

benial

Etude GSA : la préparation d'achat et le classement des enseignes alimentaires

Septembre 2022

benial

Méthodologie

La Méthodologie



Echantillon de **5004 acheteurs de produits alimentaires au moins une fois par mois**, issu d'un échantillon de 5138 Français, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

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.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 1^{er} au 11 août 2022**.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**.



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : **0,6 à 1,4 points** au plus pour un échantillon de 5000 répondants.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« **Sondage OpinionWay pour Bonial** »
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Liste des enseignes étudiées

Pour chacune des enseignes ci-dessous, des rapports d'analyses spécifiques sont disponibles sur demande. Ils contiennent une comparaison des résultats nationaux avec les clients de l'enseigne.



benial

Résultats

- 1. Le comportement d'achats alimentaires face à la hausse des prix**
- 2. La préparation d'achats alimentaires**
- 3. La fréquentation des enseignes**
- 4. Le classement des enseignes sur chaque critère**
- 5. La côte d'amour**
- 6. Focus Bio : l'achat de produits alimentaires Bio**

benial

Les comportements d'achats alimentaires face à la hausse des prix

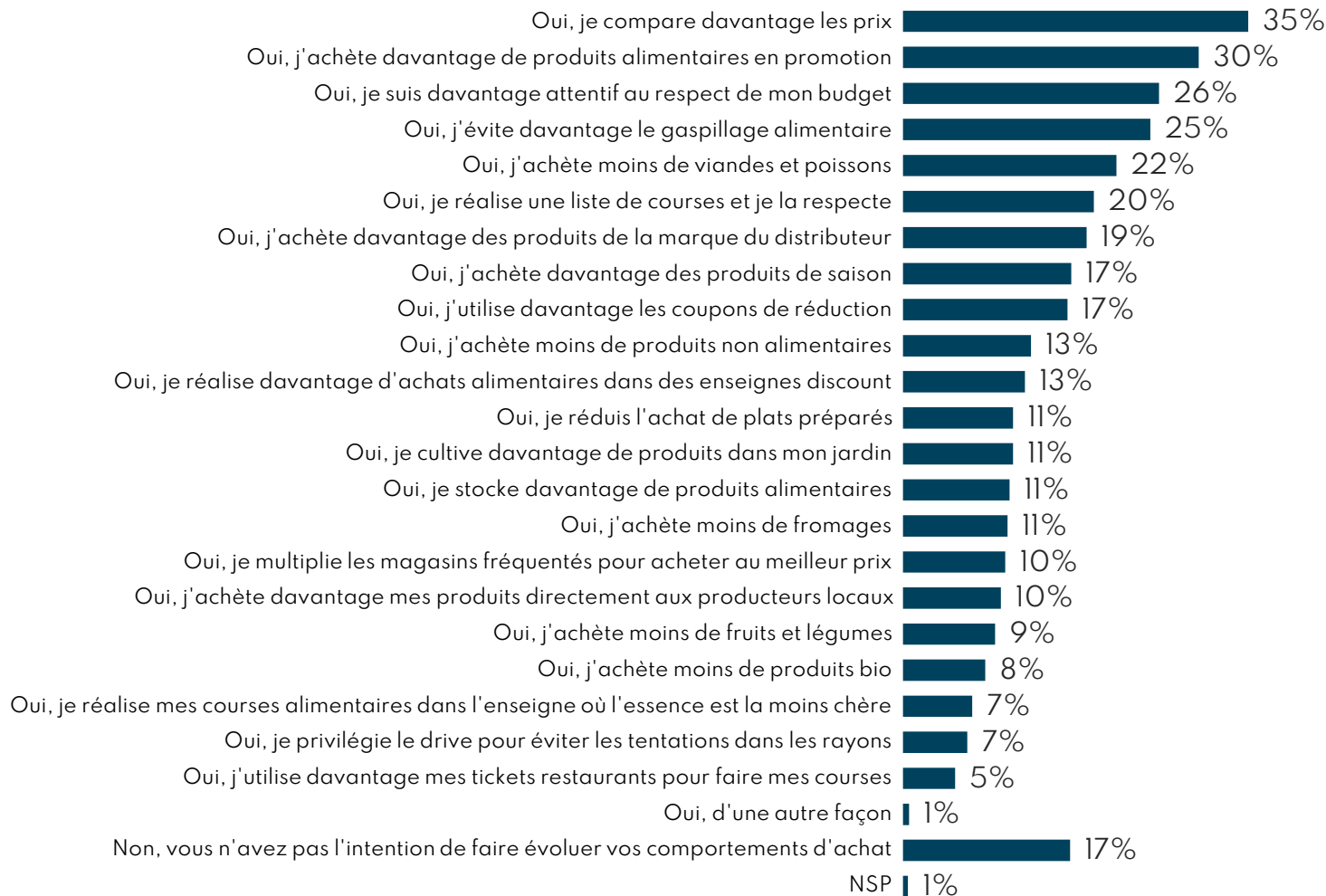
The background image shows a person's hands holding several Euro banknotes, including a 5 Euro note, in a grocery store. The store is filled with various fruits and vegetables, such as oranges and apples, which are slightly out of focus. The overall scene suggests a consumer's financial decision-making in the face of rising food prices.

L'évolution des comportements d'achats face à la hausse des prix

Q. Avez-vous modifié vos comportements d'achats de produits alimentaires pour faire face à la hausse des prix ?

Plusieurs réponses Oui possibles, total supérieur à 100%

5 004 personnes



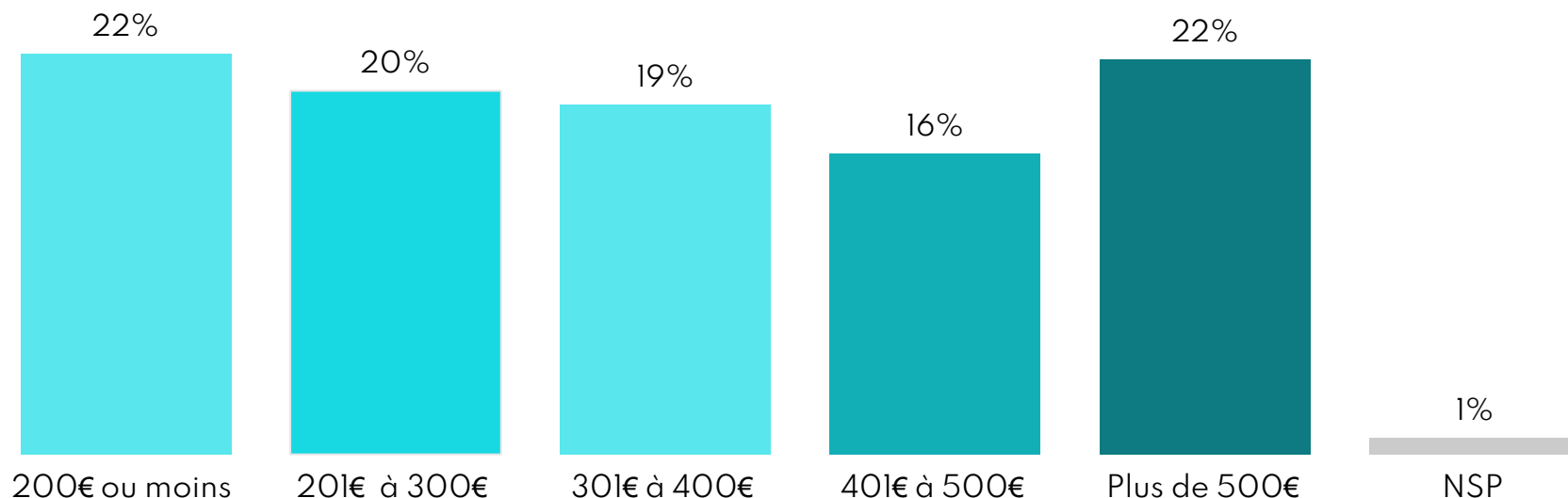
Le budget mensuel consacré aux achats alimentaires

Q. Quel est le budget mensuel que votre foyer consacre aux achats alimentaires ?

Question ouverte numérique

5 004 personnes

470€ par mois en moyenne





Le budget mensuel consacré aux achats alimentaires

Q. Quel est le budget mensuel que votre foyer consacre aux achats alimentaires ?

Question ouverte numérique



	Total	Sexe		Age					Statut			Revenus mensuels		Nombre de personnes dans le foyer					Enfants de moins de 18 ans au sein du foyer			
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Moins de 2000€	Plus de 2000€	1	2	3	4	5 et plus	1	2	3 et plus	Non
ST 200€ ou moins	22%	20%	24%	36%	29%	20%	20%	17%	22%	24%	19%	40%	12%	49%	16%	16%	10%	10%	18%	10%	9%	26%
ST 201€ à 300€	20%	19%	21%	18%	24%	19%	20%	18%	18%	23%	19%	24%	17%	25%	21%	19%	14%	12%	20%	14%	11%	21%
ST 301€ à 400€	19%	17%	21%	14%	19%	19%	20%	20%	18%	19%	20%	16%	21%	14%	21%	22%	20%	15%	22%	21%	14%	18%
ST 401€ à 500€	16%	18%	15%	11%	13%	16%	18%	19%	17%	14%	18%	9%	21%	5%	19%	18%	20%	23%	16%	21%	25%	15%
ST Plus de 500€	22%	25%	18%	19%	14%	24%	21%	25%	24%	18%	23%	9%	28%	4%	22%	24%	35%	39%	23%	33%	40%	18%

benial

La préparation d'achats alimentaires



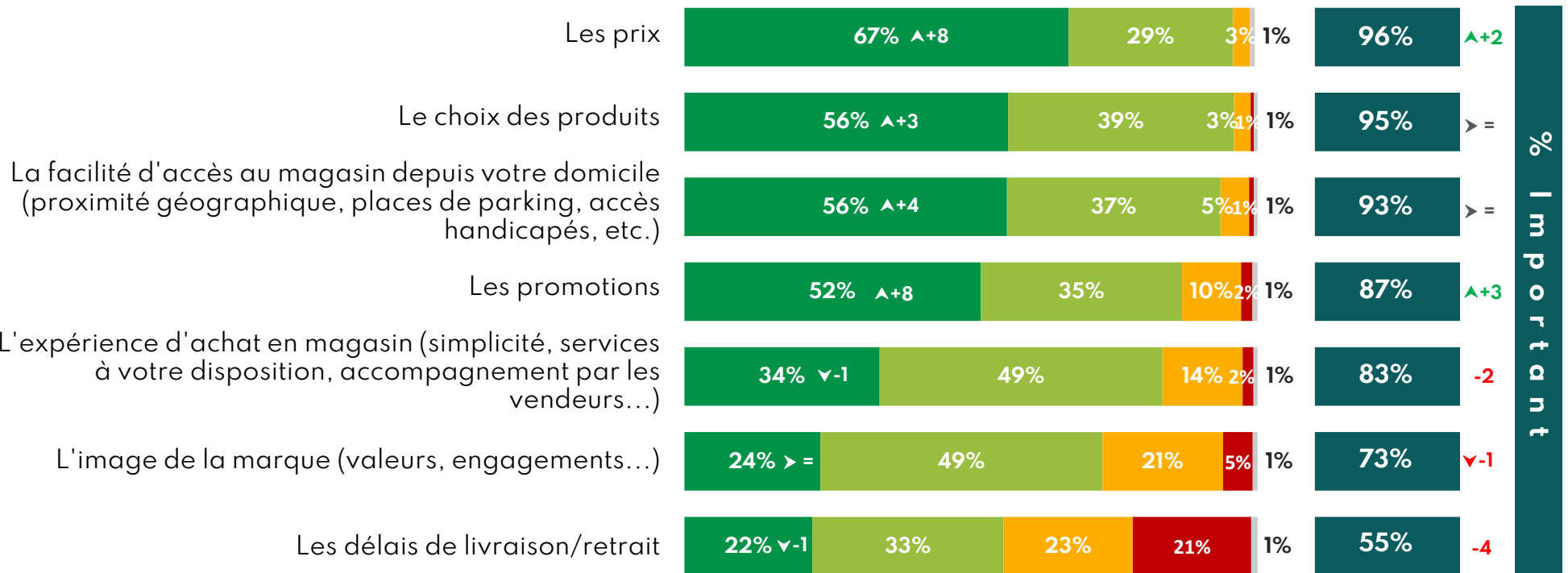


Critères de choix de l'enseigne

Q. Chacun des critères suivants est-il important ou pas important au moment du choix du lieu où réaliser vos achats alimentaires ?

76% des Français distinguent au moins 2 critères très importants dans leur choix d'enseigne

▲+5



■ Très important
 ■ Assez important
 ■ Peu important
 ■ Pas du tout important
 ■ NSP

▲▼ : évolutions par rapport à août 2021

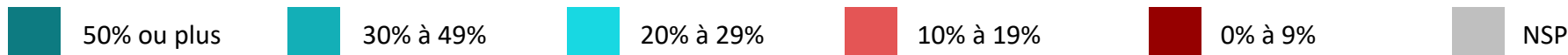
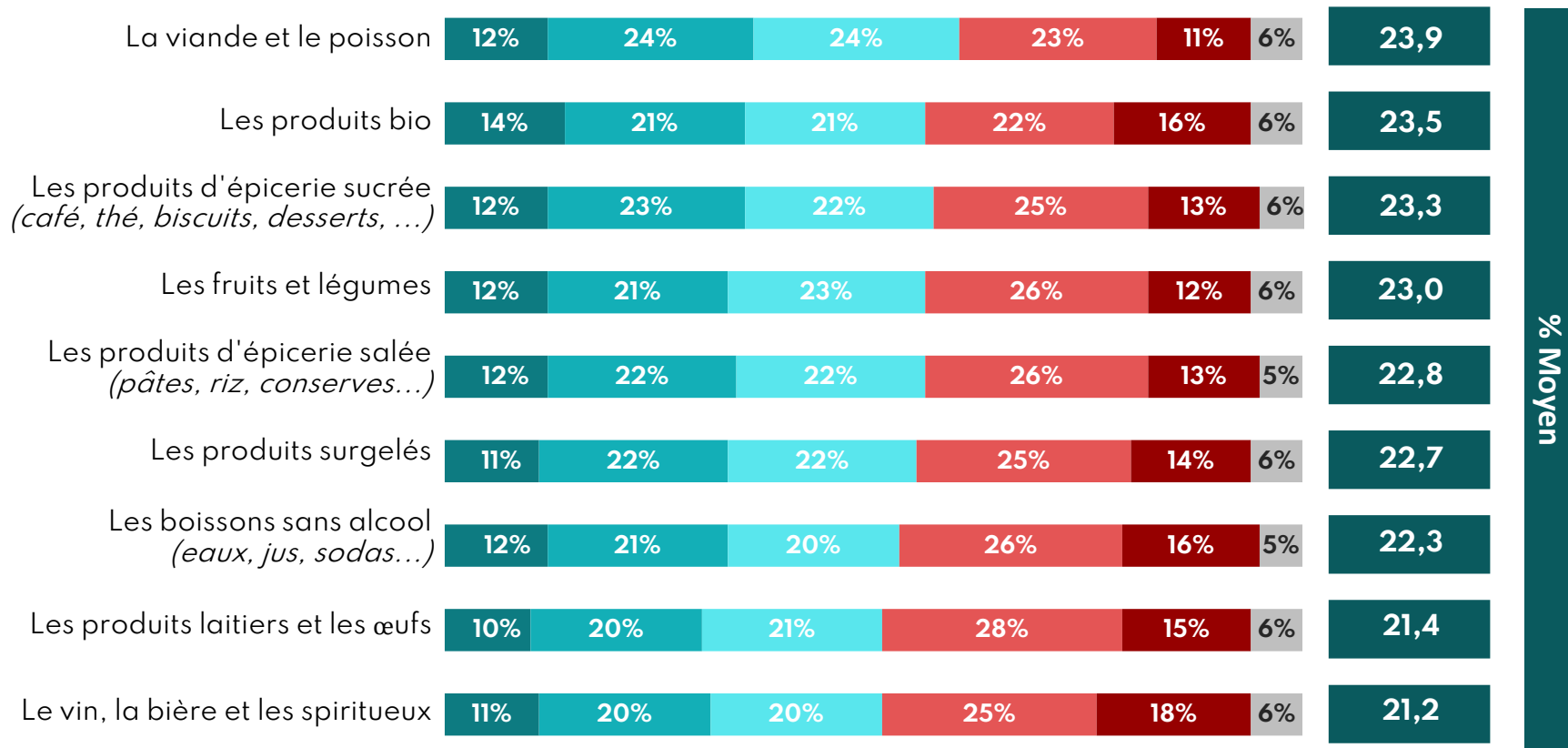
Critères de choix de l'enseigne

Q. Chacun des critères suivants est-il important ou pas important au moment du choix du lieu où réaliser vos achats alimentaires ?

