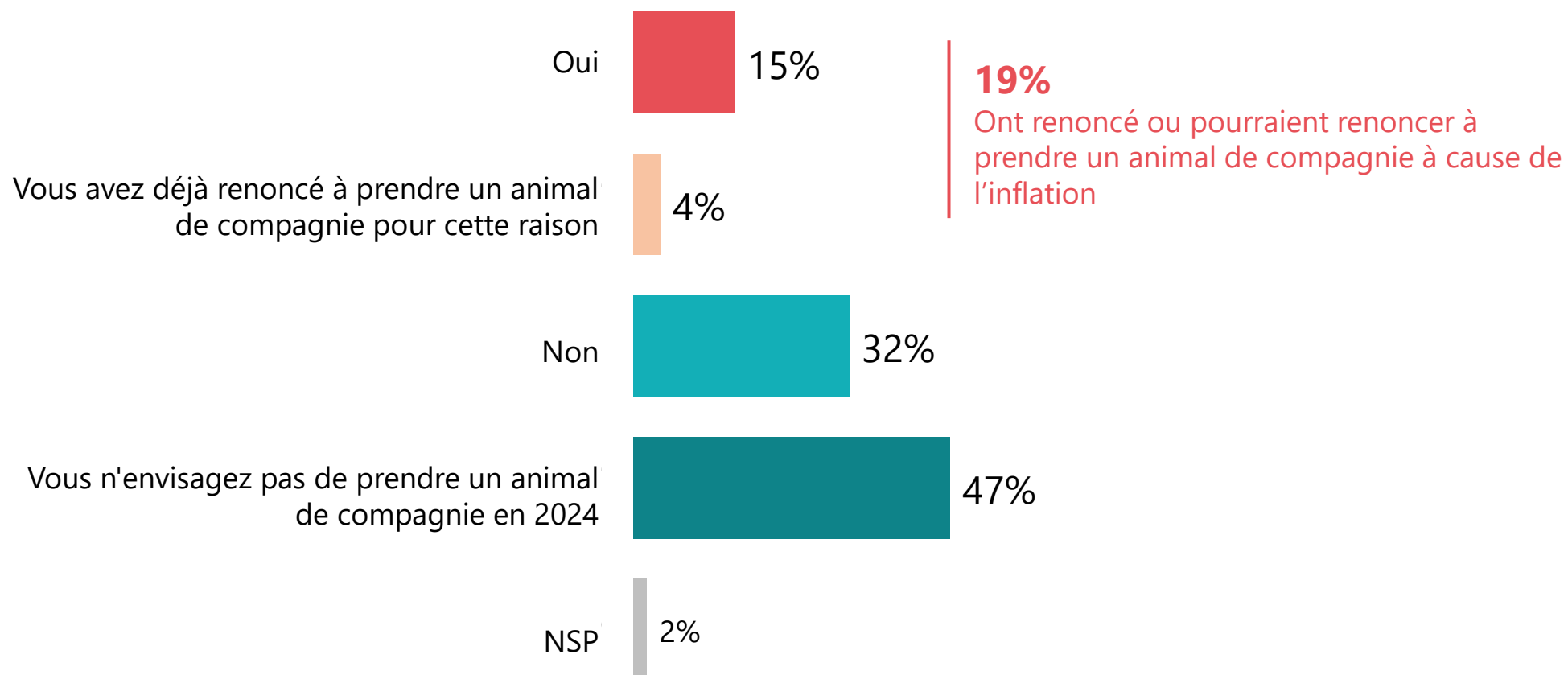
	% Oui	Catégorie d'agglomération				
		Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Possède au moins un animal de compagnie	50%	63%	59%	48%	43%	39%
Au moins un chat	38%	49%	39%	37%	33%	30%
Au moins un chien	26%	35%	36%	24%	21%	16%



L'impact de l'inflation de la nourriture pour animaux sur le souhait de prendre un animal de compagnie au sein de son foyer



Q. Le prix de la nourriture pour animaux a augmenté de 20 % en un an. Cette hausse des prix pourrait-elle vous faire renoncer à prendre un animal de compagnie en 2024 dans votre foyer ?





L'impact de l'inflation de la nourriture pour animaux sur le souhait de prendre un animal de compagnie au sein de son foyer



Q. Le prix de la nourriture pour animaux a augmenté de 20 % en un an. Cette hausse des prix pourrait-elle vous faire renoncer à prendre un animal de compagnie en 2024 dans votre foyer ?

