

# UNIVERS habitat@



commerce associé - distribution - industrie

## SALON • FIL ROUGE

*Bilan & reportages  
EspritMeuble •  
EspritCuisine*



p. 31-144

## DISTRIBUTION • LITERIE

*Panorama 2024-2025  
des Enseignes de literie*



p. 75-87

## BRICO-JARDIN & NÉGOCE

*Weldom : Dynamique  
et synergie du réseau*



p. 152-153

## AMEUBLEMENT • CUISINE • ÉLECTROMÉNAGER • BRICO-JARDIN & NÉGOCE



© Image générée par l'IA

## Bilan 2024 et perspectives 2025 : Une possible reprise au 2<sup>nd</sup> semestre ?

*" Depuis 2021, Google Maps enregistre 200 % d'augmentation des recherches "Autour de moi", ce qui montre un vrai engouement client à trouver le bon magasin, surtout quand on sait que 63 % des achats faits en magasin commencent en ligne »*

Xavier Hirth, co-fondateur d'Impakt 360



p. 24

Bilans d'évènements

**Bonial Day - Baromètre IPSOS x Bonial**

**Quelles sont les enseignes de l'habitat « les plus attractives de France » selon les consommateurs ?**

Bonial a profité de sa journée annuelle de conférences, le Bonial Day du 6 décembre 2024, pour dévoiler les résultats d'une étude exclusive réalisée avec le cabinet Ipsos. Voici les résultats pour les 3 segments qui concernent l'aménagement du foyer. .... Par Anthony Thiriet

Entreprise de média et de technologies au service des magasins et de leurs clients, Bonial a réalisé une étude exclusive avec le cabinet Ipsos. « C'est la première entièrement dédiée à l'attractivité commerciale des enseignes de la distribution en France », relève Emily Tamazirt, Senior PR Manager chez Bonial. Réalisé du 23 septembre au 8 février

2025 auprès de 10 000 consommateurs (échantillon représentatif de la population française), ce baromètre repose sur 11 critères variés. Il dévoile comment les 342 enseignes retenues pour cette 1<sup>re</sup> édition parviennent à attirer les clients en magasin. Des distinctions ont été remises dans 16 secteurs, dont 3 concernent l'aménagement de l'habitat.



➤ **Ameublement & Décoration**

Pour cette catégorie, 17 enseignes ont été évaluées par des consommateurs, qu'ils soient déjà leurs clients ou non : Alinéa, But, Conforama, Crozatier, EK France, Fly, Gautier, H&H, H&M Home, Ikea, Jysk, Keria, Maisons du Monde, Meublena, Monsieur Meuble, Xooon et Zara Home. L'étude précise que les écarts-types de ce secteur sont élevés sur les critères liés au prix. « L'attractivité prix et le rapport qualité prix apparaissent comme des aspects essentiels pour se démarquer sur ce marché », commente Emily Tamazirt,

**Une belle première place pour Ikea**

Sur les 17 enseignes évaluées dans cette catégorie, c'est Ikea qui a été désignée « la plus attractive de France ». Alors que l'indice d'attractivité du secteur «Ameublement et



Carole Feleppa, directrice marketing d'Ikea France.

« L'attractivité prix et le rapport qualité prix apparaissent comme des aspects essentiels pour se démarquer sur le marché Ameublement & Décoration »

Baromètre Ipsos pour Bonial - 2024

Décoration» est de 17,3, Ikea surplombe ses concurrents avec 33,3, soit près du double de la moyenne. Le trophée a été remis à Carole Feleppa, directrice marketing de l'enseigne en France. Ikea domine sur 10 critères d'attractivité sur 11, avec plusieurs indices supérieurs à 40. Tous secteurs confondus, l'enseigne arrive sur la 2<sup>e</sup> place du podium des « Enseignes les plus attractives de France » en 2024, derrière Decathlon.

**La démarche RSE de CAMIF mise à l'honneur**

Olivier Dauvers a clôturé le Bonial Day en parlant de RSE. Il a notamment décerné un « coup de cœur » à CAMIF : à l'occasion du Black Friday, au lieu de communiquer sur des remises, l'enseigne a mis en avant les réductions d'empreinte carbone que représentent ses produits.

**Des indices proches pour But et Conforama**

Les enseignes But et Conforama arrivent à la 2<sup>e</sup> et la 3<sup>e</sup> place de la catégorie «Ameublement et Décoration», avec des indices respectifs de 22,7 et 22,2, relativement proches mais bien en-deçà de celui d'Ikea. Seul critère où Ikea n'est pas en tête, celui de la « Responsabilité sociétale » est incarné par l'enseigne néerlandaise Xooon, avec un indice d'attractivité de 16,7, pour une moyenne toutes enseignes confondues de 9,6. ♦



Source : Baromètre Ipsos pour Bonial - 1<sup>re</sup> édition - Février 2025.

