



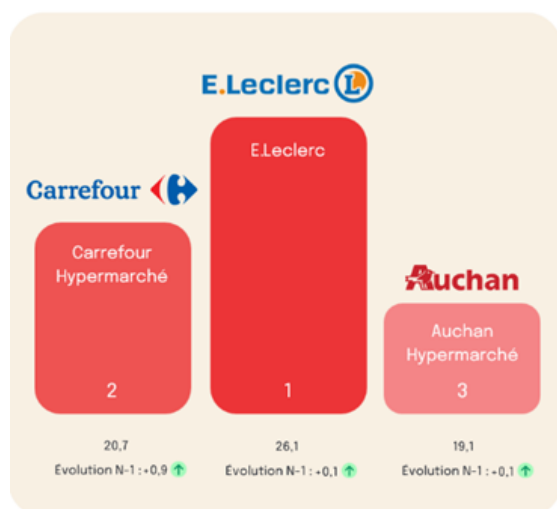
Alimentation générale catégories hypermarchés – supermarchés – proximité – drive : Quelles sont les Top Enseignes en 2026 ?

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. Cette année, le secteur de l'alimentation générale a été réparti en 4 sous-catégories : hypermarchés, supermarchés, commerces de proximité et drive. Au total, 42 enseignes ont été évaluées selon 11 critères, allant de la facilité d'accès et de la fréquence des promotions jusqu'au rapport qualité-prix.

Télécharger
l'étude



— E.Leclerc remporte le titre de Top Enseigne – catégorie : hypermarchés



Dans la catégorie « hypermarchés », l'indice secteur s'élève à 20,9. Il s'agit de la moyenne des notes obtenues par l'ensemble des enseignes sur les 11 critères étudiés. E.Leclerc garde la première place du top 3 avec un indice de 26,1. Carrefour arrive en deuxième position suivi d'Auchan.

A l'exception de la responsabilité sociétale, E.Leclerc domine sur tous les critères d'attractivité commerciale (10 sur 11)

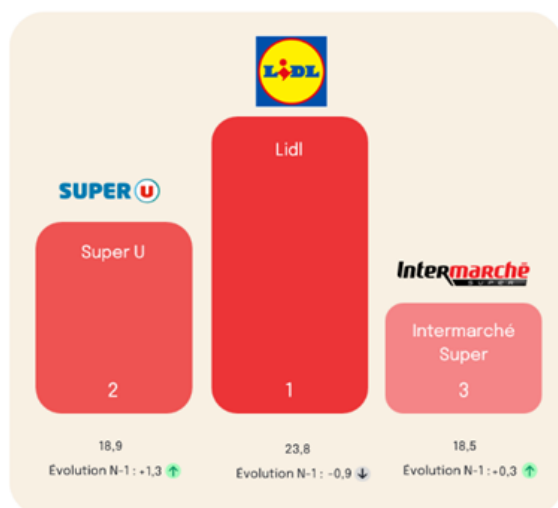
C'est Costco qui occupe la première place sur le critère de la responsabilité sociétale, avec une évolution de +4.3 points par rapport à l'an dernier.



— Lidl remporte le titre de Top Enseigne – catégorie : supermarchés

Dans la catégorie « supermarchés », l'indice moyen secteur s'élève à 16,3. Lidl arrive en tête du podium. Super U et Intermarché Super complètent le podium.





Les supermarchés Lidl se démarquent sur tous les critères liés aux prix (attractivité et rapport qualité-prix) et aux promotions (utilité, générosité et fréquence). Elle est aussi perçue par les Français comme l'enseigne la plus facile d'accès et où l'expérience d'achat est la plus satisfaisante.

Les critères autour de l'offre sont partagés par trois enseignes : Super U pour la pertinence de l'offre, Monoprix pour la qualité de l'offre et Auchan Supermarché pour sa variété de produits.

Sur la responsabilité sociétale, Colruyt obtient le meilleur indice d'attractivité.