	% Important	Sexe		Age					Statut			Revenus mensuels	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP -	Inactif	Moins de 2000€	Plus de 2000€
Les prix	96%	95%	96%	92%	95%	95%	98%	96%	94%	96%	96%	93%	96%
Le choix des produits	95%	95%	96%	94%	93%	95%	98%	98%	95%	95%	97%	94%	98%
La facilité d'accès au magasin depuis votre domicile	93%	92%	95%	88%	93%	94%	96%	95%	93%	93%	94%	91%	95%
Les promotions	87%	84%	89%	82%	89%	91%	89%	82%	86%	91%	84%	87%	87%
L'expérience d'achat en magasin (simplicité, services à votre disposition, accompagnement par les vendeurs...)	83%	82%	85%	79%	85%	84%	84%	83%	84%	84%	83%	82%	85%
L'image de la marque	73%	72%	74%	68%	73%	75%	73%	72%	73%	75%	72%	74%	73%
Les délais de livraison/retrait	55%	52%	59%	66%	68%	63%	51%	43%	59%	64%	47%	59%	55%

Les remises attractives selon les catégories de produits

Q. Pour chacun des types de produits alimentaires suivants, quel pourcentage de remise sur le prix initial trouvez-vous attractif ?

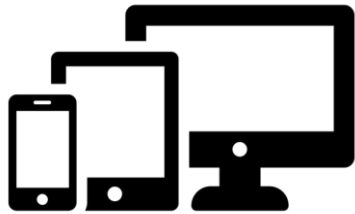


Source d'information privilégiée

Q. Comment souhaitez-vous être informé des prix et offres promotionnelles des enseignes alimentaires ?

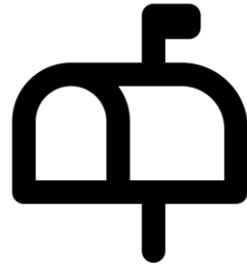
Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

5 004
personnes



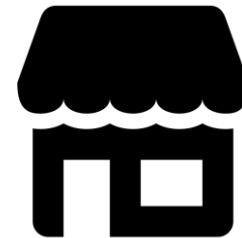
Sur le Digital
63%

▲+5



En BAL
43%

▼-1



En magasin
26%

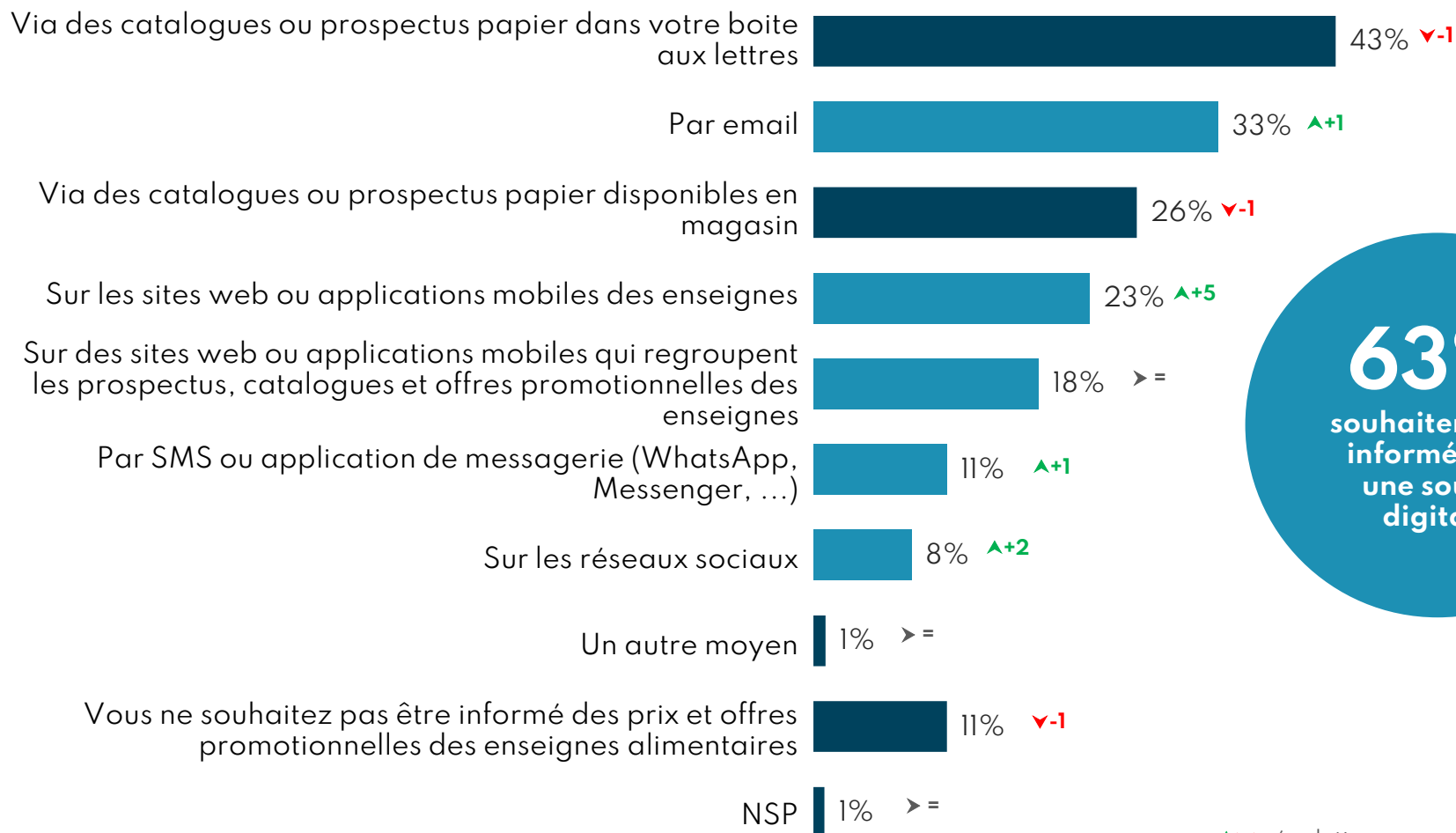
▼-1

Le moyen d'information préféré sur les prix et les offres promotionnelles des enseignes alimentaires

Q. Comment souhaitez-vous être informé des prix et offres promotionnelles des enseignes alimentaires ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

5 004 personnes



▲▼ : évolutions par rapport à août 2021

Le moyen d'information préféré sur les prix et les offres promotionnelles des enseignes alimentaires

Q. Comment souhaitez-vous être informé des prix et offres promotionnelles des enseignes alimentaires ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

5 004 personnes

	% Total	Sexe		Age					Statut			Revenus mensuels	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP -	Inactif	Moins de 2000€	Plus de 2000€
Via des catalogues ou prospectus papier dans votre boîte aux lettres	43%	42%	44%	27%	37%	43%	48%	46%	36%	45%	46%	40%	44%
Par email	33%	33%	33%	26%	29%	32%	38%	34%	34%	31%	34%	33%	34%
Via des catalogues ou prospectus papier disponibles en magasin	26%	26%	27%	26%	24%	24%	30%	27%	25%	26%	27%	26%	27%
Sur les sites web ou applications mobiles des enseignes	23%	22%	23%	22%	28%	24%	23%	19%	26%	22%	20%	22%	23%
Sur des sites web ou applications mobiles qui regroupent les prospectus, catalogues et offres promotionnelles des enseignes	18%	16%	20%	22%	23%	19%	17%	15%	20%	18%	17%	20%	18%
Par SMS ou application de messagerie	11%	11%	11%	15%	17%	12%	9%	8%	12%	13%	8%	13%	11%
Sur les réseaux sociaux	8%	7%	9%	24%	16%	10%	3%	1%	11%	8%	6%	12%	6%
Un autre moyen	1%	1%	1%	1%	0%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%
Vous ne souhaitez pas être informé	11%	12%	10%	10%	9%	10%	11%	13%	11%	9%	12%	9%	12%

Le moyen d'information préféré sur les prix et les offres promotionnelles des enseignes alimentaires

Q. Comment souhaitez-vous être informé des prix et offres promotionnelles des enseignes alimentaires ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

5 004 personnes

	% Total	Catégorie d'agglomération				
		Commune rurale	Ville de 2000 à 19 999 habitants	Ville de 20 000 à 99 999 habitants	Ville de 100 000 habitants et plus hors Paris / hors RP	Agglomération parisienne
Via des catalogues ou prospectus papier dans votre boîte aux lettres	43%	49%	45%	49%	41%	31%
Par email	33%	31%	33%	34%	34%	34%
Via des catalogues ou prospectus papier disponibles en magasin	26%	24%	27%	24%	27%	29%
Sur les sites web ou applications mobiles des enseignes	23%	21%	22%	22%	24%	23%
Sur des sites web ou applications mobiles qui regroupent les prospectus, catalogues et offres promotionnelles des enseignes	18%	17%	19%	18%	18%	20%
Par SMS ou application de messagerie	11%	10%	13%	10%	11%	12%
Sur les réseaux sociaux	8%	7%	7%	9%	8%	8%
Un autre moyen	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Vous ne souhaitez pas être informé	11%	12%	10%	7%	10%	15%



Le moyen d'information préféré sur les prix et les offres promotionnelles des enseignes alimentaires

Q. Comment souhaitez-vous être informé des prix et offres promotionnelles des enseignes alimentaires ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



5 004 personnes

	Région												
	% Total	Ile de France	Hauts de France	Normandie	Centre	Bourgogne - Franche Comté	Bretagne	Grand-Est	Pays de la Loire	Nouvelle Aquitaine	Occitanie	Auvergne - Rhône - Alpes	PACA + Corse
Via des catalogues ou prospectus papier dans votre boîte aux lettres	43%	32%	52%	51%	54%	43%	39%	50%	47%	41%	44%	41%	38%
Par email	33%	35%	33%	33%	30%	32%	32%	29%	30%	34%	31%	34%	38%
Via des catalogues ou prospectus papier disponibles en magasin	26%	28%	27%	32%	26%	28%	26%	24%	22%	22%	27%	25%	30%
Sur les sites web ou applications mobiles des enseignes	23%	23%	18%	21%	27%	26%	26%	24%	20%	19%	23%	22%	25%
Sur des sites web ou applications mobiles qui regroupent les prospectus, catalogues et offres promotionnelles des enseignes	18%	20%	19%	17%	18%	23%	19%	19%	16%	16%	19%	17%	18%
Par SMS ou application de messagerie	11%	12%	13%	14%	12%	10%	9%	8%	7%	10%	11%	10%	11%
Sur les réseaux sociaux	8%	9%	13%	9%	7%	7%	8%	9%	8%	3%	7%	7%	8%
Un autre moyen	1%	1%	0%	1%	1%	0%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Vous ne souhaitez pas être informé	11%	15%	6%	7%	9%	4%	14%	6%	12%	12%	13%	12%	12%

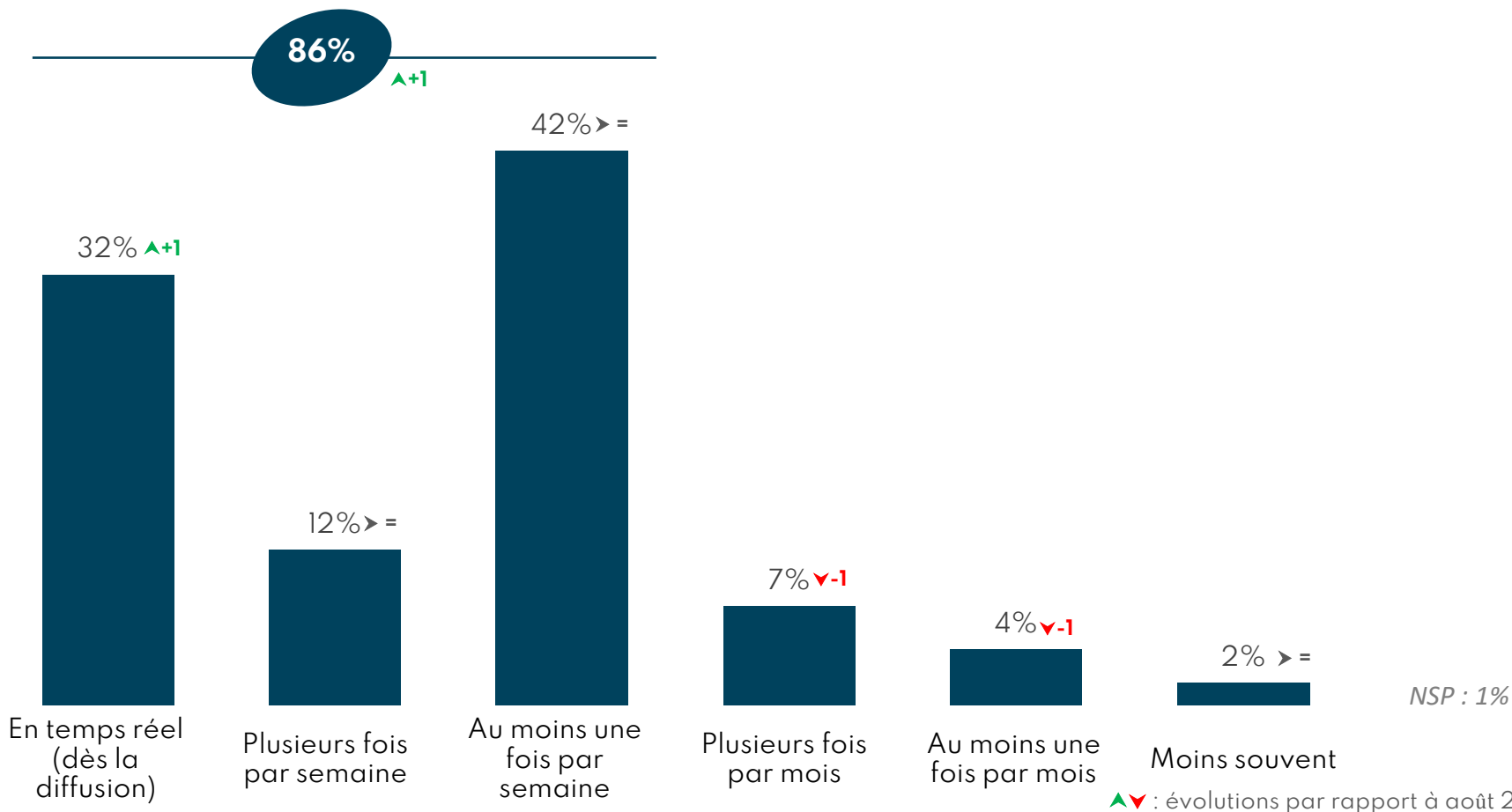
La fréquence à laquelle les Français souhaitent être informé des prix et offres promotionnelles

