



QUELLES SONT LES ENSEIGNES LES PLUS ATTRACTIVES EN ÎLE-DE-FRANCE ?



CONSULTEZ NOTRE
ÉTUDE COMPLÈTE

La première étude dédiée à l'Attractivité Commerciale des Enseignes de la distribution, réalisée par Ipsos pour [Bonial](#), révèle des différences marquées selon les régions françaises. Qu'en est-il en Île-de-France ? Quelles enseignes y sont perçues comme les plus attractives ? Basé sur l'opinion de 10 000 Français, ce baromètre analyse l'attractivité de 342 enseignes réparties sur 16 secteurs d'activités (alimentation, mode, ameublement...). Il s'appuie sur 11 critères complémentaires, allant du rapport qualité-prix à l'offre, en passant par la facilité d'accès au magasin. Si certaines enseignes dominant à l'échelle nationale, leur attractivité varie significativement en fonction des territoires et des habitudes de consommation locales.

Top 3 Île-de-France : les enseignes le plus attractives, tous secteurs confondus

Si à l'échelle nationale, les Français placent Decathlon en tête, suivi d'IKEA et d'Action, l'Île-de-France est la seule région à positionner **IKEA en première place** avec un indice d'attractivité de 33.

Rang	Nom de l'enseigne	Indice
01	IKEA	33,0
02	Decathlon	32,5
03	Action	30,2

IKEA a su développer un réseau de magasins bien répartis en Île-de-France, avec des implantations stratégiques à proximité des grands axes routiers et des pôles commerciaux (Franconville, Villiers-sur-Marne, Thiais, etc.). Le coût de la vie étant plus élevé en Île-de-France, les consommateurs privilégient des solutions d'ameublement à la fois abordables et design. Avec son positionnement sur des prix accessibles, l'enseigne constitue un choix attractif.

« L'Île-de-France est une région très urbanisée, où de nombreux habitants vivent en appartements avec des espaces restreints. Ikea répond parfaitement à ces contraintes avec des meubles fonctionnels, modulables et optimisés pour les petits espaces. Son excellent rapport qualité-prix est particulièrement apprécié par les Français selon l'étude que nous avons commanditée auprès d'Ipsos. La région accueille également une forte population de jeunes étudiants, souvent en quête de solutions abordables pour équiper leurs premiers logements. » Laurent Landel, Président Bonial

Les enseignes les plus attractives - par secteur d'activité : Région Île-de-France

La région Île-de-France affiche des spécificités marquées qui la différencient nettement du [classement national](#). Alors que certaines enseignes dominent à l'échelle du pays, l'Île-de-France impose ses propres références en matière d'attractivité commerciale. **Lidl** s'impose en alimentation générale et **Picard** en alimentation Spécialisée. **Fnac** règne sur le secteur culturel, loisirs et électroménager. **Carter Cash** domine les centres automobiles, **Histoire d'Or** les bijouteries et **Animalis** l'animalerie. Quant au prêt-à-porter, la région est la seule de France à positionner **Primark** en tête.

-  Alimentation générale : **Lidl**
-  Alimentation spécialisée : **Picard**
-  Culture, loisirs et électroménager : **Fnac**
-  Ameublement, Décoration : **Ikea**
-  Produits du quotidien : **Action**
-  Bricolage, Jardinage : **Leroy Merlin**
-  Hygiène, Beauté : **Yves Rocher**
-  Prêt-à-porter : **Primark**
-  Animalerie : **Animalis**
-  Sport : **Decathlon**
-  Papeterie, Presse : **Bureau Vallée**
-  Optique, Audition : **Lunettes pour tous**
-  Centres automobiles : **Carter Cash**
-  Restauration rapide / à emporter : **Burger King**
-  Restauration à table : **Flunch**
-  Bijouterie : **Histoire d'Or**

Les enseignes les plus attractives, tous secteurs confondus - par critère d'attractivité | Région : Île-de-France

Critère	Nom de l'enseigne	Indice enseigne
Attractivité prix	Action	58,5
Facilité d'accès au magasin	Ikea	40,9
Rapport qualité prix	Decathlon	50,8
Variété de l'offre	Ikea	44,6
Pertinence de l'offre	Ikea	42,6
Fréquence des promotions	Yves Rocher	26,7
Expérience d'achat en magasin	Ikea	38,7
Utilité des promotions	Action	24,3
Qualité de l'offre	Au Vieux Campeur	39,9
Générosité des promotions	Action	25,8
Responsabilité sociétale	Biocoop	27,7

Méthodologie

Échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de 10 000 personnes.

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.

Les interviews ont été réalisées du 23 septembre au 8 octobre 2024.

Les départements constituant l'Île-de-France ont été établies selon la répartition UDA 9 et se composent de : Paris 75, Seine-et-Marne 77, Yvelines 78, Essonne 91, Hauts-de-Seine 92, Seine-Saint-Denis 93, Val-de-Marne 94 et Val d'Oise 95

Les enseignes dont la base de répondants est jugée trop faible (<100) ne figurent pas dans le classement.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : "**Baromètre réalisé par Ipsos pour Bonial - 1^{ère} édition 2024**" et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Contact presse



Emily Tamazirt
SENIOR PR MANAGER

emily.tamazirt@bonial.fr

+33 7 69 20 93 87



Bonial est une entreprise de média et de technologies au service des magasins et de leurs clients. Chaque jour, des millions de consommateurs utilisent l'application Bonial pour trouver les meilleures offres autour d'eux et les plus grandes enseignes bénéficient de ses technologies publicitaires pour accroître leur fréquentation. Créée en 2008, la société compte plus de 350 employés dans ses bureaux situés à Berlin et à Paris.

Pour plus d'informations, veuillez visiter [notre site internet](#).

117 quai de Valmy, 75010 Paris - France
Bonial is an Axel Springer SE Company