



Alimentation spécialisée : Picard Surgelés remporte le titre de “Top Enseigne”

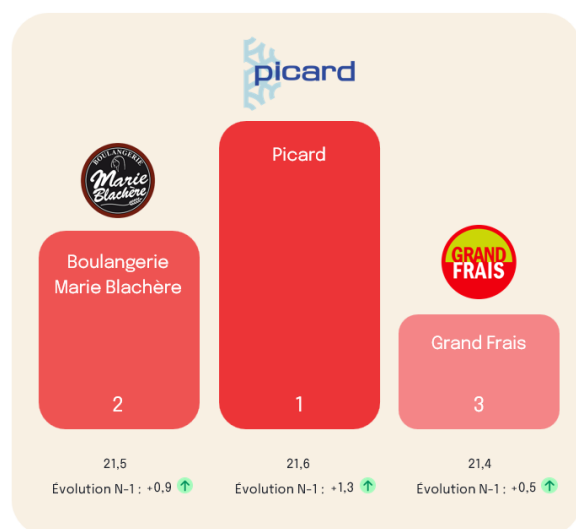


Bonial et Ipsos présentent la deuxième édition du baromètre de l'attractivité des enseignes françaises. Basée sur les réponses de 10 000 Français, cette étude évalue plus de 350 enseignes réparties sur 20 secteurs d'activité. Elle révèle comment les enseignes attirent les consommateurs et l'évolution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

Télécharger
l'étude



Picard Surgelés détrône Grand Frais et remporte le titre de Top Enseigne – secteur alimentation spécialisée



Dans le secteur de l'alimentation spécialisée, l'indice secteur s'élève à 15,7. Il s'agit de la moyenne des notes obtenues par l'ensemble des enseignes sur les 11 critères étudiés. Grand changement cette année, Picard Surgelés écarte Grand Frais et prend la première place du top 3 avec un indice de 21,6 (+1,3 points vs l'an dernier). Les Boulangeries Marie Blachère reste en deuxième position avec un indice de 21,5 (+0,9 point). Quant à Grand Frais, elle rétrograde à la troisième place avec 21,4 (+0,6 point).

Les écarts-types sur ce secteur sont plus élevés sur la facilité d'accès au magasin et le rapport qualité-prix. Cela traduit une forte

disparité des résultats en fonction des enseignes, et donc une opportunité de se démarquer sur ces terrains-là.

Un autre critère qui émerge davantage cette année est l'attractivité des prix. Son score est plus modéré pour le secteur, mais l'écart-type augmente de 1,1 point par rapport à l'an dernier.

— Les Top Enseignes 2026 – Alimentation spécialisée – sur
chaque critère d'attractivité commerciale

Dans le secteur de l'alimentation spécialisée, plusieurs enseignes se démarquent selon les critères.

Marie Blachère confirme sa performance sur les mêmes critères d'attractivité à savoir, ceux liés aux prix (attractivité prix et rapport qualité-prix) et aux promotions (fréquence et générosité). Concernant l'utilité des promotions, Potager City prend cette année la place de La Vignery.

On note une belle progression de Picard Surgelés sur la pertinence de l'offre et l'expérience d'achat en magasin, devançant désormais Grand Frais. Ce dernier conserve toutefois sa position de référence sur deux critères liés à l'offre : la qualité et la variété des produits. Grand Frais reste également, selon les Français, l'enseigne la plus facile d'accès.

Enfin, sur le plan de la responsabilité sociétale, c'est Bio'c'Bon qui obtient le meilleur indice d'attractivité commerciale, détrônant ainsi Biocoop.

Critère	Enseigne	Indice enseigne	Indice secteur	Evolution N-1
Attractivité prix	Boulangerie Marie Blachère	29,7	16,3	+3
Rapport qualité prix	Boulangerie Marie Blachère	35,4	22,7	+2,1
Utilité des promotions	Potager city	22,0	12,1	+13,4
Générosité des promotions	Boulangerie Marie Blachère	16,0	8,8	+0,2
Fréquence des promotions	Boulangerie Marie Blachère	19,9	11,8	+2,4
Pertinence de l'offre	Picard	27,3	22,1	+3,3
Qualité de l'offre	Grand Frais	31,6	22,0	+3,7
Variété de l'offre	Grand Frais	30,9	23,1	+1,2
Facilité d'accès au magasin	Grand Frais	38,6	28,8	+1,2
Expérience d'achat en magasin	Picard	22,7	17,6	+0,6
Responsabilité sociétale	Bio'c'Bon	20,8	10,2	-1,9

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 20 enseignes – Alimentation spécialisée – analysées : Bio.c.Bon, Biocoop, Biomonde, Boulangerie Ange, Boulangerie Feuillette, Boulangerie Louise, Boulangerie Marie Blachère, Ecomiam, Eric Kayser, Fresh, Grand Frais, La Vie Claire, La Vignery, Les Comptoirs de la Bio, Naturalia, Nicolas, Picard, Potager city, Thiriet et V and B

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

