



Bricolage, jardinage : Leroy Merlin conserve son titre de “Top Enseigne”

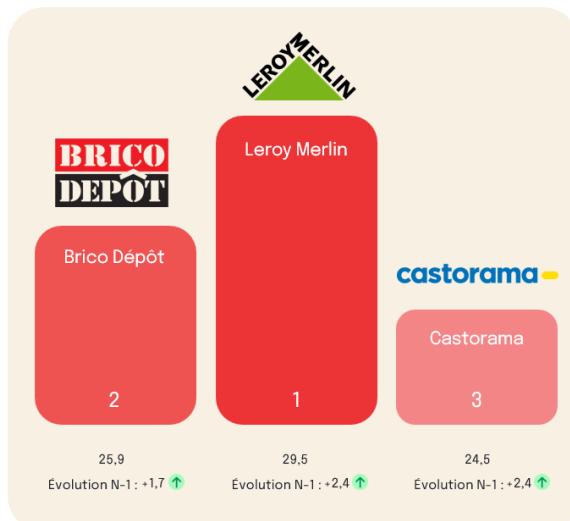


Bonial et Ipsos présentent la deuxième édition du baromètre de l'attractivité des enseignes françaises. Basée sur les réponses de 10 000 Français, cette étude évalue plus de 350 enseignes réparties sur 20 secteurs d'activité. Elle révèle comment les enseignes attirent les consommateurs et l'évolution de leur attractivité depuis un an. Dans le secteur du bricolage et jardinage, 28 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



— Leroy Merlin conserve son titre de Top Enseigne – secteur bricolage, jardinage



Dans le secteur du bricolage et jardinage, l'indice secteur s'élève à 18,8. 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. Leroy Merlin conserve son titre de Top Enseigne, avec un indice de 29,5 (+2,4 points vs l'an dernier). Elle creuse toujours l'écart avec la moyenne du secteur (+10 points). Les deux enseignes du groupe Kingfisher complètent le trio de tête. Brico Dépôt se classe toujours en deuxième place avec un indice de 25,9 (+1,7 point). Castorama arrive en troisième position avec un indice de 24,5 (+2,4 points).

La stabilité du secteur se reflète également dans les critères d'attractivité commerciale les plus différenciants. Les enseignes peuvent toujours chercher la singularité du côté de l'attractivité prix et du rapport qualité-prix, comme le démontrent les écarts-types élevés.

Deux autres critères, parmi les mieux notés du secteur, offrent également de réelles opportunités de différenciation : la facilité d'accès au magasin et la variété de l'offre.

Communiqué de presse

PARIS, LE 5 DECEMBRE 2025

bonial

— Les Top Enseignes 2026 – Bricolage, jardinage - sur chaque critère d'attractivité commerciale

Dans le secteur du bricolage et du jardinage, Leroy Merlin et Brico Dépôt conservent leur position de référence. Les deux enseignes se distinguent à eux deux sur tous les critères d'attractivité, sans évolution notable par rapport à l'an dernier.

Leroy Merlin se démarque sur tous les critères liés à l'offre (qualité, variété et pertinence) et pour l'utilité de ses promotions. 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 du secteur.

Quant à Brico Dépôt, l'enseigne se démarque sur les critères de « prix » (attractivité prix et rapport qualité-prix) et sur les promotions (fréquence et générosité).

Le seul changement s'opère sur le critère de la responsabilité sociétale où Décor Discount obtient le meilleur indice d'attractivité commerciale, détrônant Botanic.

Critère	Enseigne	Indice enseigne	Indice secteur	Evolution N-1
Attractivité prix	Brico Dépôt	39,5	19,7	-1,0
Rapport qualité prix	Brico Dépôt	39,0	24,2	+1,2
Utilité des promotions	Leroy Merlin	19,3	13,6	+2
Générosité des promotions	Brico Dépôt	19,1	10,0	+0,9
Fréquence des promotions	Brico Dépôt	23,1	12,9	+0,2
Pertinence de l'offre	Leroy Merlin	40,6	24,5	+2,9
Qualité de l'offre	Leroy Merlin	34,0	22,7	+0,1
Variété de l'offre	Leroy Merlin	43,8	27,7	+3,8
Facilité d'accès au magasin	Leroy Merlin	45,7	35,4	+3,2
Expérience d'achat en magasin	Leroy Merlin	33,9	22,1	+3,1
Responsabilité sociétale	Décor Discount	14,6	9,9	-

Communiqué de presse

PARIS, LE 5 DECEMBRE 2025

bonial

Méthodologie



Échantillon 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 28 enseignes - Bricolage et jardinage - analysées : Botanic, Brico Cash, Brico Dépôt, Brico E.Leclerc, Bricoman, Bricomarché, Bricorama, Castorama, Décor Discount, Delbard, Gamm vert, Gedimat, Jardi E.Leclerc, Jardiland, K par K, LaMaison.fr, Lapeyre, L'Entrepôt du Bricolage, Leroy Merlin, Magasin Vert, Mr.Bricolage, Point Vert, POINT.P, Saint Maclou, TOUT FAIRE, Truffaut, VillaVerde et Weldom.

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 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. Créeée en 2008, la société compte plus de 350 employés dans ses bureaux situés à Berlin et à Paris.

Bonial | Emily Tamazirt

emily.tamazirt@bonial.fr

+33 7 69 20 93 87



Pour plus d'informations, veuillez visiter notre site