Intermarché Express remporte le titre de Top Enseigne – catégorie : proximité



Le top 3 est très serré dans la catégorie commerce de « proximités » où l'indice moyen secteur est de 12. Le groupe Intermarché rafle les deux premières places du podium avec Intermarché Express et Intermarché Contact. E.Leclerc Express arrive au troisième rang.

Cette catégorie se caractérise par une homogénéité entre les enseignes sur les critères d'attractivité.

E.Leclerc Express domine sur l'attractivité prix et Intermarché Express se distingue sur les aspects liés à l'offre (variété et qualité). Intermarché Contact tire son épingle du jeu sur le rapport qualité-prix et la fréquence des

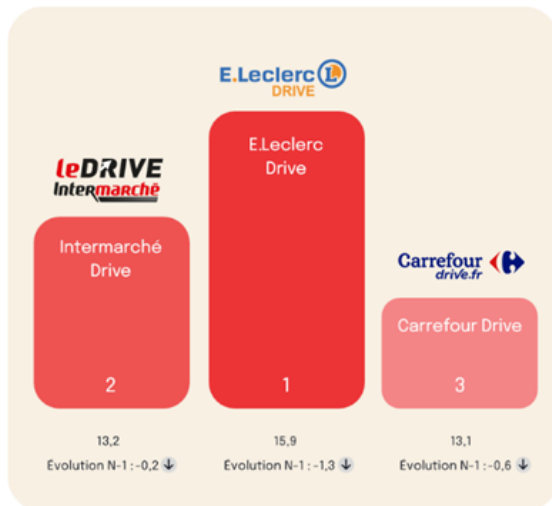
promotions. Du côté de la facilité d'accès au magasin, MyAuchan se démarque, tandis que Carrefour Montagne enregistre de très bonnes performances sur la générosité des promotions et la responsabilité sociétale.

Enfin, Proxi affiche un bon résultat sur l'utilité des promotions. Ces écarts témoignent d'une réelle diversité de positionnements au sein de ce secteur. Chaque enseigne mise sur des leviers distincts pour renforcer son attractivité auprès des consommateurs.

E.Leclerc Drive remporte le titre de Top Enseigne – catégorie : drive

Comme sur les hypermarchés, c'est l'enseigne drive de E.Leclerc qui prend la tête des enseignes les plus attractives du secteur. Intermarché Drive et Carrefour Drive viennent compléter le top 3 et affichent un score proche de la moyenne du secteur (13,5).





Dans la catégorie Drive, E.Leclerc Drive s'impose comme l'enseigne la plus performante sur la majorité des critères (9 sur 11). Elle affiche les meilleurs scores sur les critères liés aux prix, aux promotions et à l'offre. C'est aussi l'enseigne perçue comme la plus facile d'accès.

Chronodrive se distingue sur la qualité de l'offre et Auchan Drive tire son épingle du jeu sur l'expérience d'achat en magasin.

Enfin, U Drive se démarque sur le plan de la responsabilité sociétale, avec un indice supérieur à la moyenne du secteur.

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 42 enseignes – Alimentation générale – analysées :

- Hypermarchés (7 enseignes) : Atacadao, Auchan Hypermarché, Carrefour Hypermarché, Costco, E.Leclerc, Hyper U et Intermarché Hyper
- Supermarchés (12 enseignes) : Aldi, Auchan Supermarché, Carrefour Market, Colruyt, G20, Intermarché Super, Lidl, Monoprix, Netto, Supeco, Super U et Supermarchés Match
- Proximités (17 enseignes) : 8 à Huit, Carrefour City, Carrefour Contact, Carrefour Express, Carrefour Montagne, Casino Shop, E.Leclerc Express, Franprix, Intermarché Contact, Intermarché Express, Le Petit Casino, MyAuchan, Proxi, Spar, U Express, Utile et Vival
- Drives (6 enseignes) : Auchan Drive, Carrefour Drive, Chronodrive, E.Leclerc Drive, Intermarché Drive et U Drive

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