4 424 personnes

Q. Et à quelle fréquence souhaitez-vous être informé des prix et offres promotionnelles des enseignes alimentaires ?

Question posée uniquement à ceux qui souhaitent être informés des prix et offres promotionnelles, soit 88% de l'échantillon

Au moins une fois par semaine



▲▼ : évolutions par rapport à août 2021

La fréquence à laquelle les Français souhaitent être informé des prix et offres promotionnelles

Q. Et à quelle fréquence souhaitez-vous être informé des prix et offres promotionnelles des enseignes alimentaires ?

Question posée uniquement à ceux qui souhaitent être informés des prix et offres promotionnelles, soit 88% de l'échantillon

4 424 personnes

	% Total	Sexe		Age					Statut			Revenus mensuels	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP -	Inactif	Moins de 2000€	Plus de 2000€
En temps réel (dès la diffusion)	32%	26%	38%	29%	33%	35%	35%	28%	29%	37%	31%	34%	31%
Plusieurs fois par semaine	12%	12%	11%	18%	22%	14%	8%	5%	14%	15%	7%	14%	11%
Au moins une fois par semaine	42%	45%	38%	29%	33%	38%	44%	52%	38%	38%	47%	37%	43%
Plusieurs fois par mois	7%	8%	7%	11%	7%	7%	7%	7%	10%	5%	7%	7%	8%
Au moins une fois par mois	4%	5%	4%	6%	3%	4%	4%	4%	5%	3%	4%	4%	4%
Moins souvent	2%	2%	1%	4%	1%	1%	1%	2%	2%	1%	2%	2%	2%

La fréquence à laquelle les Français souhaitent être informé des prix et offres promotionnelles

Q. Et à quelle fréquence souhaitez-vous être informé des prix et offres promotionnelles des enseignes alimentaires ?

Question posée uniquement à ceux qui souhaitent être informés des prix et offres promotionnelles, soit 88% de l'échantillon

4 424 personnes

	% Total	Catégorie d'agglomération				
		Commune rurale	Ville de 2000 à 19 999 habitants	Ville de 20 000 à 99 999 habitants	Ville de 100 000 habitants et plus hors Paris / hors RP	Agglomération parisienne
En temps réel (dès la diffusion)	32%	31%	35%	33%	30%	33%
Plusieurs fois par semaine	12%	13%	10%	12%	12%	12%
Au moins une fois par semaine	42%	42%	43%	40%	43%	38%
Plusieurs fois par mois	7%	7%	7%	6%	8%	9%
Au moins une fois par mois	4%	4%	3%	5%	5%	4%
Moins souvent	2%	2%	1%	2%	1%	2%

La fréquence à laquelle on souhaite être informé des prix et offres promotionnelles

Q. Et à quelle fréquence souhaitez-vous être informé des prix et offres promotionnelles des enseignes alimentaires ?

Question posée uniquement à ceux qui souhaitent être informés des prix et offres promotionnelles, soit 88% de l'échantillon

4 424 personnes

	Région												
	% Total	Ile de France	Hauts de France	Normandie	Centre	Bourgogne-Franche Comté	Bretagne	Grand-Est	Pays de la Loire	Nouvelle Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	PACA + Corse
En temps réel (dès la diffusion)	32%	33%	32%	37%	34%	33%	30%	31%	28%	30%	31%	32%	35%
Plusieurs fois par semaine	12%	12%	18%	12%	11%	10%	13%	13%	8%	7%	11%	10%	9%
Au moins une fois par semaine	42%	38%	38%	39%	44%	47%	43%	42%	48%	47%	42%	40%	42%
Plusieurs fois par mois	7%	9%	8%	7%	5%	6%	4%	5%	12%	7%	9%	8%	6%
Au moins une fois par mois	4%	4%	3%	3%	4%	2%	5%	4%	2%	5%	5%	6%	5%
Moins souvent	2%	2%	0%	1%	1%	1%	2%	4%	1%	2%	1%	2%	2%

benial

Fréquentation des enseignes



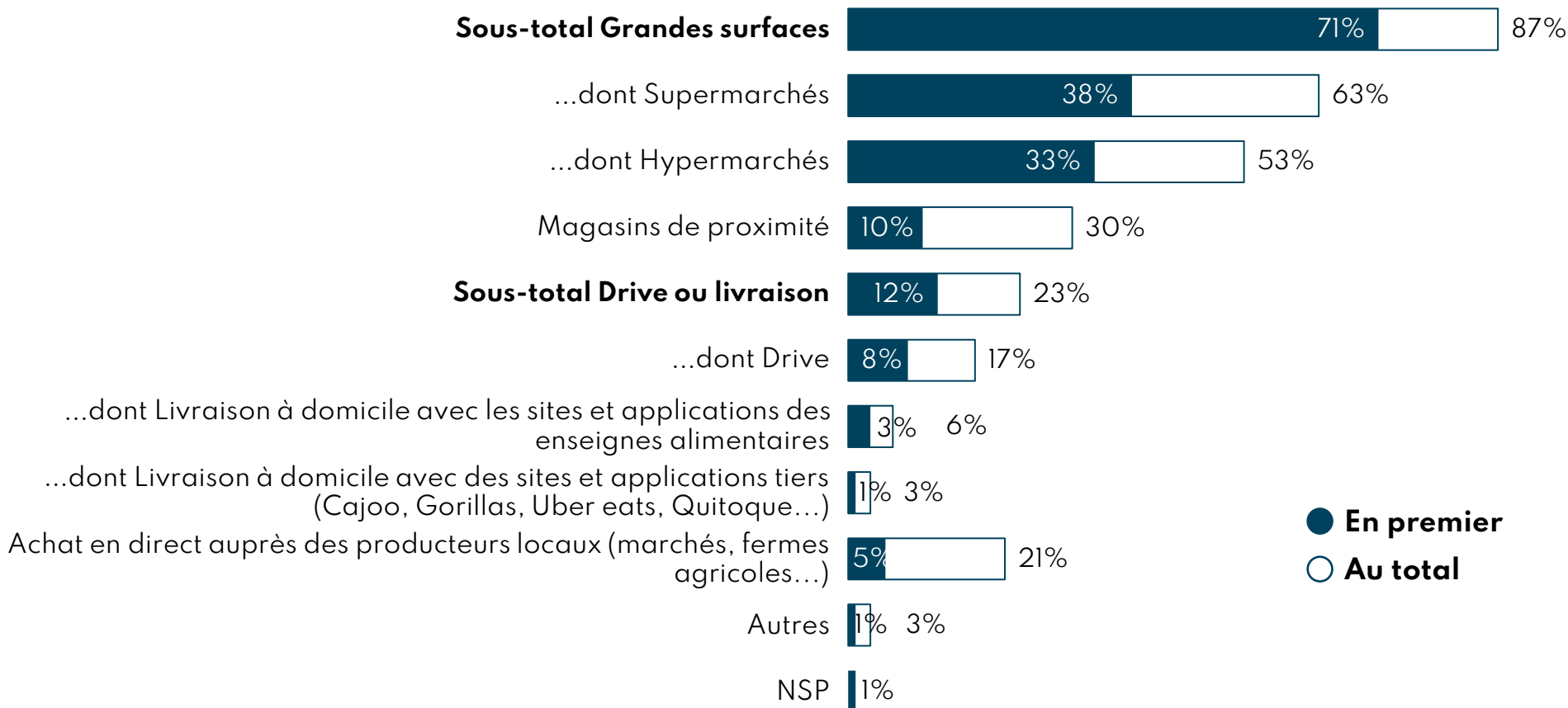
Les types d'enseignes fréquentés

Q. Où réalisez-vous régulièrement des achats alimentaires ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

5 004 personnes

2 types d'enseigne en moyenne

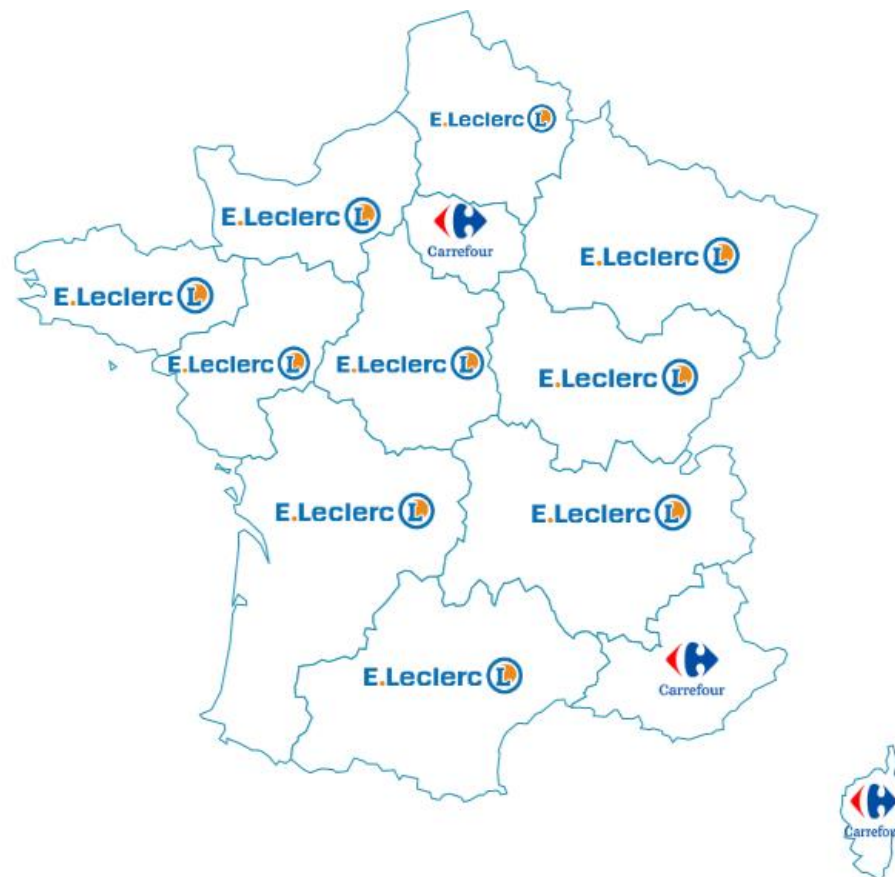


● En premier
○ Au total

L'enseigne où est réalisée la majorité des courses alimentaires

4 965
personnes

Enseigne N°1 où est réalisée la majorité des courses alimentaires par région



L'enseigne où est réalisée la majorité des courses alimentaires

Q. Et parmi toutes ces enseignes, quelle est celle où vous vous faites la majorité de vos courses alimentaires ?

Question posée uniquement à ceux qui ont fait leurs courses dans au moins une des enseignes au cours des 12 derniers mois, soit 99% de l'échantillon

4 965 personnes

	% Total	Sexe		Age					Statut			Revenus mensuels	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP -	Inactif	Moins de 2000€	Plus de 2000€
E.Leclerc	24%	22%	25%	21%	28%	25%	23%	22%	22%	27%	22%	23%	24%
Carrefour	14%	14%	13%	13%	12%	14%	15%	12%	15%	13%	13%	11%	15%
Intermarché	12%	11%	13%	7%	10%	12%	13%	14%	10%	13%	13%	11%	13%
Lidl	10%	9%	11%	10%	14%	9%	9%	10%	8%	11%	10%	13%	9%
Carrefour Market	6%	7%	6%	3%	5%	6%	7%	8%	6%	5%	7%	6%	6%
Super U	6%	7%	6%	5%	5%	6%	6%	7%	6%	5%	7%	5%	7%
Auchan Hypermarché	5%	6%	5%	4%	4%	6%	6%	5%	6%	5%	5%	5%	6%
Auchan Supermarché	3%	4%	3%	5%	3%	4%	3%	3%	4%	3%	3%	3%	3%
Aldi	3%	3%	2%	4%	2%	3%	2%	2%	3%	3%	3%	4%	2%
Hyper U	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Géant Casino / Casino Hyper Frais	2%	2%	2%	2%	1%	2%	1%	2%	2%	1%	1%	1%	2%
Monoprix	1%	1%	2%	1%	1%	1%	2%	2%	2%	1%	2%	1%	1%
Grand Frais	1%	2%	1%	2%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	2%	1%	2%
Cora	1%	1%	1%	3%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Carrefour Proximité	1%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Casino Supermarché	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Biocoop	1%	1%	1%	1%	-	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Netto	1%	1%	1%	2%	1%	0%	1%	0%	0%	1%	1%	1%	0%
Autres	3%	3%	3%	7%	3%	2%	2%	3%	4%	2%	3%	3%	0%

L'enseigne où est réalisée la majorité des courses alimentaires
















Q. Et parmi toutes ces enseignes, quelle est celle où vous vous faites la majorité de vos courses alimentaires ?

Question posée uniquement à ceux qui ont fait leurs courses dans au moins une des enseignes au cours des 12 derniers mois, soit 99% de l'échantillon

