

Kiabi jugée comme l'une des meilleures marques pour le pouvoir d'achat d'après les Français

Margot Nicodème

Nouvelle mise en avant de la bonne réputation des entreprises du Nord : l'une d'elles est sur le podium des marques qui améliorent le pouvoir d'achat, selon les Français. Détails.



Belle mise en lumière, encore, pour l'industrie nordiste : une marque du territoire est considérée par les Français comme l'une des meilleures pour améliorer le pouvoir d'achat. Pixnio

De quoi asseoir un peu plus encore la bonne réputation des entreprises du Nord, qui, au-delà d'avoir conquis les pays étrangers, véhiculent une image fiable aux yeux des Français. Quand l'une d'elles apparaissait dans le top 30 des marques préférées des Français fin mars 2024, une autre est considérée comme l'une des six meilleures pour améliorer le pouvoir d'achat, selon une récente étude. Et toutes deux gravitent dans la galaxie Mulliez. Marques les plus économiques : Kiabi côtoie Amazon Opinion Way a réalisé pour Bonial, entreprise spécialisée dans le

commerce et la distribution, un « baromètre » sur « **la relation des Français avec la consommation** » .

Tout un pan est bien entendu consacré au pouvoir d'achat, et plus précisément des classements des marques jugées les plus économiques ont été établis.

L'enseigne Kiabi, créée en 1978 à Roncq, y figure, aux côtés de peintures internationales comme Amazon. Le mois dernier, c'est Decathlon qui était mis à l'honneur, dans la liste des marques favorites des Français.

Dans cette nouvelle étude, Kiabi est à la 3^e place des marques non alimentaires considérées comme celles aidant le plus à améliorer le pouvoir d'achat. Il a été demandé aux sondés* de noter tout un panel de marques de 1 (la marque n'aide pas du tout au pouvoir d'achat) à 10 (elle aide beaucoup au pouvoir d'achat), et la marque de prêt-à-porter à petits prix a récolté la note globale de 6,3.

Elle se classe ainsi derrière Amazon (7/10) et le numéro 1, Action (7,1/10). Le podium des enseignes alimentaires les plus économiques se compose, lui, de Lidl à la première position (6,9/10), suivi de Leclerc (6,7/10) et Intermarché (6,2/10).

*L'étude a été réalisée d'après les réponses d'un échantillon de 1035 personnes de 18 ans et plus, représentatives de la population française, début mars 2024. ■