	% Total	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Ont renoncé ou pourraient renoncer	19%	18%	21%	30%	35%	21%	14%	12%	24%	24%	13%
<i>Oui</i>	15%	13%	17%	23%	28%	16%	10%	9%	20%	17%	10%
<i>Vous avez déjà renoncé à prendre un animal de compagnie pour cette raison</i>	4%	5%	4%	7%	7%	5%	4%	3%	4%	7%	3%
Non	32%	29%	34%	29%	36%	27%	40%	26%	31%	34%	30%
Vous n'envisagez pas de prendre un animal de compagnie en 2024	47%	50%	44%	35%	29%	51%	45%	60%	43%	41%	54%



L'impact de l'inflation de la nourriture pour animaux sur le souhait de prendre un animal de compagnie au sein de son foyer



Q. Le prix de la nourriture pour animaux a augmenté de 20 % en un an. Cette hausse des prix pourrait-elle vous faire renoncer à prendre un animal de compagnie en 2024 dans votre foyer ?

	% Total	Catégorie d'agglomération					Possède un animal de compagnie	
		Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Oui	Non
Sous-total Ont renoncé ou pourraient renoncer	19%	23%	20%	17%	18%	19%	23%	16%
<i>Oui</i>	15%	18%	16%	10%	14%	17%	19%	12%
<i>Vous avez déjà renoncé à prendre un animal de compagnie pour cette raison</i>	4%	5%	4%	7%	4%	2%	4%	4%
Non	32%	33%	28%	35%	31%	31%	52%	11%
Vous n'envisagez pas de prendre un animal de compagnie en 2024	47%	42%	50%	45%	50%	48%	24%	70%



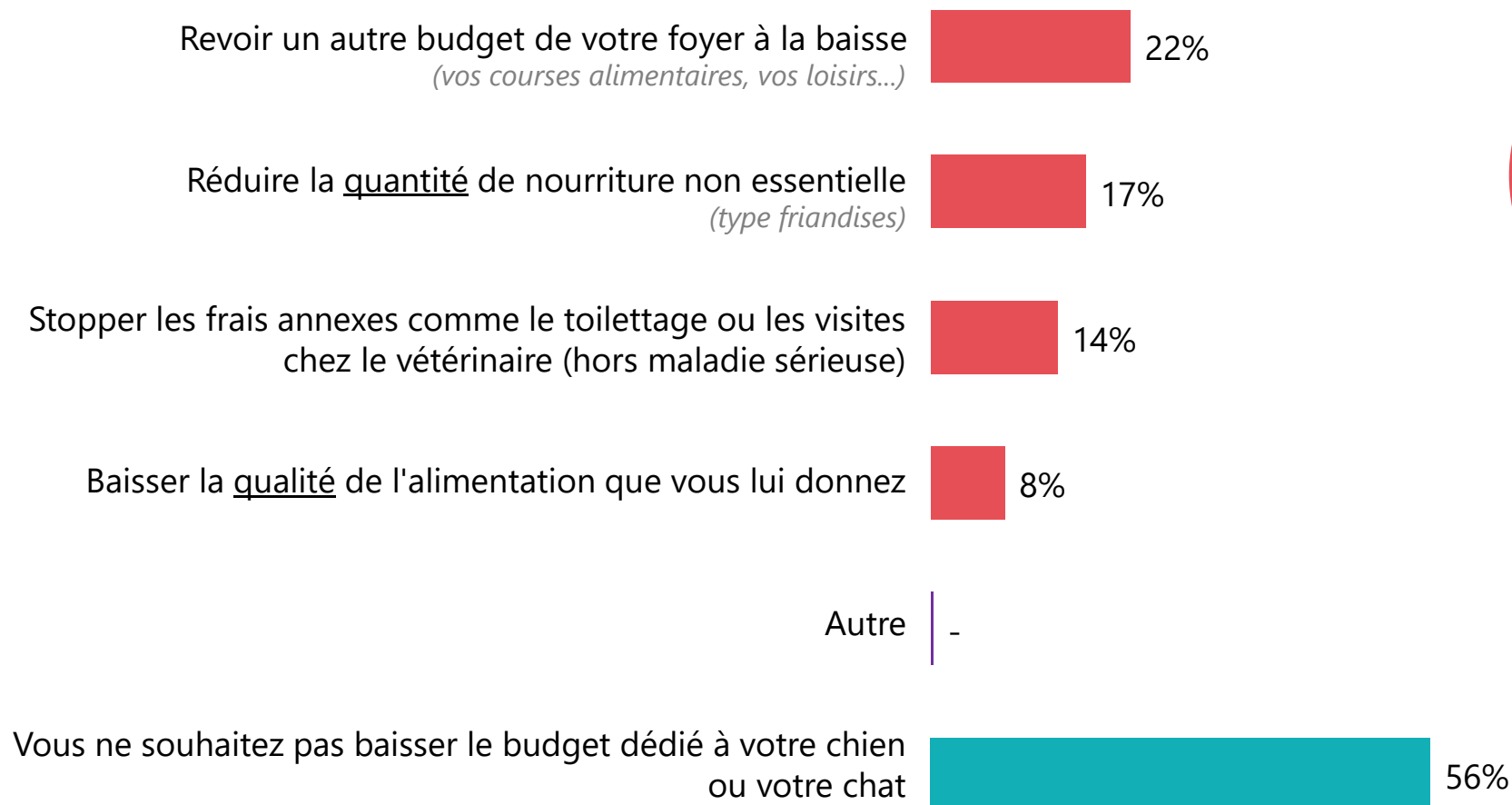
Les solutions envisagées pour diminuer le budget dédié à son animal de compagnie



