



Prêt-à-porter : Kiabi conserve son titre de “Top Enseigne”

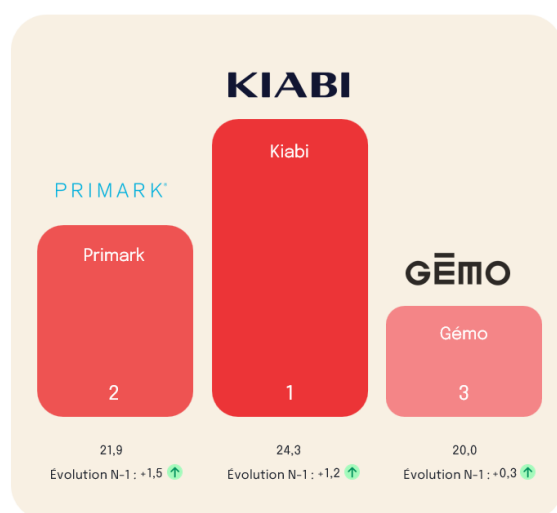


Bonial et Ipsos présentent la deuxième édition du baromètre de l'attractivité des enseignes françaises. Basée sur les réponses de 10 000 Français, cette étude évalue plus de 350 enseignes réparties sur 20 secteurs d'activité. Elle révèle comment les enseignes attirent les consommateurs et l'évolution de leur attractivité depuis un an. Dans le secteur du prêt-à-porter, 47 enseignes ont été évaluées selon 11 critères comme la variété de l'offre, la fréquence des promotions en passant par le rapport qualité prix.

Télécharger
l'étude



— Kiabi conserve son titre de Top Enseigne – secteur prêt-à-porter



Dans le secteur du prêt-à-porter, l'indice secteur s'élève à 14,5. Il s'agit de la moyenne des notes obtenues par l'ensemble des enseignes sur les 11 critères étudiés. Cette année, le classement du top 3 reste inchangé. Kiabi conserve son titre de Top Enseigne, avec un indice de 24,3 (+1,2 point vs l'an dernier). Primark se classe toujours en deuxième place avec un indice de 21,9 (+1,5 point). Gemo arrive en troisième position avec un indice de 20,0 (+0,3 point).

L'attractivité des prix est de loin le critère ayant l'écart-type le plus élevé. Avec un écart-type supérieur à 10, il s'agit donc d'un domaine différenciant pour les enseignes de ce secteur.

— Les Top Enseignes 2026 – Prêt-à-porter – sur chaque critère d'attractivité commerciale

Positionnée sur les petits prix, Kiabi se démarque par son rapport qualité-prix, sa facilité d'accès et ses performances sur les critères liés aux promotions (utilité, générosité et fréquence). Toutefois, cette année, Primark lui ravit la première place en matière d'attractivité prix.

Les Galeries Lafayette conservent leur attractivité grâce à une offre qualitative et variée, ainsi qu'à une expérience d'achat en magasin appréciée. Concernant la pertinence de l'offre, c'est Uniqlo qui reste la référence.

Enfin, sur le volet responsabilité sociétale, c'est Was We Are Select qui obtient le meilleur indice d'attractivité commerciale, détrônant ainsi Petit Bateau.

Critère	Enseigne	Indice enseigne	Indice secteur	Evolution N-1
Attractivité prix	Primark	46,3	19,2	+5,3
Rapport qualité prix	Kiabi	39,7	21,9	+1,2
Utilité des promotions	Kiabi	15,5	9,4	+0,5
Générosité des promotions	Kiabi	19,5	8,6	+2,4
Fréquence des promotions	Kiabi	21,2	10,3	-0,5
Pertinence de l'offre	Uniqlo	23,6	16,6	+2,7
Qualité de l'offre	Galeries Lafayette	32,0	18,2	-0,1
Variété de l'offre	Galeries Lafayette	30,7	20,2	+2,9
Facilité d'accès au magasin	Kiabi	33,9	23,1	+1,3
Expérience d'achat en magasin	Galeries Lafayette	23,0	16,8	+2,0
Responsabilité sociétale	Was We Are Select	13,5	6,9	-

Méthodologie



Echantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de 10 000 personnes. 359 enseignes étudiées, réparties sur 20 secteurs d'activité.

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 19 septembre au 4 octobre 2025.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : " Baromètre réalisé par Ipsos BVA pour Bonial – 2^{ème} édition – 2025 "et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Les 47 enseignes – Prêt-à-porter – analysées : Armand Thiery, Besson, Bonobo, Brice, BZB (ex Bizzbee), C&A, Cache-Cache, Catimini, Celio, Chaussea, Courir, Cyrillus, Devred 1902, Eram, Etam, Galeries Lafayette, Gemo, Geox, H&M, IKKS, Intimissimi, Jacadi, Jennyfer, Jules, Kiabi, Kookaï, La Halle, Maison 123, Mango, Minelli, Morgan, Okaïdi, Orchestra, Petit Bateau, Pimkie, Primark, Princesse Tam Tam, Printemps, Promod, Rouge gorge, Tape à l'œil, Undiz, Uniqlo, Vertbaudet, Was We Are Select, Zara et Zeeman

Contacts presse

Agence VIANOVA

bonialpresse@vianova-rp.com

Hamza Chemrakhi : +33 6 70 05 78 98

Justine Turc-Guiborat : +33 6 71 23 32 22

Bonial | Emily Tamazirt

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

