



**ÉCONOMIE**

# Leclerc plébiscité dans tous les secteurs

Rouleau compresseur dans l'alimentaire, le groupe a également déployé des concepts dans l'optique, la bijouterie ou la culture. Tous figurent dans le classement des enseignes préférées des Français.

**Odile Plichon**

**ON SAVAIT DÉJÀ** que Leclerc était l'enseigne alimentaire la plus puissante de la grande distribution. Mais sa force de frappe dans des pans entiers de l'économie avait visiblement été sous-estimée... Voilà l'un des enseignements d'une étude qui vient de paraître sur l'attractivité des enseignes\*. Dans cette analyse, que **Bonial** (une application qui liste les offres des catalogues de promotions des grandes surfaces) publie pour la première fois, on apprend ainsi que le trio de tête des marques les plus désirées reste Decathlon, Ikea et le néerlandais Action, ce qui n'est pas une surprise.

Les Centres Leclerc gardent eux leur leadership dans la catégorie « alimentaire », ce qui n'a rien d'une révélation non plus : les personnes interrogées reviennent sur la facilité d'accès de leurs magasins, la variété de l'offre, la fréquence des promotions, mais aussi sur le critère de « l'expérience d'achat en magasin », d'autant

plus appréciée que chaque « patron » d'un Leclerc (on les appelle des « adhérents ») est propriétaire de ses murs, et a donc à cœur d'entretenir son patrimoine et son magasin.

**Triple accessibilité**

Mais la principale nouveauté est ailleurs : plusieurs des concepts créés ces dernières années ou décennies par la famille Leclerc ont eux aussi le vent en poupe. Le Manège à bijoux, que tous les habitués de Leclerc connaissent ? Il est premier dans la catégorie « bijouterie », devant Histoire d'or et Pandora ! L'Auto E. Leclerc ? Leader aussi, devant les centres automobiles Carter Cash et Norauto. Nos animaux E. Leclerc ? Grands gagnants, là encore, devant Maxi Zoo et Animalis. Pour compléter le tableau, il faudrait ajouter qu'E. Leclerc Optique arrive en deuxième position derrière Lunettes pour tous (mais devant Afflelou), et que les espaces culturels E. Leclerc,

eux, suivent de près Cultura... et devançant la Fnac.

Bref, un raz de marée. « Pour chacun de ces concepts, Leclerc coche toutes les cases de la stratégie gagnante dans les commerces physiques, celle du triple A : accessibilité des magasins, accessibilité des produits et accessibilité du prix », décrypte Jean-Marc Liduena, le directeur général de Circle Strategy, un cabinet de conseil en stratégie.

**Le critère du prix primordial**

Alors que cinq des dix enseignes qui réussissent à se hisser dans le top 10 général de ce hit-parade sont connues pour être très bon marché (Action, Leclerc, Gifi, Lidl et B&M), le critère du prix est bien sûr déterminant. « Depuis la période d'hyper-inflation, toutes nos études montrent qu'il devient de plus en plus primordial, souligne Laurent Landel, le président de Bonial. À cette aune-là, les Centres Leclerc, qui ont axé tout leur discours

autour de ce thème depuis soixante ans, bénéficient d'une véritable prime à l'histoire. »

Mais réduire le succès de cette enseigne à ce seul critère serait une erreur. « Le fait que ses 600 hypermarchés soient facilement accessibles, et que les concepts automobiles, animaux, etc. soient déclinés non loin, a aussi joué », abonde l'expert de la grande distribution Philippe Goetzmann, qui rappelle par exemple que bien opportunément, les centres automobiles de Leclerc sont implantés juste à côté des stations-service E. Leclerc, dont l'image prix est excellente. « Pour les bijoux, la culture, l'optique, les animaux... Ils ont prouvé leur capacité à démocratiser des produits ayant un bon rapport qualité/prix », conclut-il.

\* L'attractivité commerciale des enseignes de la grande distribution, Baromètre Bonial mené avec Ipsos, novembre 2024.



### Les enseignes les plus attractives

Classement par secteur d'activité selon l'indice d'attractivité commerciale 2024 : moyenne des indices obtenus sur chacun des 11 critères d'attractivité

 Decathlon	Sport	36
 Ikea	Ameublement, déco.	33,30
 Action	Produits du quotidien	32,50
 Leroy Merlin	Bricolage, jardinage	27,10
 E. Leclerc	Alimentation gén.	26
 Burger King	Restauration rapide	23,20
 Nos animaux E. Lec.	Animalerie	22,90
 Grand Frais	Alimentation spé.	20,90
 L'Auto E. Leclerc	Centres auto.	20,10
 Lunettes pour tous	Optique, audition	17,50

Source : Baromètre Ipsos pour [Bonial](#). - Le Parisien-Infographie.