4 965 personnes

	Région												
	% Total	Ile-de-France	Hauts-de-France	Normandie	Centre	Bourgogne-Franche-Comté	Bretagne	Grand-Est	Pays de la Loire	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	PACA + Corse
E. Leclerc	24%	16%	22%	34%	22%	24%	38%	29%	36%	28%	21%	20%	18%
Carrefour	14%	21%	11%	8%	8%	15%	8%	7%	6%	11%	13%	17%	19%
Intermarché	12%	9%	13%	11%	13%	12%	9%	10%	7%	15%	18%	16%	9%
Lidl	10%	9%	12%	9%	8%	12%	8%	15%	6%	13%	12%	7%	12%
Carrefour Market	6%	8%	7%	10%	9%	3%	4%	2%	1%	4%	8%	8%	5%
Super U	6%	2%	1%	7%	14%	7%	13%	7%	21%	8%	7%	3%	3%
Auchan Hypermarché	5%	6%	11%	4%	7%	2%	-	5%	3%	4%	3%	5%	8%
Auchan Supermarché	3%	6%	4%	2%	3%	1%	-	3%	1%	3%	1%	4%	3%
Aldi	3%	1%	5%	2%	1%	4%	-	4%	1%	3%	3%	3%	4%
Hyper U	2%	1%	1%	3%	1%	1%	6%	1%	7%	1%	3%	2%	1%
Géant Casino / Casino Hyper Frais	2%	0%	1%	-	2%	3%	2%	1%	1%	2%	2%	4%	3%
Monoprix	1%	5%	0%	1%	-	-	1%	0%	1%	1%	1%	1%	2%
Grand Frais	1%	2%	0%	1%	1%	3%	1%	1%	-	3%	1%	2%	1%
Cora	1%	2%	2%	1%	1%	1%	0%	5%	-	-	-	1%	-
Carrefour Proximité	1%	2%	1%	-	0%	0%	1%	0%	1%	1%	1%	1%	1%
Casino Supermarché	1%	1%	-	-	-	2%	1%	0%	-	1%	1%	1%	4%
Biocoop	1%	1%	0%	0%	1%	1%	1%	-	2%	0%	1%	1%	1%
Netto	1%	0%	1%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	0%	0%	1%	0%
Autres	3%	8%	7%	6%	6%	8%	5%	6%	5%	4%	4%	5%	7%

Fréquentation des enseignes alimentaires

		Part des FR ayant fait leurs courses au sein de l'enseigne au cours des 12 derniers mois	Part des FR qui réalisent la majorité de leurs courses au sein de l'enseigne	Ratio
	E.Leclerc	54% ▲+7	24% ▲+1	44 % ▼-5
	Lidl	52% ▲+7	10% ▲+1	19 % ▼-1
	Intermarché	43% ▲+8	12% ➤ =	28 % ▼-6
	Carrefour	40% ▲+6	14% ➤ =	35 % ▼-6
	Carrefour Market	27% ▲+1	6% ▼-1	22 % ▼-5
	Aldi	25% ▲+6	3% ➤ =	12 % ▼-4
	Super U	24% ▲+1	6% ➤ =	25 % ▼-1
	Picard	23% ▲+3	0% ➤ =	0 % ➤ =
	Grand Frais	20% ▲+3	1% ➤ =	5 % ▼-1
	Auchan (Hyper)	19% ▲+3	5% ➤ =	26 % ▼-5
	Auchan (Super)	14% ▲+2	3% ➤ =	21 % ▼-4
	Carrefour Proximité	12% <i>Nouvel item</i>	1% <i>Nouvel item</i>	8 % <i>Nouvel item</i>
	Monoprix	11% ➤ =	1% ▼-1	9 % ▼-9
	Hyper U	11% ▲+1	2% ➤ =	18 % ▼-2
	Biocoop	8% ▼-1	1% ➤ =	13 % ▲+2














87% des Français ont fait des courses dans plusieurs enseignes au cours des 12 derniers mois.
(▲+11 pts)

Les Français font leurs courses alimentaires dans **5 enseignes** différentes en moyenne.
(▲+1 enseigne)

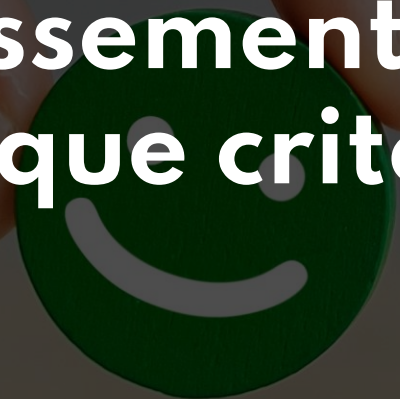
Exemple de lecture : 54% des Français déclarent avoir fait leurs courses chez E.Leclerc au cours des 12 derniers mois, 24% des Français déclarent y faire la majorité de leurs courses alimentaires. 44% des clients de E.Leclerc ont choisi cette enseigne comme enseigne principale où faire les courses alimentaires.

▲▼ : évolutions par rapport à août 2021

Fréquentation des enseignes alimentaires

		Part des FR ayant fait leurs courses au sein de l'enseigne au cours des 12 derniers mois	Part des FR qui réalisent la majorité de leurs courses au sein de l'enseigne	Ratio
	Cora	8% ➤ =	1% ▼-1	13 % ▼-12
	Géant Casino	8% ▼-1	2% ▲+1	25 % ▲+14
	Casino Supermarché	6% ➤ =	1% ➤ =	17 % ➤ =
	Franprix	6% ➤ =	0% ➤ =	0 % ➤ =
	Netto	6% ▲+1	1% ➤ =	17 % ▼-3
	Casino Proximité	5% <i>Nouvel item</i>	0% <i>Nouvel item</i>	0 % ➤ =
	U Proximité	5% <i>Nouvel item</i>	0% <i>Nouvel item</i>	0 % ➤ =
	La Vie Claire	4% ➤ =	0% ➤ =	0 % ➤ =
	Naturalia	3% ➤ =	0% ➤ =	0 % ➤ =
	Match	3% ➤ =	0% ▼-1	0 % ▼-33
	Bio'c'Bon	3% ➤ =	0% ➤ =	0 % ➤ =
	Colruyt France	2% ➤ =	0% ➤ =	0 % ➤ =
	Bio Monde	1% ➤ =	0% ➤ =	0 % ➤ =

Classement des enseignes sur chaque critère



Notes attribuées par les Français aux enseignes

		Prix	Promotions	Offre produit	Expérience d'achat	Facilité d'accès	Image de marque
	E.Leclerc	7,6	7,5	7,9	7,5	7,5	7,4
	Lidl	7,8	7,2	7,1	7	7,7	7,1
	Intermarché	6,9	6,9	7,3	7,2	7,5	7
	Carrefour	6,9	7,1	7,7	7,3	7	7,1
	Carrefour Market	6,4	6,4	6,8	7,1	7,2	6,7
	Aldi	7,4	6,7	6,8	6,9	7,3	6,7
	Super U	6,5	6,5	7,2	7,2	6,9	6,9
	Picard	6,4	6,3	7,3	7,7	7,3	7,2
	Grand Frais	6,4	6	7,3	7,5	6,9	7,3
	Auchan (Hyper)	6,8	6,9	7,6	7,2	6,7	6,8
	Auchan (Super)	6,7	6,7	7,3	7,2	6,7	6,7
	Carrefour Proximité	5,8	5,7	6,3	6,8	6,7	6,4
	Monoprix	5,5	5,7	6,6	7,0	6,1	6,4
	Hyper U	6,7	6,6	7,3	7,4	6,4	6,9
	Biocoop	5,6	5,2	6,7	7,5	6,7	7,4
	Cora	6,3	6,4	7,2	7,2	6,3	6,6
	Géant Casino	5,8	6	6,8	6,6	6	6,2
	Casino Supermarchés	5,7	5,8	6,6	6,6	6,3	6,2
	Franprix	5,8	5,6	6,2	6,5	6,3	6
	Netto	7	6,5	6,3	6,7	6,5	6,2
	Casino Proximités	5,2	5,3	5,9	6,7	6,1	5,9
	U Proximité	6	5,8	6,2	7,1	6,3	6,4
	Bio c' Bon	6	5,8	6,6	7,2	6,4	7,2

- 7/10 et plus
- Entre 6 et 7/10
- Moins de 6/10

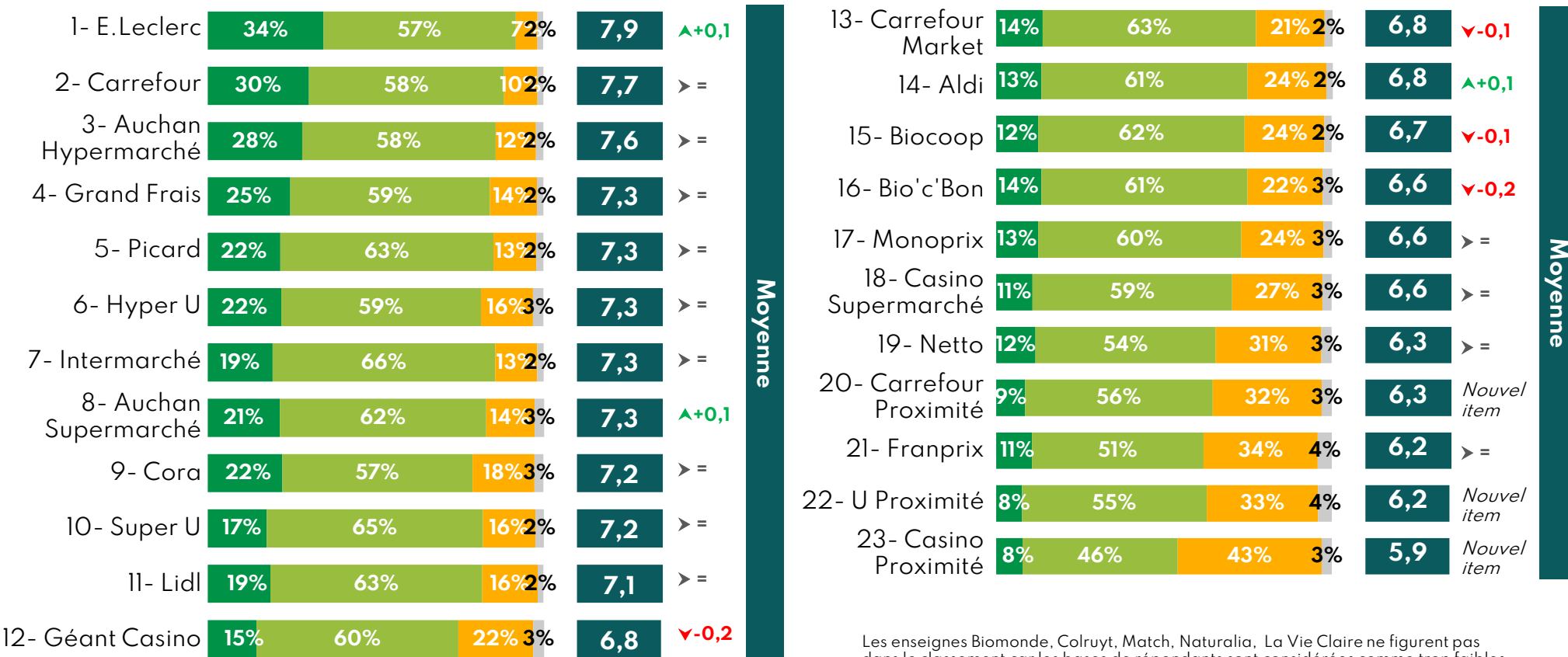
Les enseignes Biomonde, Colruyt, Match, Naturalia, La Vie Claire ne figurent pas dans le classement car les bases de répondants sont considérées comme trop faibles (< 250 répondants).

Offre produits

Q. Pour chacune des enseignes où vous êtes déjà allé, quelle note attribuez-vous à chacun des éléments suivants ?

Question posée pour chaque enseigne fréquentée

Son offre de produits



Moyenne

Moyenne

Les enseignes Biomonde, Colruyt, Match, Naturalia, La Vie Claire ne figurent pas dans le classement car les bases de répondants sont considérées comme trop faibles (< 250 répondants).

■ Sous-total Très attractif (notes 9-10)

■ Sous-total Assez attractif (notes 6-8)

■ Sous-total Pas attractif (notes 1-5)

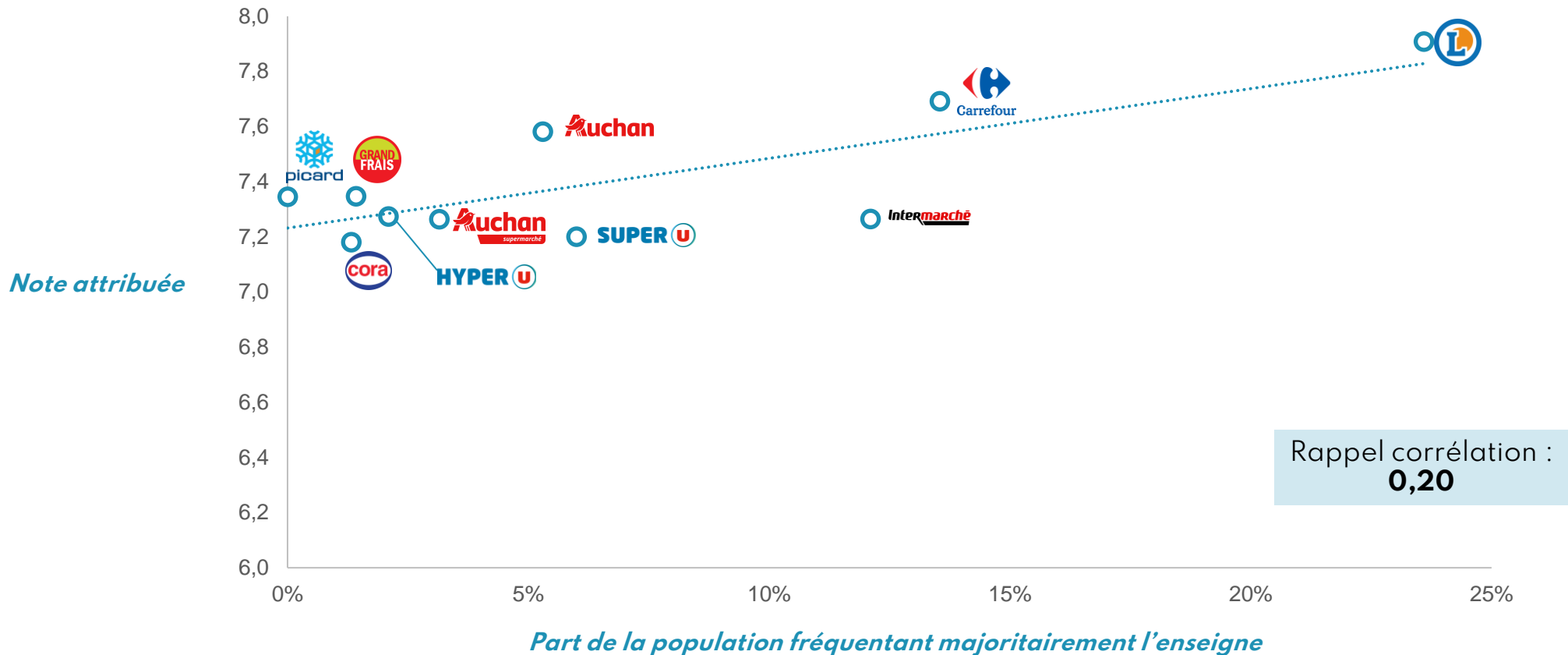
■ NSP

Corrélation Offre produits et choix de l'enseigne

Q. Pour chacune des enseignes où vous êtes déjà allé, quelle note attribuez-vous à chacun des éléments suivants ?

Résultats présentés pour les 10 marques obtenant la meilleure note pour chaque critère.