Q. Quelles solutions envisagez-vous de mettre en place pour faire baisser le budget dédié à votre chien ou votre chat ?

Question posée uniquement aux personnes qui possèdent au moins un animal de compagnie, soit 50% de l'échantillon

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%



44%
envisagent
au moins
une
solution



Les solutions envisagées pour diminuer le budget dédié à son animal de compagnie



Q. Quelles solutions envisagez-vous de mettre en place pour faire baisser le budget dédié à votre chien ou votre chat ?

Question posée uniquement aux personnes qui possèdent au moins un animal de compagnie, soit 50% de l'échantillon

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Age				Statut		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Envisagent au moins une solution	44%	44%	44%	55%	51%	35%	29%	48%	48%	35%
Revoir un autre budget de votre foyer à la baisse <i>(vos courses alimentaires, vos loisirs...)</i>	22%	20%	24%	29%	29%	18%	11%	24%	27%	14%
Réduire la <u>quantité</u> de nourriture non essentielle <i>(type friandises)</i>	17%	22%	14%	27%	12%	13%	15%	23%	17%	13%
Stopper les frais annexes comme le toilettage ou les visites chez le vétérinaire (hors maladie sérieuse)	14%	19%	11%	22%	16%	9%	8%	16%	17%	10%
Baisser la <u>qualité</u> de l'alimentation que vous lui donnez	8%	12%	5%	14%	11%	5%	1%	13%	9%	3%
Vous ne souhaitez pas baisser le budget dédié à votre chien ou votre chat	56%	56%	56%	45%	49%	65%	71%	52%	52%	65%



Les solutions envisagées pour diminuer le budget dédié à son animal de compagnie



Q. Quelles solutions envisagez-vous de mettre en place pour faire baisser le budget dédié à votre chien ou votre chat ?

Question posée uniquement aux personnes qui possèdent au moins un animal de compagnie, soit 50% de l'échantillon

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	Catégorie d'agglomération				
		Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Envisagent au moins une solution	44%	39%	42%	47%	50%	41%
Revoir un autre budget de votre foyer à la baisse <i>(vos courses alimentaires, vos loisirs...)</i>	22%	17%	22%	27%	26%	23%
Réduire la <u>quantité</u> de nourriture non essentielle <i>(type friandises)</i>	17%	19%	13%	20%	21%	12%
Stopper les frais annexes comme le toilettage ou les visites chez le vétérinaire (hors maladie sérieuse)	14%	9%	12%	20%	18%	17%
Baisser la <u>qualité</u> de l'alimentation que vous lui donnez	8%	7%	7%	12%	8%	11%
Vous ne souhaitez pas baisser le budget dédié à votre chien ou votre chat	56%	61%	58%	53%	50%	59%

