

ETUDE

LIDL, LECLERC ET CARREFOUR, CHAMPIONS DU POUVOIR D'ACHAT

05/04/2022 - par [D.L.G.](#)

AFP

Les consommateurs hissent LIDL au premier rang lorsqu'il s'agit de savoir quels sont les distributeurs alimentaires qui les aident à consolider leur pouvoir d'achat.

Bonial ([Axel Springer](#)), acteur du drive-to-store en Europe, dans un contexte inflationniste où le pouvoir d'achat se retrouve au cœur de l'actualité, a souhaité se pencher sur la relation des Français à la consommation en les questionnant notamment sur leur pouvoir d'achat mais aussi sur le plaisir d'achat, via une étude menée par OpinionWay. La situation est préoccupante : 83% des Français ont un sentiment négatif sur leur pouvoir d'achat, alors que 36% d'entre eux peinent à financer leurs dépenses jusqu'à la fin du mois. Plus encore, 37% estiment que leur salaire ne leur permet pas de vivre décemment. Les Français distinguent néanmoins des enseignes qui aident à améliorer leur pouvoir d'achat. Lidl se détachait déjà sur l'image prix lors de la précédente étude, en août 2021. En toute logique, les consommateurs hissent de nouveau cette enseigne au premier rang lorsqu'il s'agit de savoir quels sont les distributeurs alimentaires qui les aident à consolider leur pouvoir d'achat. Juste derrière, E.Leclerc monte sur la seconde marche du podium suivi par Carrefour. Pour ce qui est des enseignes non-alimentaires, Amazon prend la première place et distance assez largement ses concurrents. Cependant, le hard discountier néerlandais Action accapare la seconde place et le chantre de la démocratisation de l'équipement sportif Decathlon s'impose sur la troisième marche du podium.