L'offre produits qu'elle propose



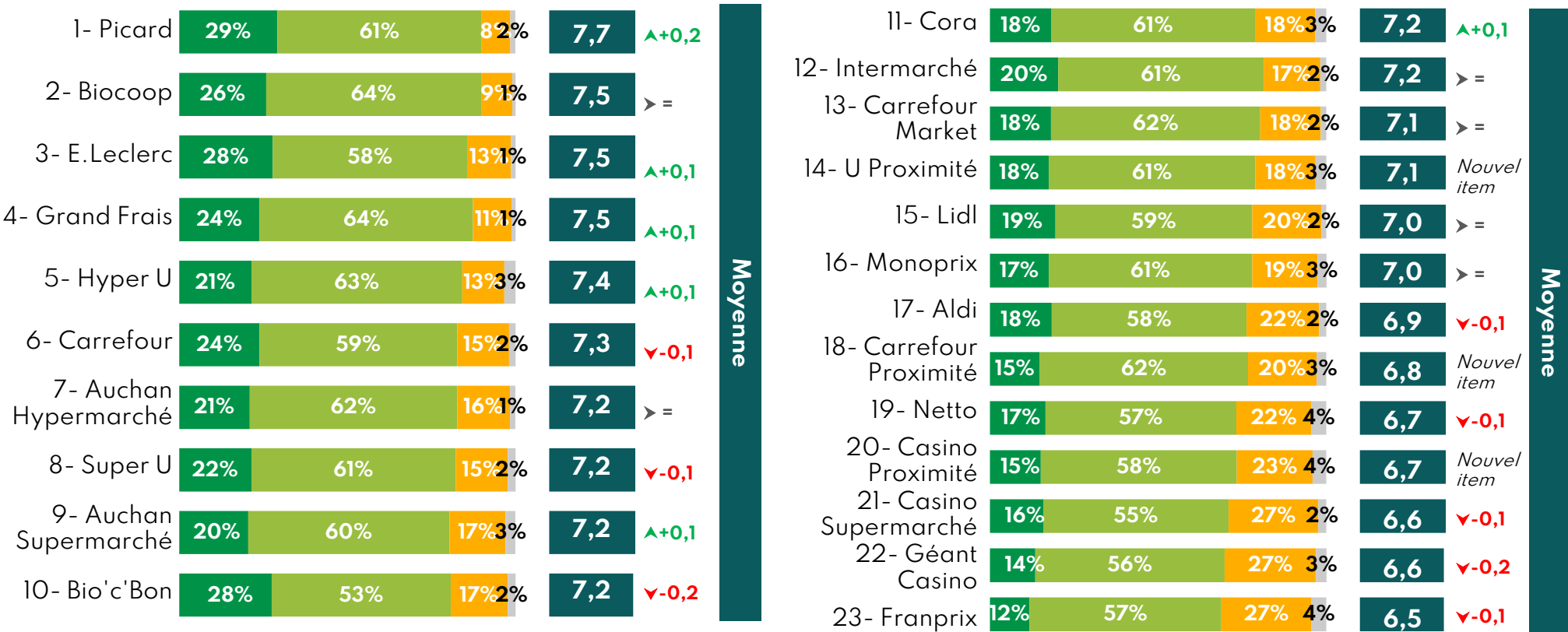
Rappel corrélation : **0,20**

Expérience d'achat

Q. Pour chacune des enseignes où vous êtes déjà allé, quelle note attribuez-vous à chacun des éléments suivants ?

Question posée pour chaque enseigne fréquentée

L'expérience d'achat en magasin



Les enseignes Biomonde, Colruyt, Match, Naturalia, La Vie Claire ne figurent pas dans le classement car les bases de répondants sont considérées comme trop faibles (< 250 répondants).

Sous-total Très attractif (notes 9-10)

Sous-total Assez attractif (notes 6-8)

Sous-total Pas attractif (notes 1-5)

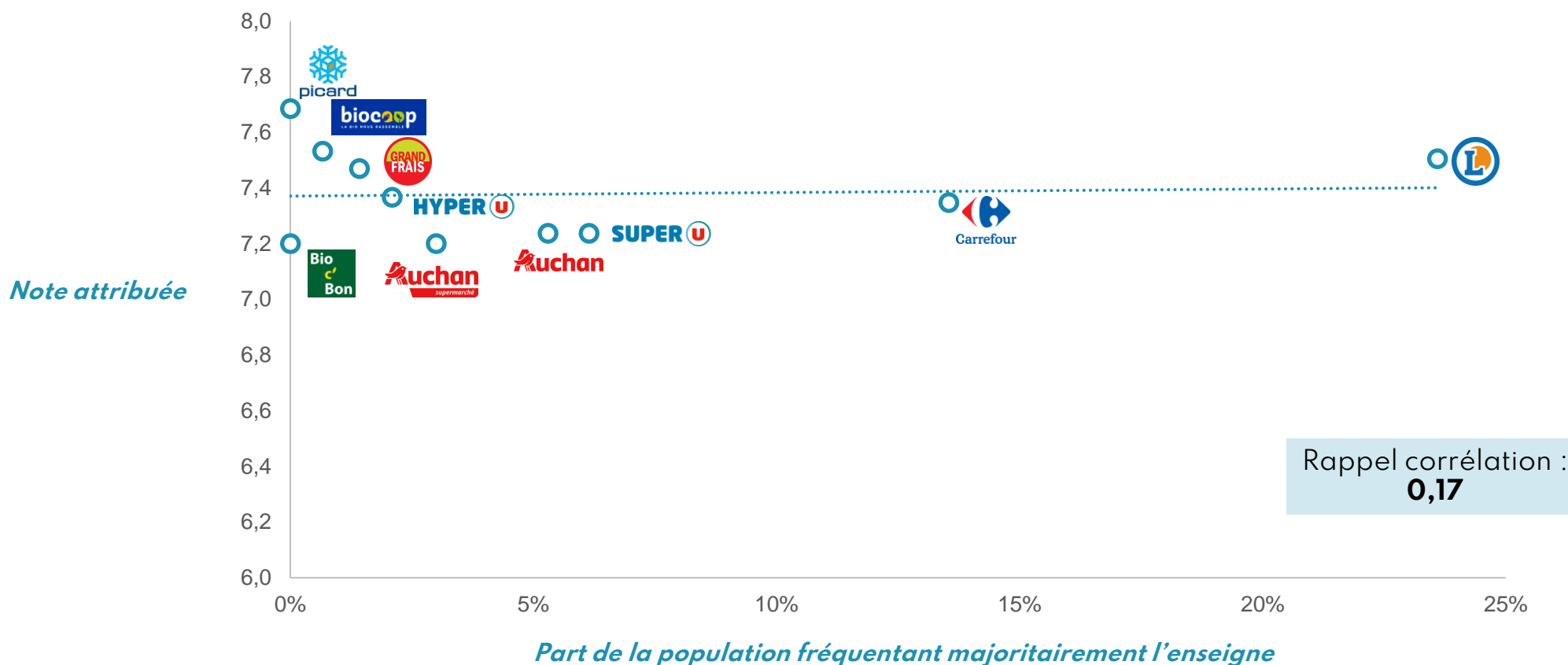
NSP

Corrélation Expérience client et choix de l'enseigne

Q. Pour chacune des enseignes où vous êtes déjà allé, quelle note attribuez-vous à chacun des éléments suivants ?

Résultats présentés pour les 10 marques obtenant la meilleure note pour chaque critère.

L'expérience d'achat en magasin

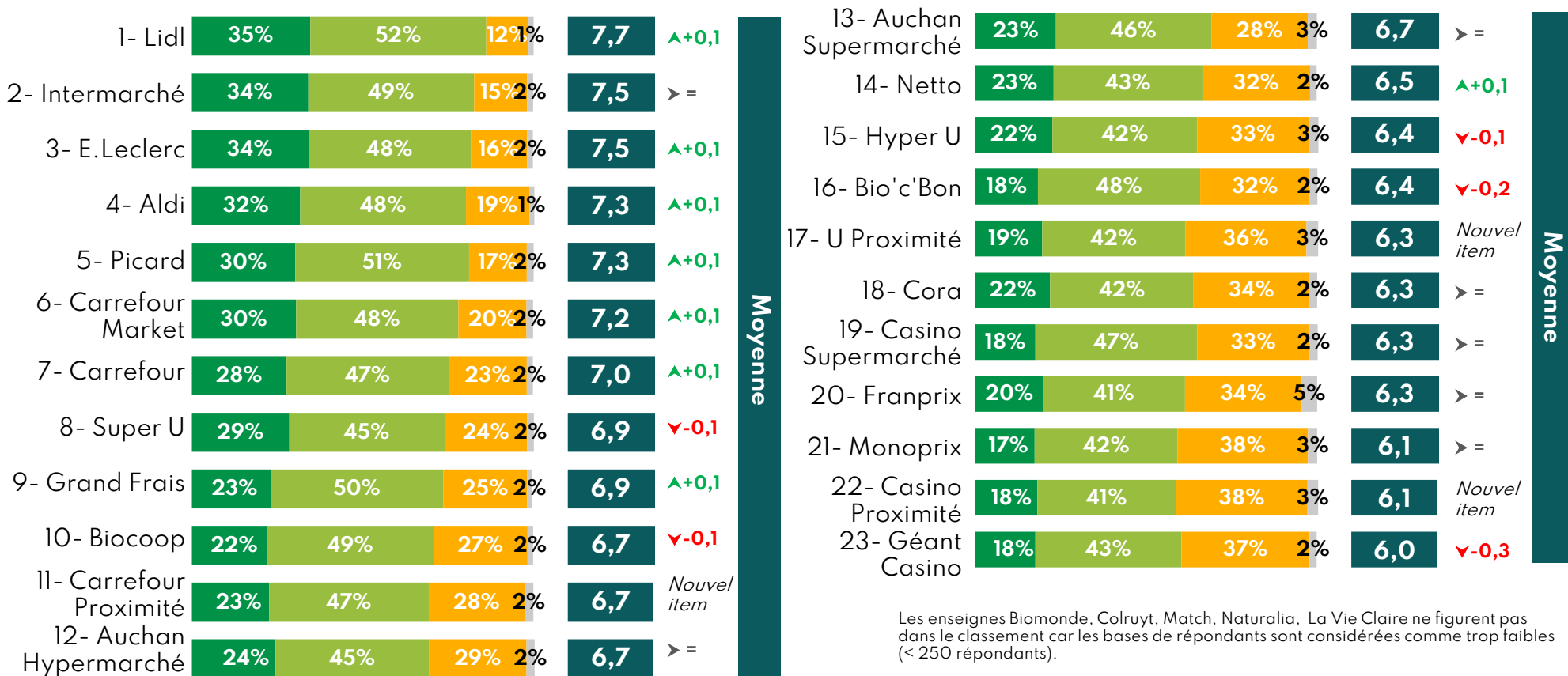


Accessibilité

Q. Pour chacune des enseignes où vous êtes déjà allé, quelle note attribuez-vous à chacun des éléments suivants ?

Question posée pour chaque enseigne fréquentée

La facilité d'accès au magasin depuis votre domicile



Moyenne

Moyenne

Les enseignes Biomonde, Colruyt, Match, Naturalia, La Vie Claire ne figurent pas dans le classement car les bases de répondants sont considérées comme trop faibles (< 250 répondants).



Corrélation Accessibilité et choix de l'enseigne

Q. Pour chacune des enseignes où vous êtes déjà allé, quelle note attribuez-vous à chacun des éléments suivants ?

Résultats présentés pour les 10 marques obtenant la meilleure note pour chaque critère.

