



QUELLES SONT LES ENSEIGNES LES PLUS ATTRACTIVES DU NORD DE LA 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 dans le Nord de la 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 Nord : 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, la région Nord est la seule en France à positionner **Action en première place** avec un indice d'attractivité de 37,5.

Rang	Nom de l'enseigne	Indice
01	Action	37,5
02	Decathlon	36,2
03	IKEA	34,2

Cela peut s'expliquer par une implantation d'Action dans Les Hauts-de-France qui remonte à 2012, avec l'ouverture de son premier magasin en France. Depuis, l'enseigne a densifié son maillage territorial dans la région, déployant un réseau de points de vente bien répartis et facilement accessibles. Grâce à son positionnement sur des prix bas et un excellent rapport qualité-prix, Action répond parfaitement aux attentes d'une population attachée aux économies du quotidien.

« Le Nord est historiquement une terre de commerce et de grande distribution, avec une forte présence d'enseignes avec un positionnement axé sur les prix bas. Les consommateurs des Hauts-de-France sont habitués aux enseignes proposant des offres économiques et sont plus enclins à privilégier des distributeurs comme Action, qui s'inscrit dans cette dynamique. »

Laurent Landel, Président Bonial

Les enseignes les plus attractives - par secteur d'activité : Région Nord

Les Hauts-de-France affiche des spécificités marquées qui la différencient nettement du [classement national](#). Alors que certaines enseignes dominent à l'échelle du pays, la région Nord impose ses propres références en matière d'attractivité commerciale. **Lidl** s'impose en alimentation générale et Les Boulangeries **Marie Blachère** en alimentation Spécialisée. **Furet du Nord** règne sur le secteur culturel, loisirs et électroménager. **Norauto** domine les centres automobiles, **Histoire d'Or** les bijouteries et **Krys** l'optique / audition.

-  Alimentation générale : **Lidl**
-  Alimentation spécialisée : **Boulangerie Marie Blachère**
-  Culture, loisirs et électroménager : **Furet du Nord**
-  Ameublement, Décoration : **Ikea**
-  Produits du quotidien : **Action**
-  Bricolage, Jardinage : **Leroy Merlin**
-  Hygiène, Beauté : **Yves Rocher**
-  Prêt-à-porter : **Kiabi**
-  Animalerie : **Nos animaux E.Leclerc**
-  Sport : **Decathlon**
-  Papeterie, Presse : **Bureau Vallée**
-  Optique, Audition : **Krys**
-  Centres automobiles : **Norauto**
-  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 : Nord

Critère	Nom de l'enseigne	Indice enseigne
Attractivité prix	Action	65,6
Facilité d'accès au magasin	Decathlon	48,7
Rapport qualité prix	Action	58,0
Variété de l'offre	Furet du Nord	46,1
Pertinence de l'offre	IKEA	41,9
Fréquence des promotions	Stokomani	33,7
Expérience d'achat en magasin	Furet du Nord	37,5
Utilité des promotions	Decathlon	31,7
Qualité de l'offre	Furet du Nord	45,5
Générosité des promotions	Action	29,7
Responsabilité sociétale	Furet du Nord	22,1

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 régions constituant le Nord ont été établies selon la répartition UDA 9 et se composent des régions Nord - Pas-de-Calais (Nord 59 et Pas-de-Calais 62)

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