## ► Culture, Loisirs & Électroménager

Sur le segment de marché «Culture, loisirs et Électroménager», 31 enseignes ont été évaluées par les consommateurs. Comme dans l'alimentaire, c'est le critère «facilité d'accès au magasin» qui obtient les meilleurs résultats sur ce secteur (présence d'un parking, proximité avec les transports en commun...). L'écart-type élevé sur ce sujet met aussi en exergue les grandes disparités entre les enseignes. La «variété de l'offre» et le «rapport qualité prix» sont d'autres éléments d'attractivité essentiels pour cette catégorie «Culture, loisirs et Électroménager».



Vincent Bragantini, directeur e-commerce et marketing d'Électro Dépôt.

« La facilité d'accès au magasin est le critère qui obtient les meilleurs résultats sur le secteur "Culture, loisirs et électroménager" »

Baromètre Ipsos pour Bonial - 2024

tarifaire lui permet d'être en tête du classement pour 4 des 11 critères : «l'attractivité prix» (41 face à une faible moyenne de 16,7), le «rapport qualité-prix» (37,2 vs 20,6), la «générosité des promotions» (18,1 vs 8) et la «fréquence des promotions» (20,2 vs 10,4).

### Électro Dépôt lauréate grâce à sa politique de prix

Sur les 31 enseignes évaluées, c'est **Électro Dépôt** qui a été désignée « la plus attractive de France » par les consommateurs sur ce segment, avec un indice de 23 pour une moyenne de 16,6. Le trophée a été remis à **Vincent Bragantini**, directeur e-commerce et marketing. Tous secteurs confondus, Électro Dépôt figure dans le Top 16 de ce baromètre. L'enseigne se distingue par son concept de mise en rayon sur palette de produits à prix compétitifs, qui permet de réduire les coûts et de garantir des économies. Sa politique



Source : Baromètre Ipsos pour Bonial - 1<sup>re</sup> édition - Février 2025.

### Fnac à l'honneur pour la structure de son offre

Arrivée en 2<sup>e</sup> position sur ce segment avec 23,8, **Cultura** se distingue sur la «pertinence de l'offre» et «l'expérience d'achat en magasin». Les **Espaces Culturels E.Leclerc** sont sur la 3<sup>e</sup> marche du podium avec 23,3 et la 1<sup>re</sup> place pour la «facilité d'accès aux magasins». Notons que **Fnac** obtient le meilleur score pour la «variété de l'offre» (37,3 vs 25,6) et la «qualité de l'offre» (32,5 vs 22,5). **Nature & Découvertes** se démarque sur la «responsabilité sociétale» (20,6 vs 9,2), et **ID Kids** pour «l'utilité des promotions». ♦

## ► Bricolage & Jardinage

Pour le secteur «Bricolage & Jardinage», 21 enseignes ont été évaluées par des consommateurs, qu'ils soient déjà leurs clients ou non. L'étude précise que les écarts-types de ce segment sont élevés sur les éléments liés au prix : « L'attractivité prix et le rapport qualité prix apparaissent comme des critères où les enseignes de bricolage et de jardinage peuvent construire leur singularité pour se démarquer sur le marché », commente **Emily Tamazirt**.

### Victoire pour Leroy Merlin, 4<sup>e</sup> du classement général

Sur les 21 enseignes évaluées dans cette catégorie, c'est **Leroy Merlin** qui a été désignée « la plus attractive de France ». Alors que l'indice d'attractivité du secteur «Bricolage & Jardinage» est de 18,1, l'entreprise a obtenu le très beau score de 27,1. Le trophée a été remis à **Flore Delobelle**, directrice marketing de Leroy Merlin. L'enseigne arrive en tête sur 6 des 11 critères, dont la «facilité d'accès au magasin» (42,5 vs 34,4 de moyenne), la «variété de l'offre» (40 vs 26,1), la «pertinence de l'offre» (37,7 vs 24,7), la «qualité de l'offre» (33,9 vs 21,8) et «l'expérience d'achat en magasin» (30,8 vs 20,2). Notons que Leroy Merlin se hisse à la 4<sup>e</sup> place de ce baromètre Ipsos/Bonial 2024, tous secteurs confondus.



Flore Delobelle, directrice marketing de Leroy Merlin.

« L'attractivité prix et le rapport qualité prix permettent aux enseignes de bricolage et de jardinage de construire leur singularité pour se démarquer »

Baromètre Ipsos pour Bonial - 2024

### Kingfisher sur le podium, Botanic en tête pour la RSE

Les enseignes **Brico Dépôt** et **Castorama**, toutes les 2 intégrées au groupe **Kingfisher**, suivent à la 2<sup>e</sup> et la 3<sup>e</sup> place de la catégorie «Bricolage & Jardinage», avec des indices respectifs de 24,2 et 22,1. **Brico Dépôt** est en tête sur 4 des 11 critères de cette étude, dont le «rapport qualité prix» (37,8 vs 24,4), la «fréquence des promotions» (22,9 vs 13,1) et la «générosité des promotions» (18,2 vs 9,3). Sur la «responsabilité sociétale», c'est **Botanic** qui obtient la 1<sup>re</sup> place et le meilleur indice d'attractivité, à savoir 13,9 pour une moyenne toutes enseignes confondues de 8,6. ♦



Source : Baromètre Ipsos pour Bonial - 1<sup>re</sup> édition - Février 2025.