La facilité d'accès au magasin depuis votre domicile

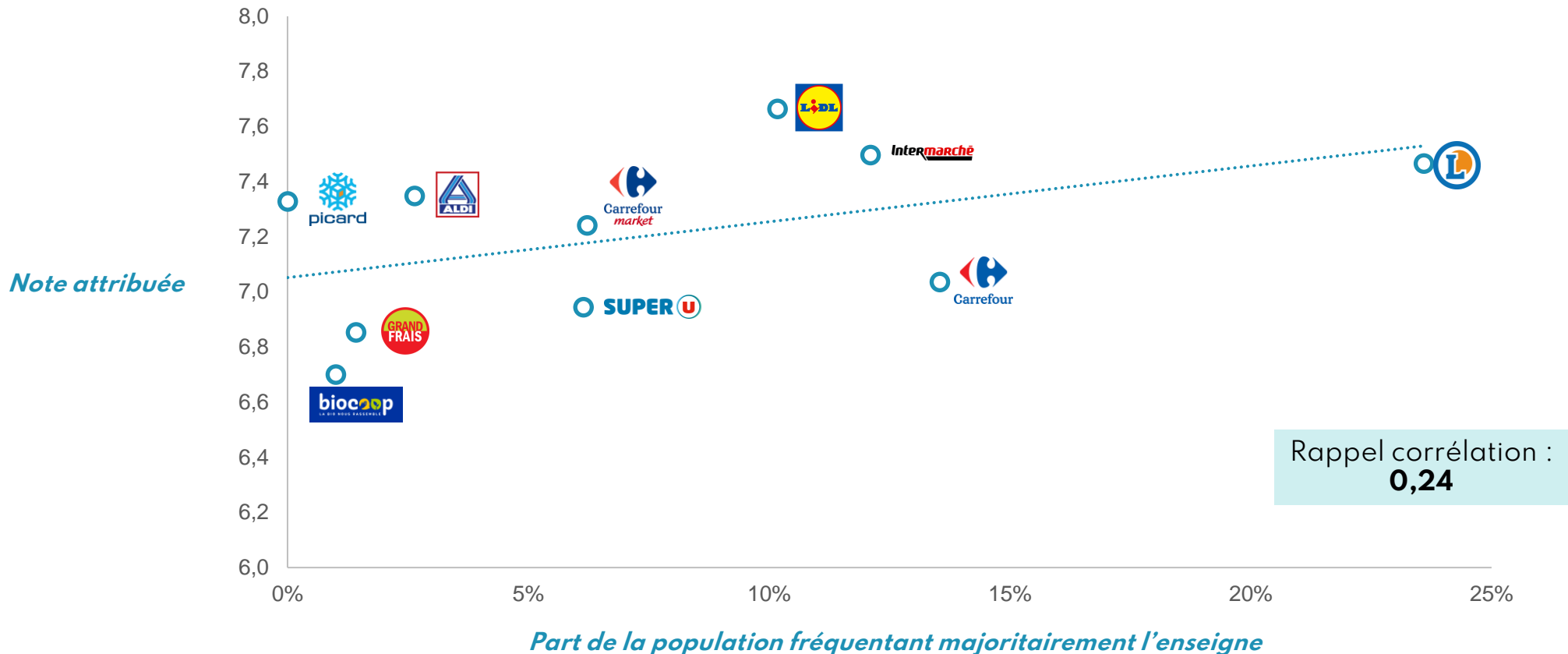
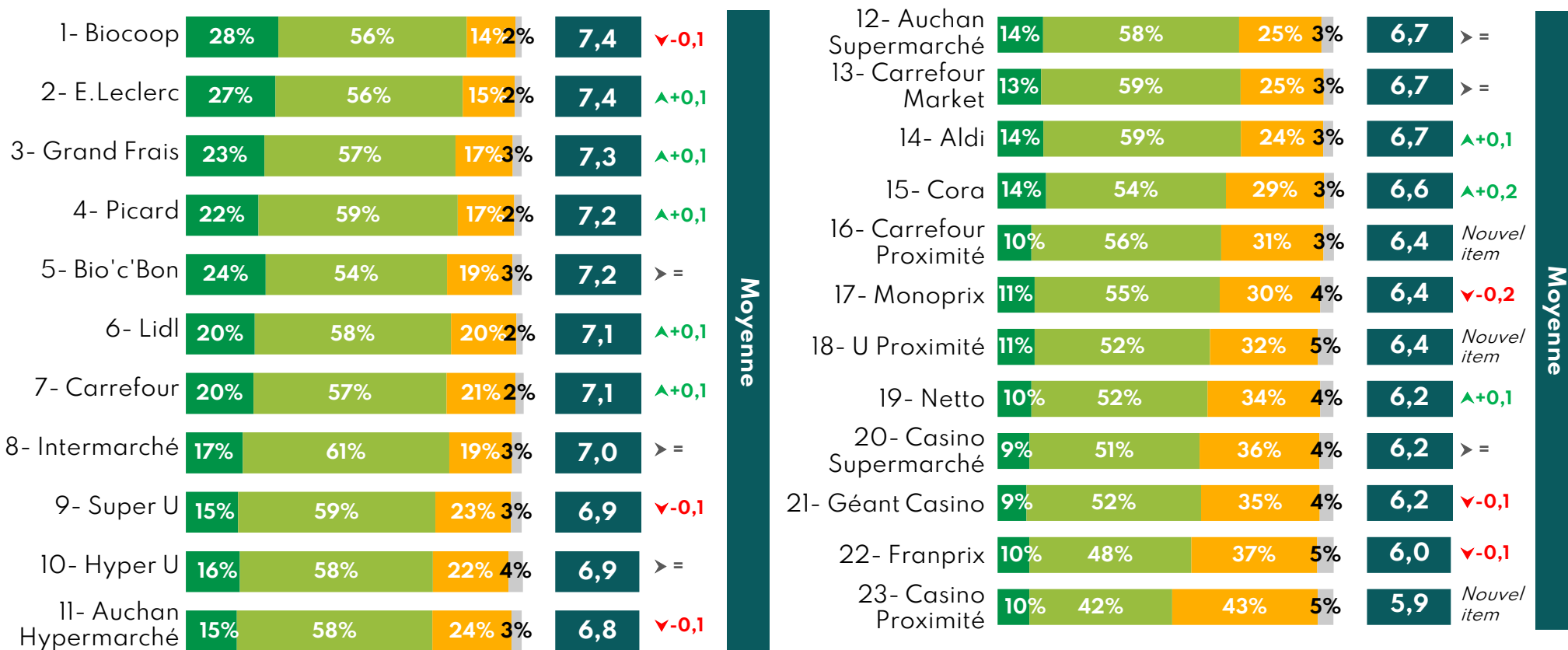


Image de marque

Q. Pour chacune des enseignes où vous êtes déjà allé, quelle note attribuez-vous à chacun des éléments suivants ?

Question posée pour chaque enseigne fréquentée

L'image de la marque



Les enseignes Biomonde, Colruyt, Match, Naturalia, La Vie Claire ne figurent pas dans le classement car les bases de répondants sont considérées comme trop faibles (< 250 répondants).

Sous-total Très attractif (notes 9-10)

Sous-total Assez attractif (notes 6-8)

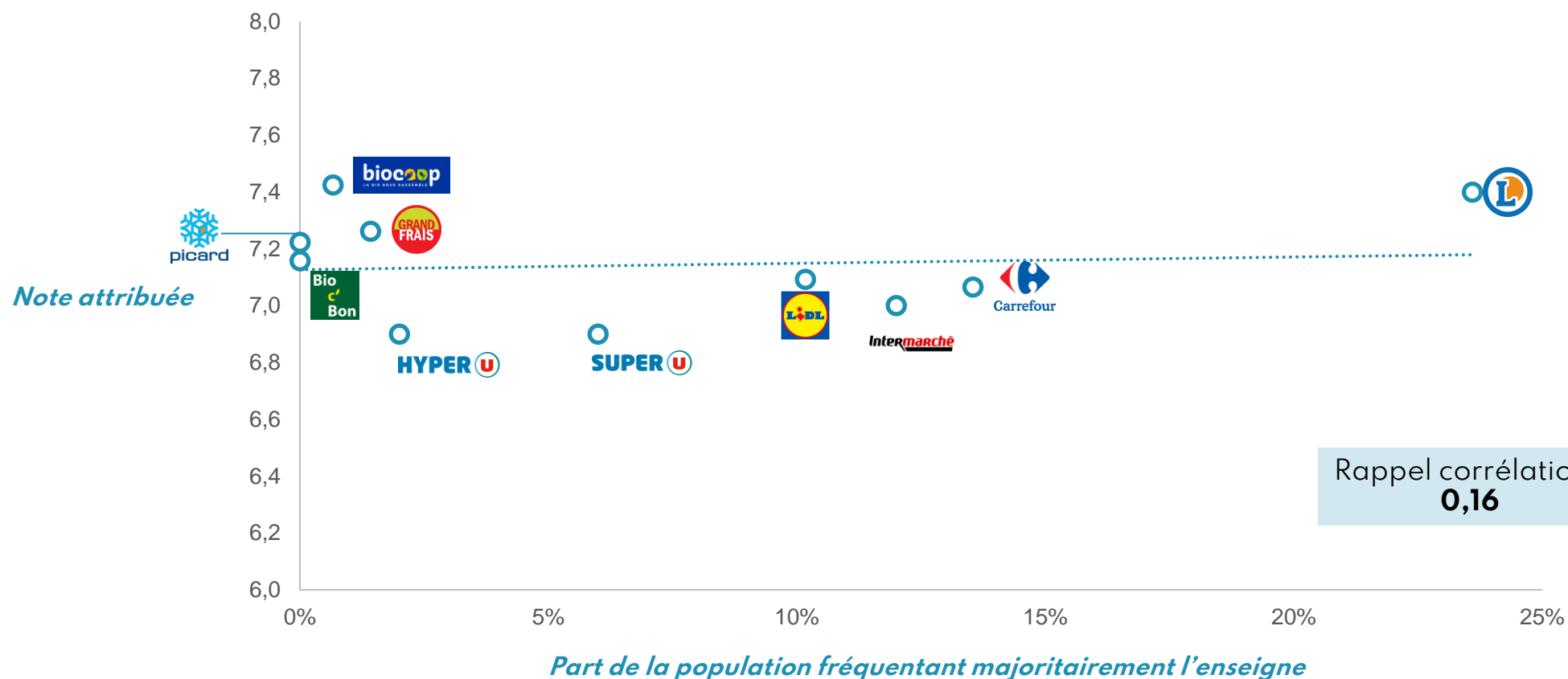
Sous-total Pas attractif (notes 1-5)

Corrélation Image de marque et choix de l'enseigne

Q. Pour chacune des enseignes où vous êtes déjà allé, quelle note attribuez-vous à chacun des éléments suivants ?

Résultats présentés pour les 10 marques obtenant la meilleure note pour chaque critère.

L'image de la marque



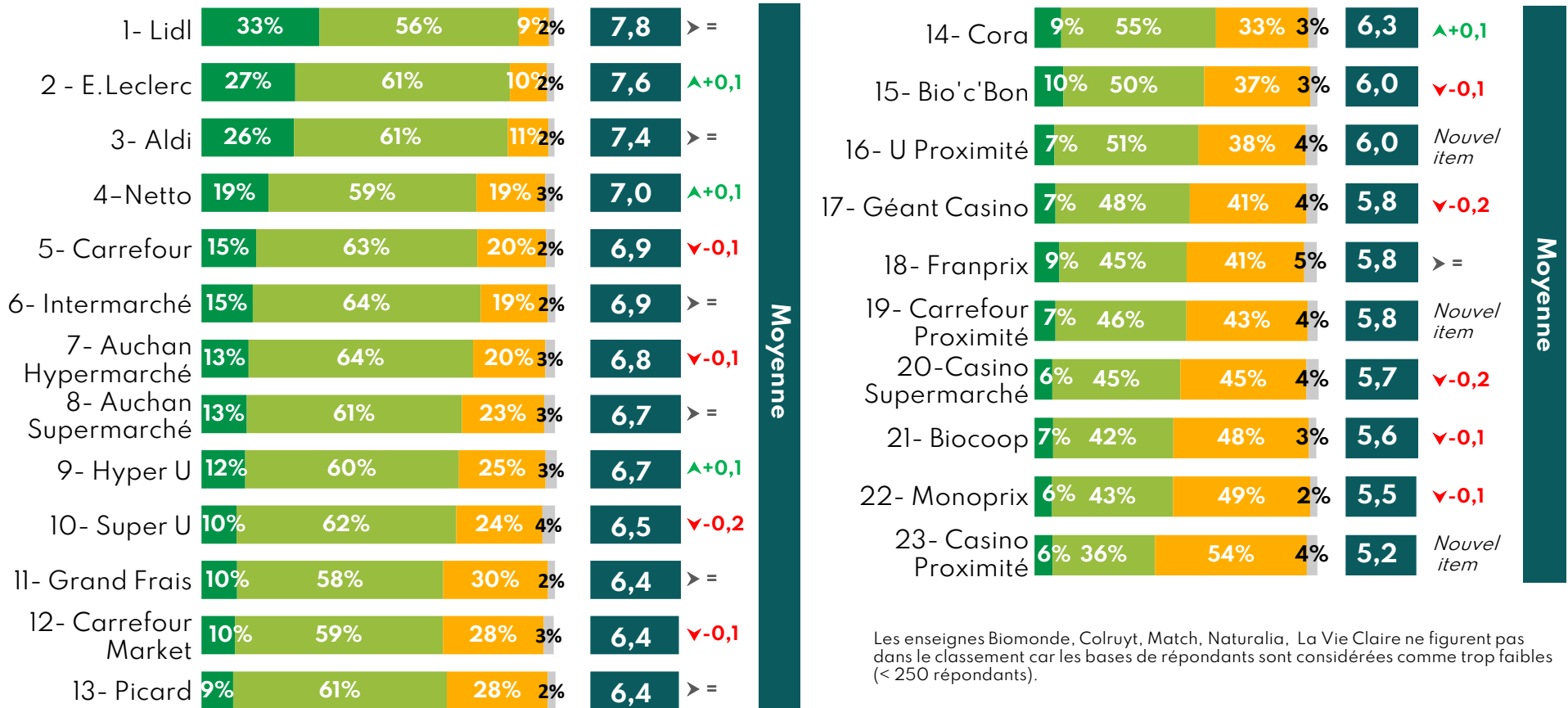
Rappel corrélation : **0,16**

Image Prix

Q. Pour chacune des enseignes où vous êtes déjà allé, quelle note attribuez-vous à chacun des éléments suivants ?

Question posée pour chaque enseigne fréquentée

Les prix qu'elle pratique



Les enseignes Biomonde, Colruyt, Match, Naturalia, La Vie Claire ne figurent pas dans le classement car les bases de répondants sont considérées comme trop faibles (< 250 répondants).

Sous-total Très attractif (notes 9-10)

Sous-total Assez attractif (notes 6-8)

Sous-total Pas attractif (notes 1-5)

NSP

Image Prix : Evolution depuis 2018

	2018-06	2018-12	2019-06	2019-12	2020-06	2020-12	2021-07	2022-08
LIDL	7,2	7,4	7,3	7,3	7,4	7,6	7,8	7,8
Leclerc	7,2	7,3	7,2	7,3	7,2	7,5	7,5	7,6
Intermarché	6,5	6,7	6,5	6,7	6,7	6,8	6,9	6,9
Aldi	6,8	6,9	6,8	6,7	6,8	7,1	7,4	7,4
Carrefour	6,5	6,7	6,5	6,6	6,7	6,7	7	6,9
Auchan	6,7	6,6	6,4	6,5	6,5	6,9	6,9	6,8
Super U	6,2	6,5	6,2	6,5	6,3	6,7	6,7	6,5
Hyper U	6	6,2	6,1	6,2	6,4	6,5	6,6	6,7
Carrefour Market	5,9	6,1	5,7	6,1	6,2	6,5	6,5	6,4
Netto	5,9	6,3	5,8	6,1	6,4	6,3	6,9	7
Géant Casino	5,6	6	5,7	5,9	5,8	5,7	6	5,8
Cora	5,6	6	5,7	5,8	6,2	5,9	6,2	6,3
Casino Supermarchés	5,3	5,7	5,4	5,6	5,6	5,7	5,9	5,7
Match	5,3	5,6	5,3	5,6	6,6	5,4	6,3	6,4
Monoprix	5,1	5,4	5,1	5,2	5,6	5,5	5,6	5,5
Auchan Supermarchés	5,7	6,3	6,1	5,9	6	6	6,7	6,7

Évolution limitée aux enseignes étudiées depuis 2018.

Corrélation Image prix et choix de l'enseigne

Q. Pour chacune des enseignes où vous êtes déjà allé, quelle note attribuez-vous à chacun des éléments suivants ?

Résultats présentés pour les 10 marques obtenant la meilleure note pour chaque critère.