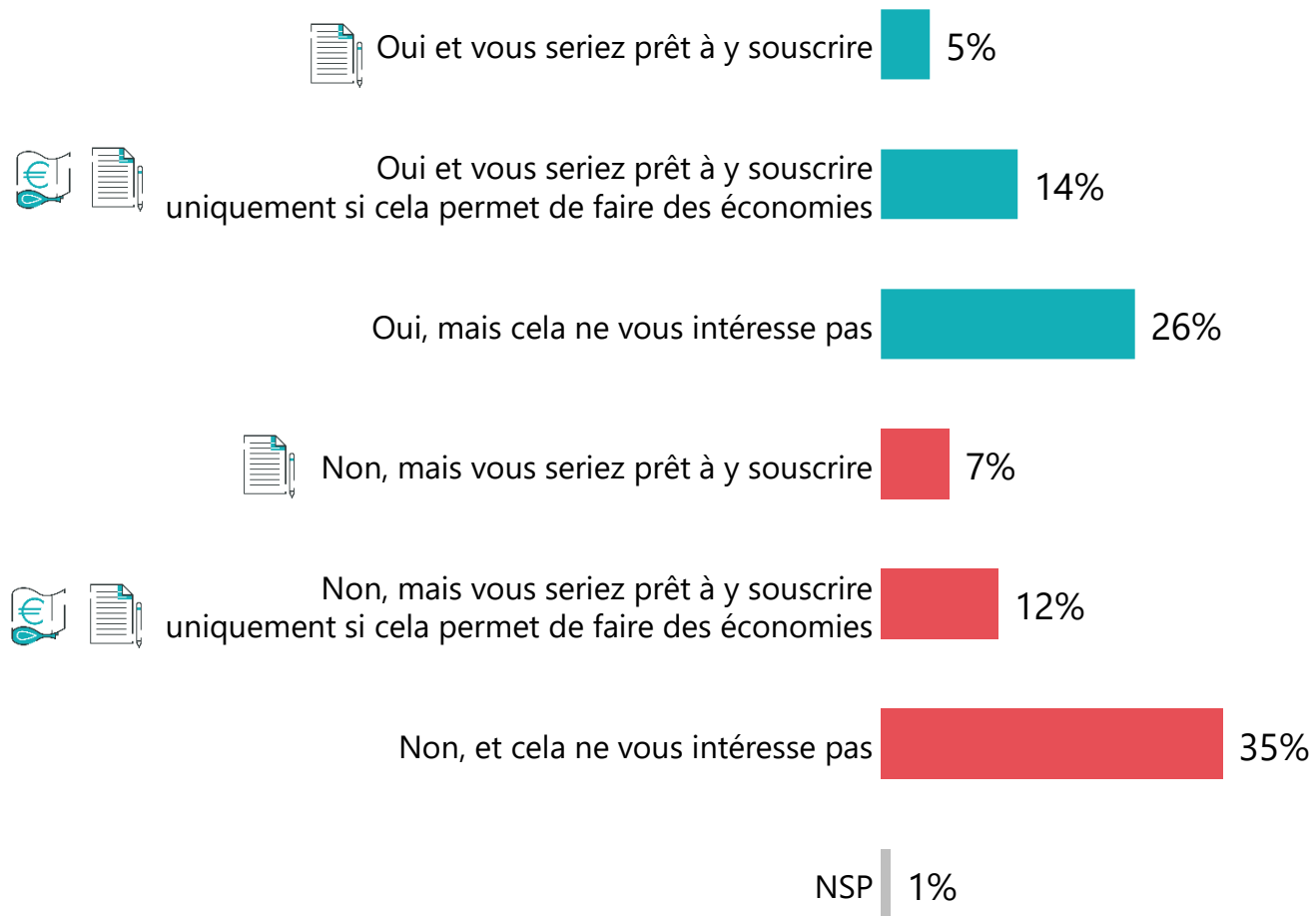


La connaissance du service d'abonnement permettant de recevoir régulièrement la nourriture nécessaire pour son animal de compagnie



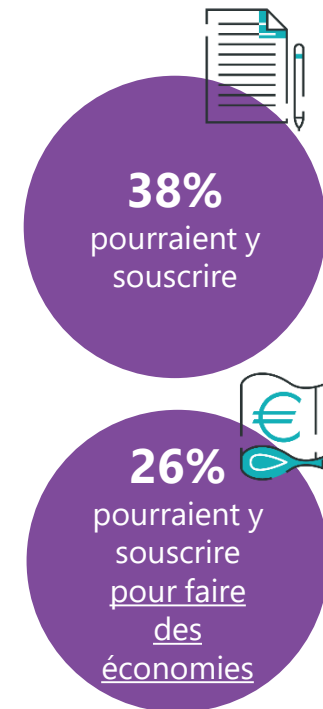
Q. Il existe un abonnement vous permettant de recevoir régulièrement la nourriture nécessaire pour votre chien ou votre chat. Le saviez-vous ?

