



INDICE

## Leroy Merlin adoubé mais cerné!

Le baromètre Ipsos/Bonial sur l'attractivité des enseignes auprès des Français a rendu son verdict. L'empereur toutes catégories reste Decathlon. Dans le secteur brico, Leroy Merlin est sur la plus haute marche, cerné par les enseignes de Kingfisher, Brico Dépôt et Castorama.

Des dizaines de secteurs (sport, brico, jardin etc.), onze critères d'attractivité... Voilà comment chaque enseigne récolte un indice moyen qui lui permet d'être classé dans sa famille et d'obtenir une place au général! À ce jeu, Decathlon éclate la concurrence sur sept critères toutes enseignes confondues. Seul Action lui vole la vedette sur les critères d'attractivité de prix et autres promotions. Dans sa catégorie sport, Decathlon laisse son second Intersport à plus de 10 points derrière. Cet écart n'est pas aussi important dans le brico, où Leroy Merlin ne devance Brico Dépôt que de 1,9 point. Certes, Leroy Merlin domine la concurrence sur 6 critères sur 11, mais Brico Dépôt gagne la partie 4 fois avec de forts indices sur l'attractivité prix, les promos, etc. À noter que Castorama n'est pas très loin non plus à la 3<sup>e</sup> place et



botanic® rafle l'indice de la responsabilité sociétale. Normal! Nos Animaux E.Leclerc se place en tête des animaleries, avec 0,4 point d'avance d'indice devant Maxi Zoo et Animalis. ●

### Les 11 critères d'attractivité commerciales

1. Facilité d'accès au magasin
2. Attractivité prix
3. Variété de l'offre
4. Rapport qualité-prix
5. Pertinence de l'offre
6. Qualité de l'offre
7. Expérience d'achat en magasin
8. Fréquence des promotions
9. Générosité des promotions
10. Utilité des promotions
11. Responsabilité sociétale