Le prix qu'elle pratique

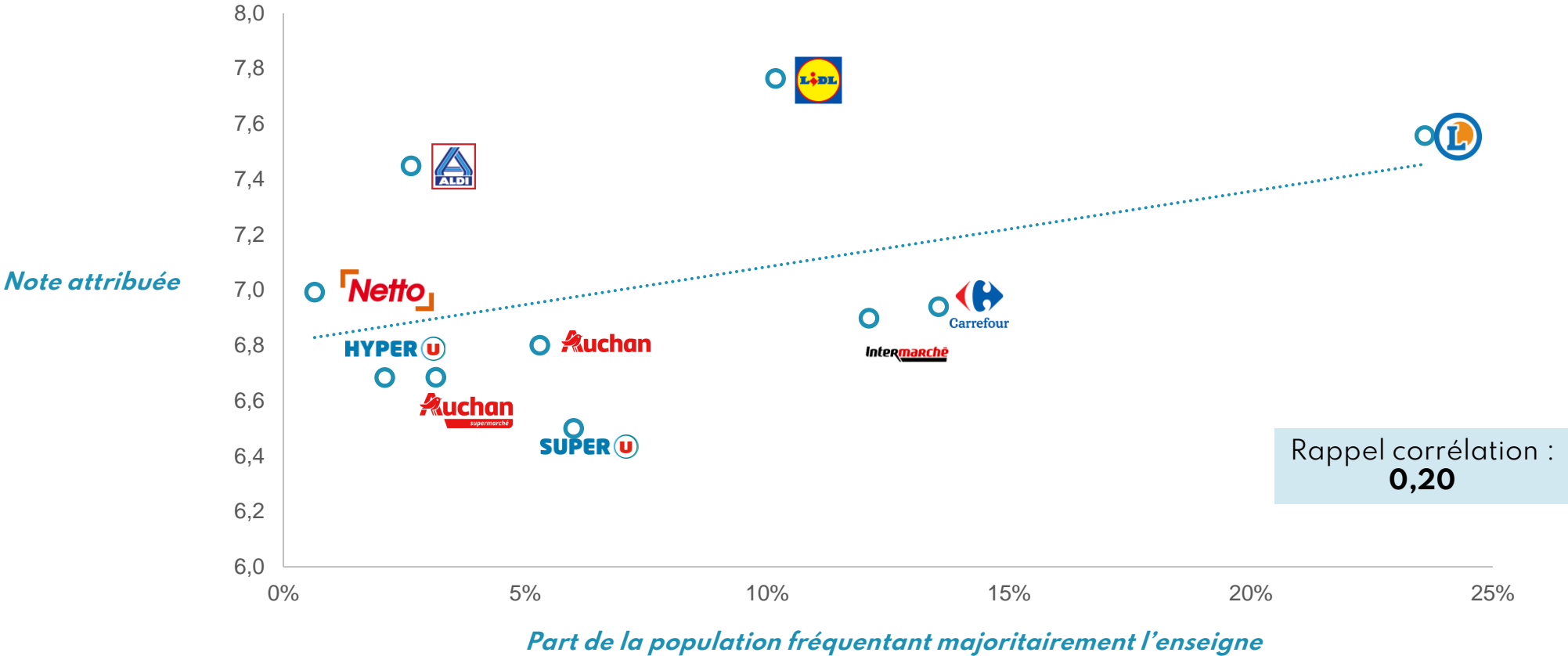
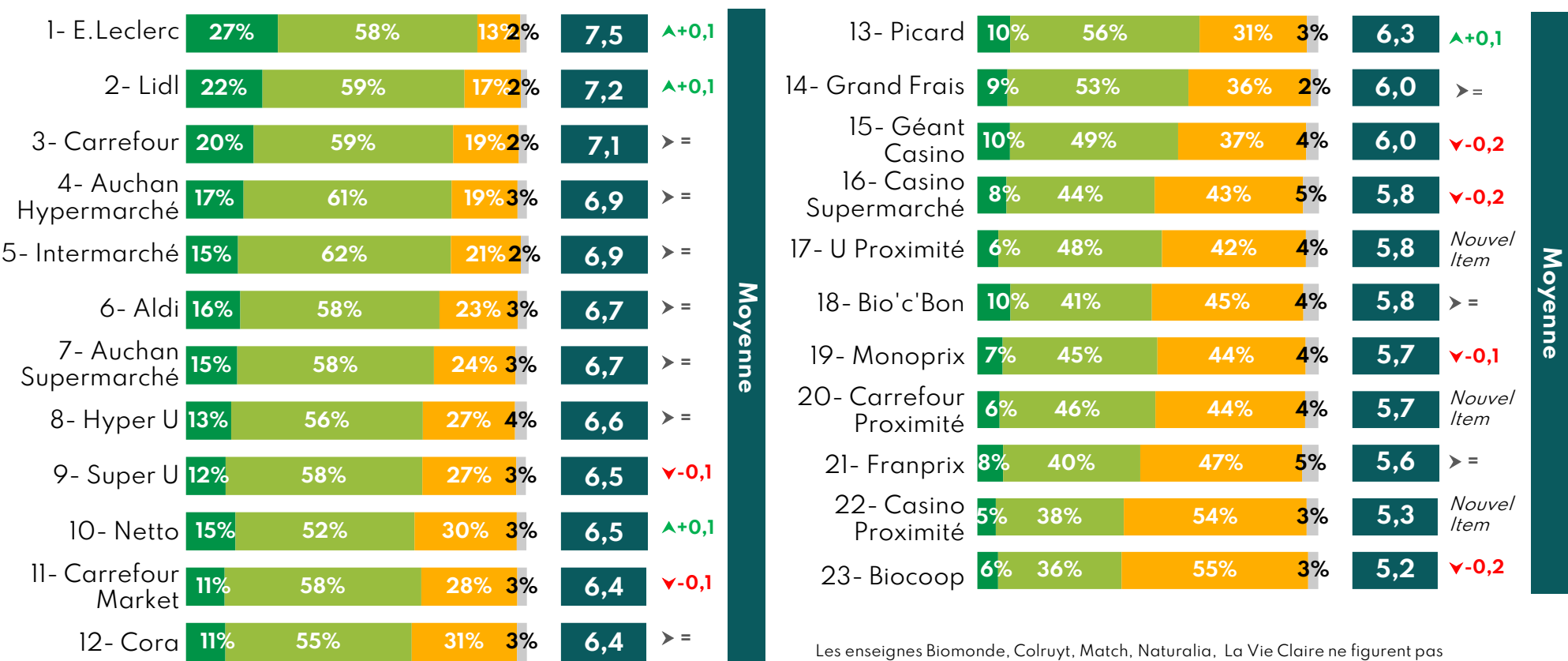


Image Promo

Q. Pour chacune des enseignes où vous êtes déjà allé, quelle note attribuez-vous à chacun des éléments suivants ?

Question posée pour chaque enseigne fréquentée

Les promotions qu'elle propose



Moyenne

Moyenne



Les enseignes Biomonde, Colruyt, Match, Naturalia, La Vie Claire ne figurent pas dans le classement car les bases de répondants sont considérées comme trop faibles (< 250 répondants).

Image Promo : Evolution depuis 2018

	2018-06	2018-12	2019-06	2019-12	2020-06	2020-12	2021-07	2022-08
LIDL	7,1	7,1	6,8	7,2	7,1	7,3	7,1	7,2
Leclerc	7	7	7	7,2	7	7,3	7,4	7,5
Intermarché	6,7	6,8	6,6	7	6,9	7,1	6,9	6,9
Aldi	6,7	6,8	6,4	6,9	6,8	7	6,7	7,4
Carrefour	6,6	6,8	6,6	7	6,8	7,2	7,1	7,1
Auchan	6,8	7	6,7	6,7	6,7	7,2	6,9	6,9
Super U	6,4	6,3	6,4	6,6	6,5	6,6	6,6	6,5
Hyper U	6,4	6,6	6,2	6,7	6,8	6,8	6,6	6,6
Carrefour Market	6,2	6,5	5,9	6,3	6,5	6,8	6,5	6,4
Netto	6	6,7	6,3	6,4	6,5	6,3	6,4	6,5
Géant Casino	6,6	6,6	6,6	6,5	6,7	6,6	6,2	6
Cora	6,3	6,7	6	6,3	6,5	6,5	6,4	6,4
Casino Supermarchés	5,2	6,4	5,9	5,7	6,1	6,2	6	5,8
Match	5,4	6,7	5,7	6,3	6,2	6,2	6,4	6,5
Monoprix	5,5	6,2	5,7	6,1	6,2	6,3	5,8	5,7
Auchan Supermarché	6,5	6,1	5,7	6,2	6,7	6,4	6,7	6,7

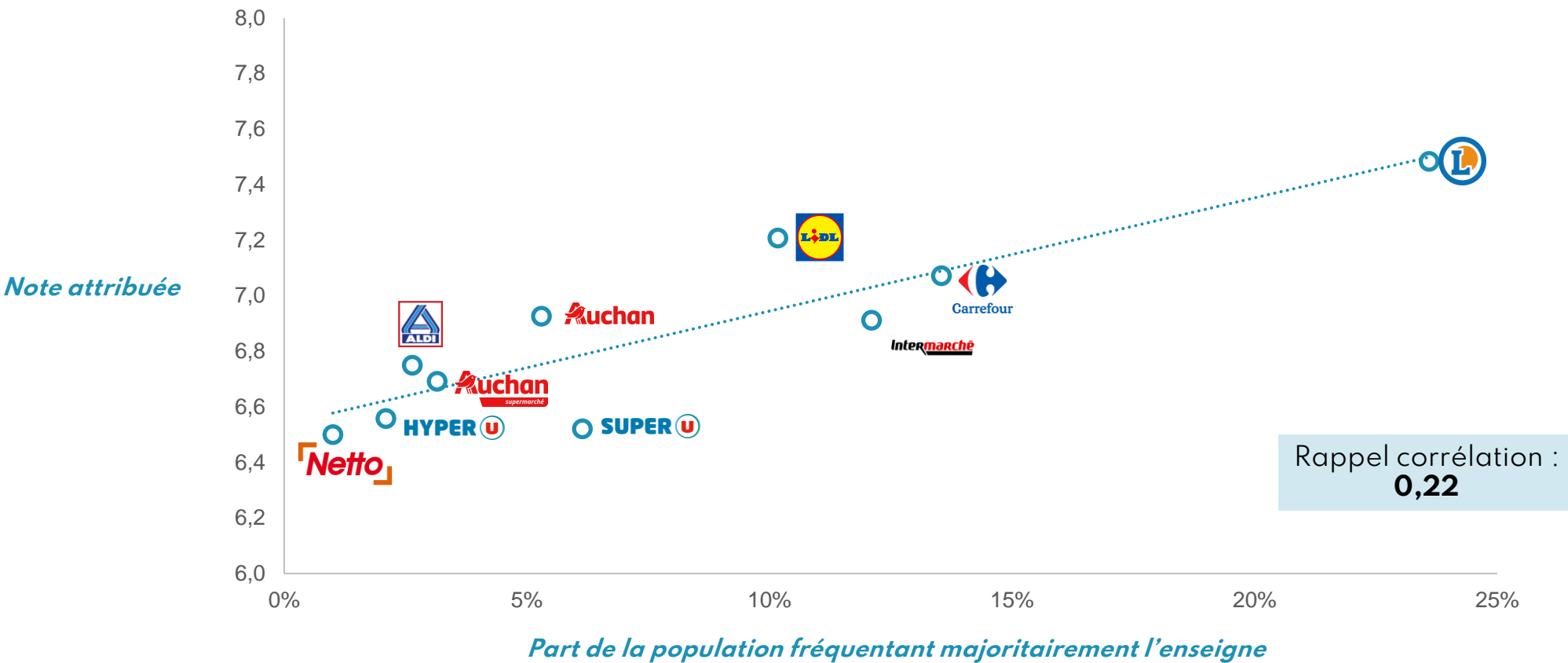
Évolution limitée aux enseignes étudiées depuis 2018.

Corrélation Image promo et choix de l'enseigne

Q. Pour chacune des enseignes où vous êtes déjà allé, quelle note attribuez-vous à chacun des éléments suivants ?

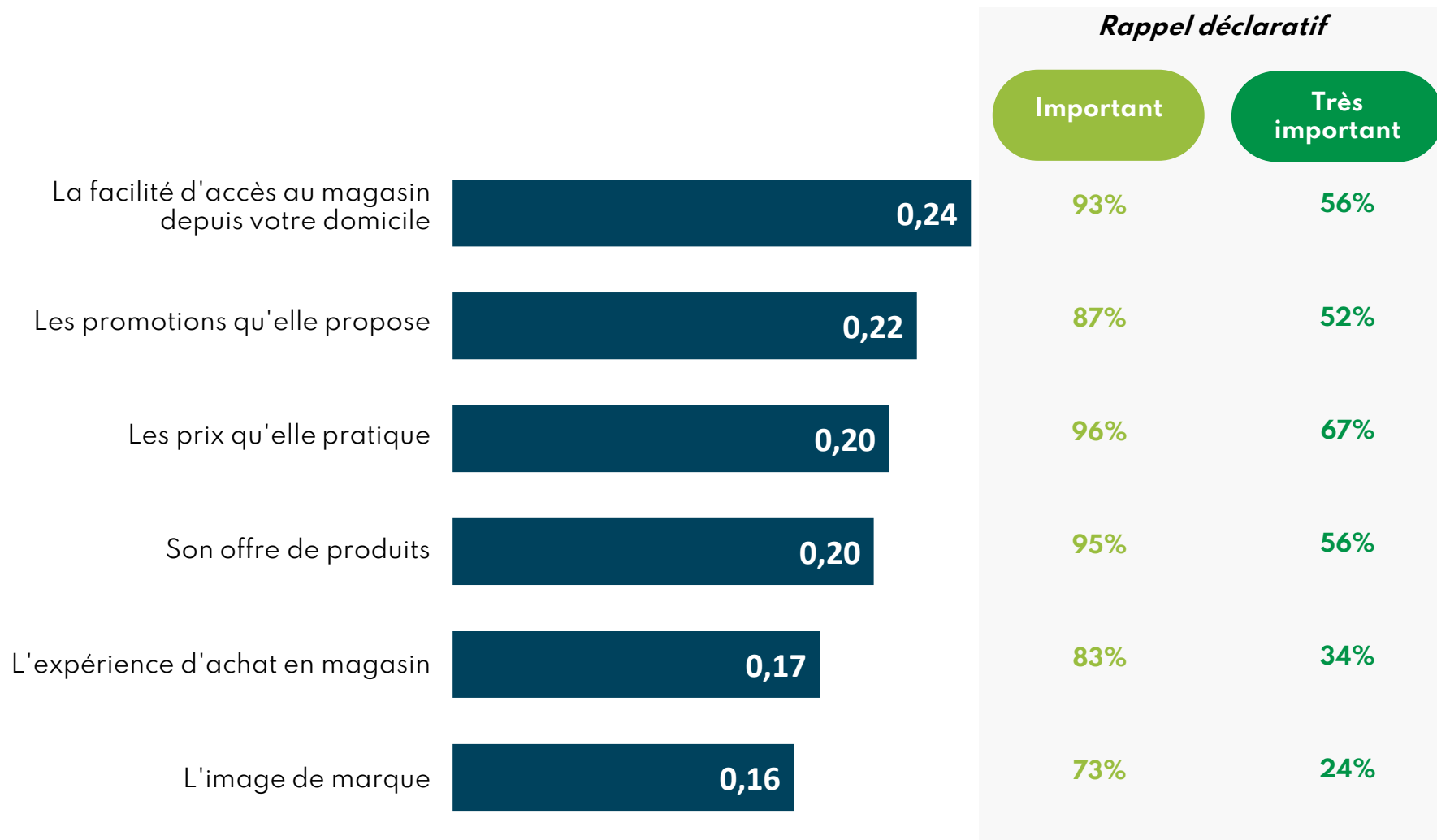
Résultats présentés pour les 10 marques obtenant la meilleure note pour chaque critère.