Question posée uniquement aux personnes qui possèdent au moins un animal de compagnie, soit 50% de l'échantillon



45% connaissent l'abonnement permettant de recevoir de la nourriture pour son animal

54% ne connaissent pas l'abonnement permettant de recevoir de la nourriture pour son animal





La connaissance du service d'abonnement permettant de recevoir régulièrement la nourriture nécessaire pour son animal de compagnie



Q. Il existe un abonnement vous permettant de recevoir régulièrement la nourriture nécessaire pour votre chien ou votre chat.
Le saviez-vous ?

Question posée uniquement aux personnes qui possèdent au moins un animal de compagnie, soit 50% de l'échantillon

	% Total	Sexe		Age				Statut		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Sous-total Connait l'abonnement	45%	50%	40%	47%	49%	36%	46%	55%	41%	38%
Oui et vous seriez prêt à y souscrire	5%	5%	4%	7%	4%	2%	5%	8%	4%	3%
Oui et vous seriez prêt à y souscrire uniquement si cela permet de faire des économies	14%	17%	11%	18%	19%	8%	6%	16%	15%	10%
Oui, mais cela ne vous intéresse pas	26%	28%	25%	22%	26%	26%	35%	31%	22%	25%
Sous-total Ne connaît pas l'abonnement	54%	49%	59%	51%	51%	63%	53%	44%	59%	59%
Non, mais vous seriez prêt à y souscrire	7%	9%	7%	10%	6%	6%	7%	6%	10%	6%
Non, mais vous seriez prêt à y souscrire uniquement si cela permet de faire des économies	12%	8%	15%	13%	8%	18%	5%	9%	13%	14%
Non, et cela ne vous intéresse pas	35%	32%	37%	28%	37%	39%	41%	29%	36%	39%
Sous-total Serait prêt à y souscrire	38%	39%	37%	48%	37%	34%	23%	39%	42%	33%
Sous-total Serait prêt à y souscrire pour faire des économies	26%	25%	26%	31%	27%	26%	11%	25%	28%	24%









La connaissance du service d'abonnement permettant de recevoir régulièrement la nourriture nécessaire pour son animal de compagnie



505 personnes

Q. Il existe un abonnement vous permettant de recevoir régulièrement la nourriture nécessaire pour votre chien ou votre chat.
Le saviez-vous ?

Question posée uniquement aux personnes qui possèdent au moins un animal de compagnie, soit 50% de l'échantillon

	% Total	Catégorie d'agglomération				
		Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Sous-total Connait l'abonnement	45%	36%	43%	53%	47%	48%
 Oui et vous seriez prêt à y souscrire	5%	2%	4%	7%	3%	10%
 Oui et vous seriez prêt à y souscrire uniquement si cela permet de faire des économies	14%	15%	6%	16%	16%	17%
Oui, mais cela ne vous intéresse pas	26%	19%	33%	30%	28%	21%
Sous-total Ne connaît pas l'abonnement	54%	63%	57%	43%	52%	50%
 Non, mais vous seriez prêt à y souscrire	7%	11%	5%	6%	8%	6%
 Non, mais vous seriez prêt à y souscrire uniquement si cela permet de faire des économies	12%	14%	13%	10%	9%	15%
Non, et cela ne vous intéresse pas	35%	38%	39%	27%	35%	29%
 Sous-total Serait prêt à y souscrire	38%	42%	28%	39%	36%	48%
 Sous-total Serait prêt à y souscrire pour faire des économies	26%	29%	19%	26%	25%	32%



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“opinionway

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Votre contact

Frédéric Micheau

Directeur général adjoint
Directeur du Pôle opinion

Tel. +33 1 81 81 83 00
fmicheau@opinion-way.com