

Etude

ATTRACTIVITÉ COMMERCIALE DES ENSEIGNES : QUELLES DISPARITÉS SELON LES RÉGIONS ?



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. 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 dominent à l'échelle nationale, leur attractivité varie significativement en fonction des territoires et des habitudes de consommation locales.

Enseignes les plus attractives, tous secteurs confonfus : le même trio en tête avec quelques nuances locales

Le trio des enseignes les plus attractives, tous secteurs confondus, reste globalement stable à travers le pays, avec Décathlon, IKEA et Action. Toutefois, l'ordre du classement varie selon les régions. Par exemple, Action est jugée comme l'enseigne la plus attractive dans le Nord, alors que l'Île-de-France plébiscite IKEA.

Ces variations témoignent des préférences locales et des stratégies d'implantation des enseignes.

Une attractivité sectorielle influencée par le maillage territoriale

L'analyse par secteur d'activité révèle des différences notables selon les régions :

 Alimentation générale : **Lidl** domine en Île-de-France et dans l'Est, tandis qu'**E.Leclerc** s'impose dans toutes les autres régions de France. À noter qu'**Hyper U** est perçu comme plus attractif dans l'Ouest.

 Alimentation spécialisée : **Picard** est jugée comme l'enseigne la plus attractive en Île-de-France et le Bassin Parisien Ouest, alors que **Grand Frais** et les Boulangeries **Marie Blachère** se démarquent dans les autres régions.

 Culture, loisirs et électronique : **L'Espace Culturel E.Leclerc**, **Electro Dépôt**, **Fnac**, **Cultura** et **Furet du Nord** se partagent la première place selon les territoires.

 Prêt-à-porter : **Kiabi** renforce largement sa position, confirmant son attractivité homogène sur l'ensemble du territoire, sauf en Île-de-France où **Primark** prend la tête.

 Optique et audition : la concurrence est plus marquée avec **Lunettes pour tous**, **Krys**, **Afflelou** et **Général d'Optique** selon les régions.

 Animalerie : **Nos Animaux E.Leclerc** domine à l'échelle nationale, mais deux autres enseignes affirment aussi leur attractivité. En Île-de-France, **Animalis** prend la tête tandis que **Maxi Zoo** prend les devants dans le Bassin Parisien Est, le Centre-Est et la Méditerranée.

 Bijouterie : **Le Manège à Bijoux** se positionne au niveau national, mais fait face à la concurrence d'**Histoire d'Or**, qui prend l'avantage en Île-de-France, dans le Centre-Est et le Nord.

 Centre automobile : Une répartition assez équilibrée où **Carter-Cash** sort du lot en Île-de-France et dans le Bassin Parisien Ouest, tandis que **Norauto** se distingue en Méditerranée, dans le Centre-Est, le Bassin Parisien Est et le Nord. De leur côté, **Feu Vert** et **L'Auto E.Leclerc** se démarquent dans les autres régions.

 Restauration à table : **Flunch** figure régulièrement en tête, tandis que **Buffalo Grill** s'impose dans les régions Ouest, Bassin Parisien Est et Centre Est.

Enfin, certaines enseignes se distinguent par une attractivité homogène sur l'ensemble du territoire, confirmant ainsi leur statut de référence dans leur secteur. Qu'il s'agisse de produits du quotidien avec **Action**, de sport avec **Decathlon**, de papeterie et presse avec **Bureau Vallée**, d'ameublement et

décoration avec **IKEA**, de bricolage et jardinage avec **Leroy Merlin**, de restauration rapide avec **Burger King** ou encore d'hygiène et beauté avec **Yves Rocher**, ces enseignes s'imposent comme des choix privilégiés des consommateurs partout en France.

Découvrez les spécificités de chaque région (UDA 9) en consultant le communiqué de presse dédié : cliquez sur les liens ci-dessous

- [Nord](#)
- [Île-de-France](#)
- [Est](#)
- [Bassin Parisien Est](#)
- [Centre Est](#)
- [Ouest](#)
- [Bassin Parisien Ouest](#)
- [Sud-Ouest](#)
- [Méditerranée](#)

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 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