Les promotions qu'elle propose



Synthèse des corrélations

Calcul de coefficients de corrélation entre la fréquentation d'une enseigne au cours des 12 derniers mois et son image détaillée



benial

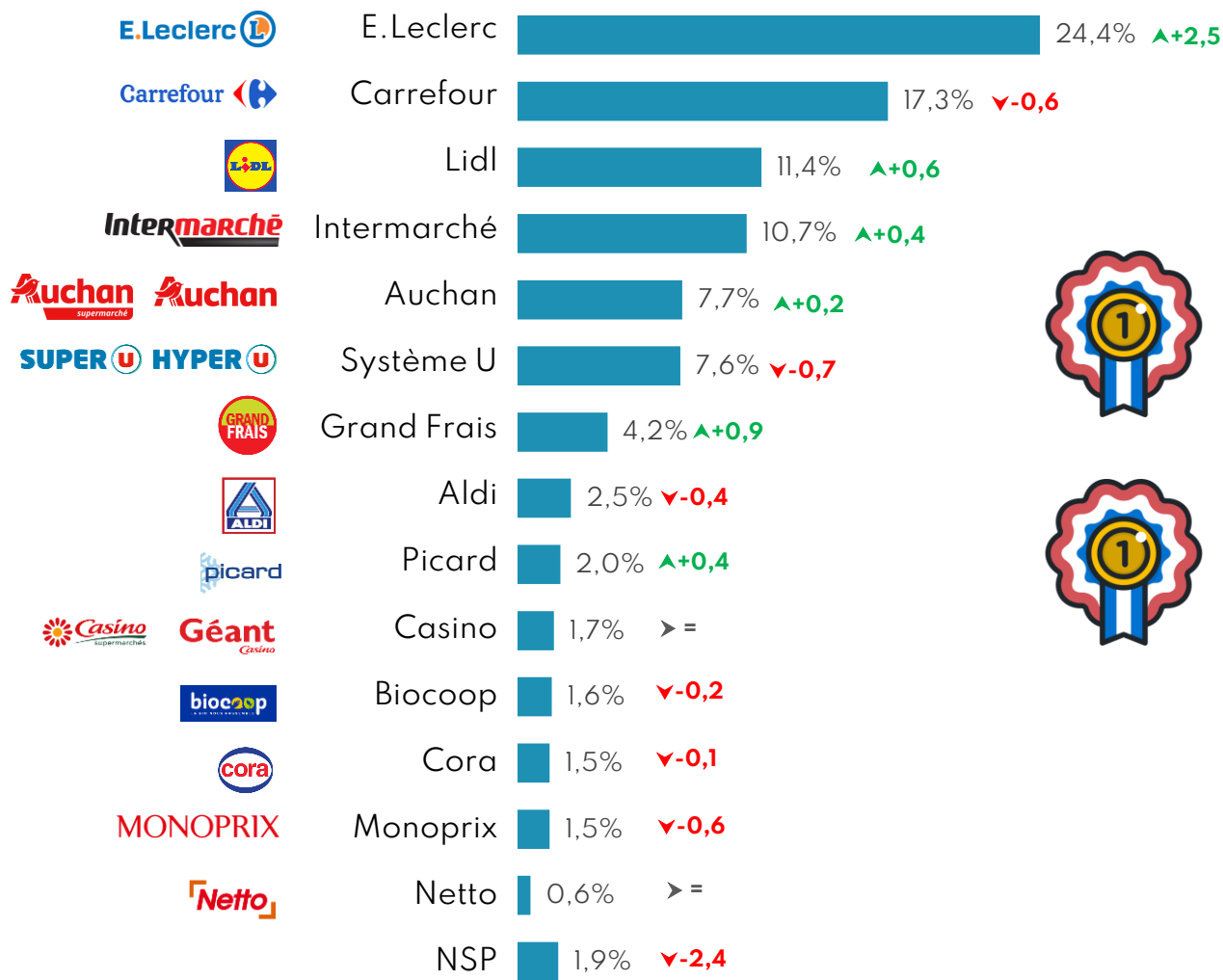
La côte d'amour



Les enseignes alimentaires préférées des Français

5 004 personnes

Q. Parmi toutes les enseignes dans lesquelles vous êtes déjà allé, quelle est celle que vous préférez ?



Classement général
E.Leclerc



Villes de +100 000 habitants
Carrefour

▲▼ : évolutions par rapport à août 2021

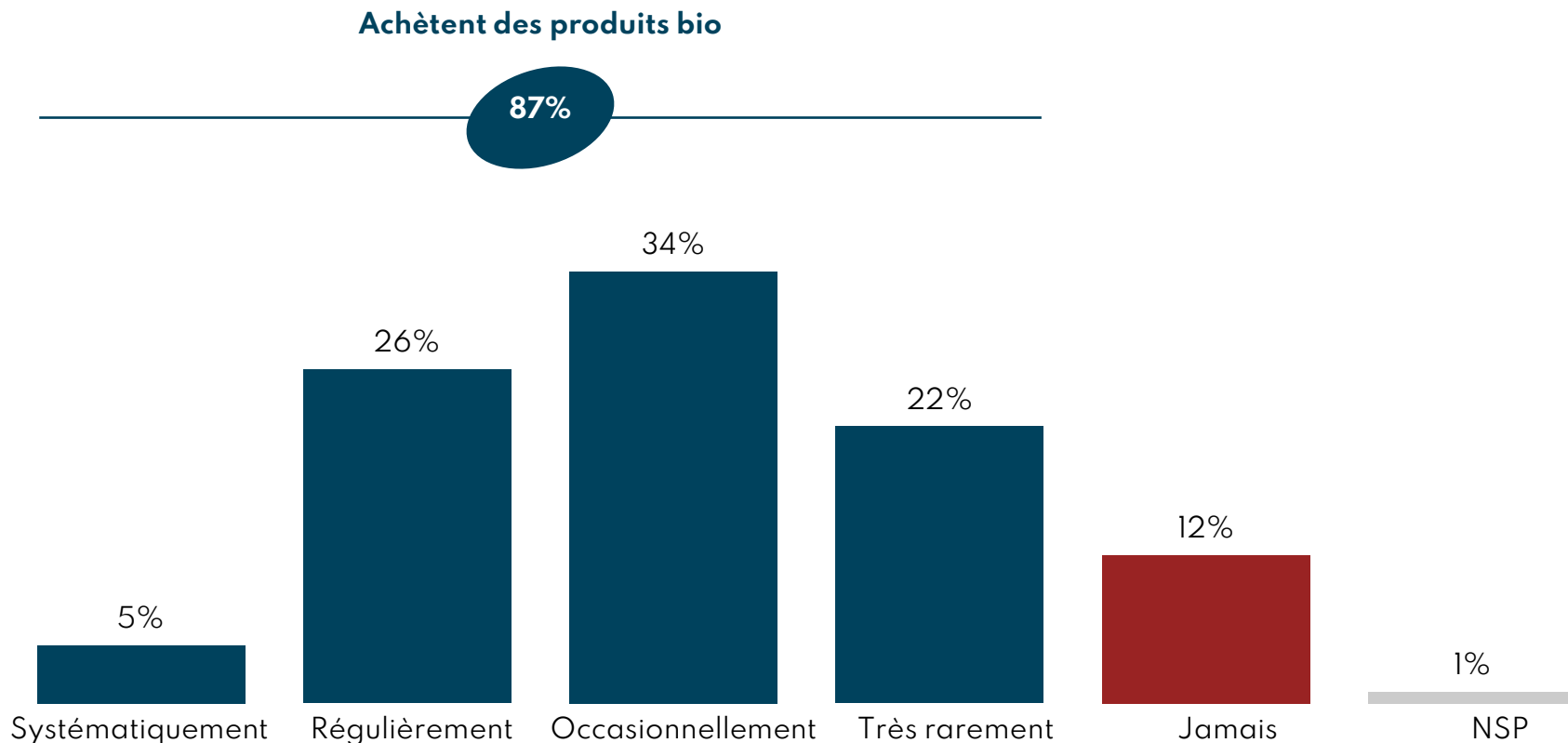
benial

Focus Bio : l'achat de produits alimentaires Bio



La fréquence à laquelle les Français achètent du des produits alimentaires bio

Q. A quelle fréquence achetez-vous des produits alimentaires bio ?

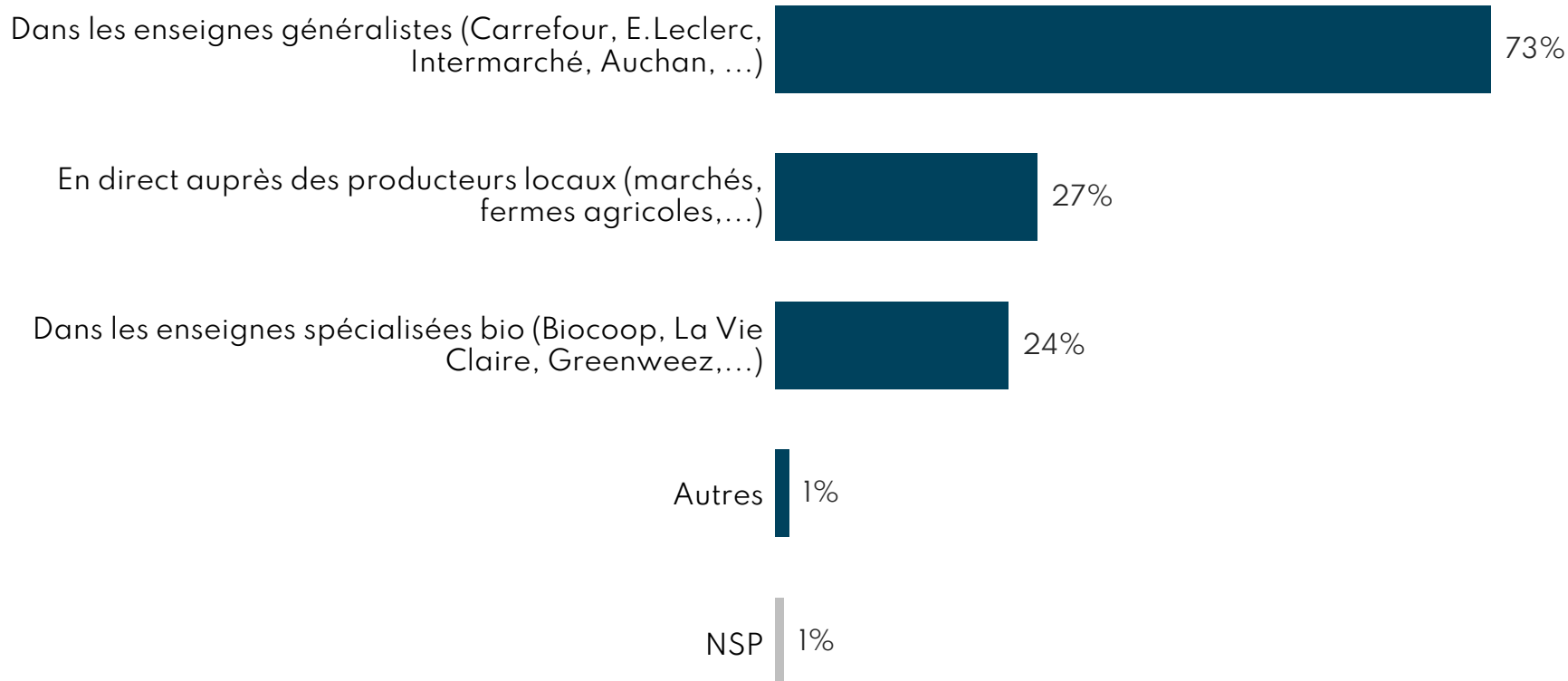


Le lieu favori pour acheter des produits bio



Q. Où réalisez-vous principalement vos achats de produits alimentaires bio ?

Question posée uniquement à ceux qui achètent des produits bio, soit 88% de l'échantillon – Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



Le lieu favori pour acheter des produits bio

4 391
personnes

Q. Où réalisez-vous principalement vos achats de produits alimentaires bio ?

Question posée uniquement à ceux qui achètent des produits bio, soit 88% de l'échantillon – Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	% Important	Sexe		Age					Statut			Revenus mensuels	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP -	Inactif	Moins de 2000€	Plus de 2000€
Dans les enseignes généralistes (Carrefour, E.Leclerc, Intermarché, Auchan, ...)	73%	72%	74%	65%	74%	75%	75%	73%	71%	75%	74%	73%	74%
En direct auprès des producteurs locaux (marchés, fermes agricoles, ...)	27%	27%	26%	31%	19%	24%	27%	31%	28%	23%	29%	22%	29%
Dans les enseignes spécialisées bio (Biocoop, La Vie Claire, Greenweez, ...)	24%	23%	25%	24%	28%	23%	24%	22%	28%	22%	22%	22%	25%
Autres	1%	2%	1%	0%	0%	1%	1%	3%	1%	1%	2%	2%	1%

Le lieu favori pour acheter des produits bio

Q. Où réalisez-vous principalement vos achats de produits alimentaires bio ?

Question posée uniquement à ceux qui achètent des produits bio, soit 88% de l'échantillon – Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	% Total	Catégorie d'agglomération				
		Commune rurale	Ville de 2000 à 19 999 habitants	Ville de 20 000 à 99 999 habitants	Ville de 100 000 habitants et plus hors Paris / hors RP	Agglomération parisienne
Dans les enseignes généralistes (Carrefour, E.Leclerc, Intermarché, Auchan, ...)	73%	73%	73%	70%	74%	75%
En direct auprès des producteurs locaux (marchés, fermes agricoles,...)	27%	33%	30%	28%	24%	20%
Dans les enseignes spécialisées bio (Biocoop, La Vie Claire, Greenweez,...)	24%	18%	23%	23%	25%	29%
Autres	1%	2%	1%	1%	1%	1%

Le lieu favori pour acheter des produits bio

4 391 personnes

Q. Où réalisez-vous principalement vos achats de produits alimentaires bio ?

Question posée uniquement à ceux qui achètent des produits bio, soit 88% de l'échantillon – Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	Région												
	% Total	Ile de France	Hauts de France	Normandie	Centre	Bourgogne-Franche Comté	Bretagne	Grand-Est	Pays de la Loire	Nouvelle Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	PACA + Corse
Dans les enseignes généralistes (Carrefour, E.Leclerc, Intermarché, Auchan, ...)	73%	75%	77%	74%	74%	73%	72%	75%	70%	69%	72%	72%	73%
En direct auprès des producteurs locaux (marchés, fermes agricoles, ...)	27%	21%	26%	25%	28%	22%	30%	26%	32%	31%	32%	30%	24%
Dans les enseignes spécialisées bio (Biocoop, La Vie Claire, Greenweez, ...)	24%	29%	16%	29%	18%	19%	24%	17%	24%	24%	26%	26%	25%
Autres	1%	1%	1%	2%	1%	2%	1%	1%	2%	2%	1%	1%	2%

Contacts Étude

Pour toute question ou demande relative à l'étude, n'hésitez pas à nous contacter.



Pour Bonial

Fabien DUTRIEUX
Directeur Marketing B2B
06 58 62 03 65

fabien.dutrieux@bonial.fr



Pour OpinionWay

Frédéric MICHEAU
Directeur général adjoint
Directeur des études d'opinion

fmicheau@opinion-way.com