



Centres automobiles : Carter Cash remporte le titre de “Top Enseigne”

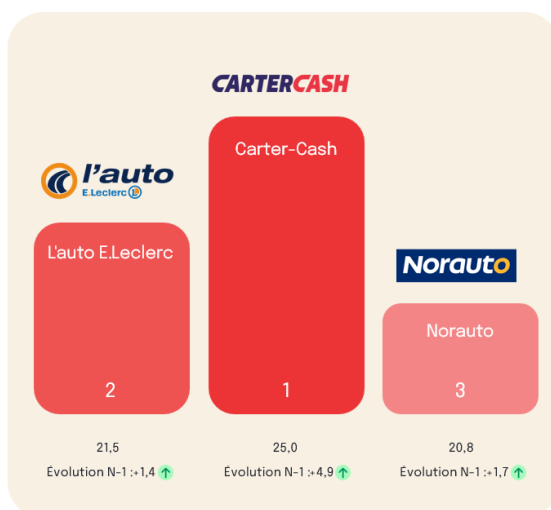


Bonial et Ipsos présentent la deuxième édition du baromètre de l'attractivité des enseignes françaises. Basée sur les réponses de 10 000 Français, cette étude évalue plus de 350 enseignes réparties sur 20 secteurs d'activité. Elle révèle comment les enseignes attirent les consommateurs et l'évolution de leur attractivité depuis un an. Dans le secteur des centres automobiles, 15 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



Carter Casher détrône L'Auto E.Leclerc et remporte le titre de Top Enseigne – secteur centres automobiles



Dans le secteur des centres automobiles, l'indice secteur s'élève à 16,7. Il s'agit de la moyenne des notes obtenues par l'ensemble des enseignes sur les 11 critères étudiés. Grand changement cette année, Carter Cash écarte l'Auto E.Leclerc et prend la première place du top 3 avec un indice de 25 (+4,5 points vs l'an dernier). L'Auto E.Leclerc rétrograde en deuxième position avec un indice de 21,5 (+1,3 point). Avec un score de 20,8 (+1,7 point), Norauto conserve sa troisième place.

Dans les centres automobiles, l'écart-type le plus élevé est sur l'attractivité prix. Cela traduit une forte disparité des résultats en fonction des enseignes, et donc une possibilité pour les

enseignes de se démarquer sur ce terrain-là.

Les Top Enseignes 2026 – Centres automobiles – sur chaque critère d'attractivité commerciale

Dans le secteur des centres automobiles, plusieurs enseignes se démarquent selon les critères.

Avec son positionnement porté sur les petits prix, Carter Cash progresse et rafle la 1^{ère} place sur 7 critères sur 11. L'enseigne dépasse désormais L'Auto E.Leclerc sur les critères du rapport qualité-prix ainsi que sur la fréquence des promotions. Elle devance également Norauto sur l'expérience d'achat en magasin et la pertinence de l'offre.

De son côté, Norauto se distingue sur les critères liés à l'offre comme la variété et la qualité de l'offre (anciennement portée par Carter Cash).

Enfin, sur le volet de la responsabilité sociétale, c'est Vulco qui obtient le meilleur indice d'attractivité commerciale, détrônant ainsi BestDrive.

Critère	Enseigne	Indice enseigne	Indice secteur	Evolution N-1
Attractivité prix	Carter-Cash	39,4	18,7	+7,0
Rapport qualité prix	Carter-Cash	38,7	22,6	+7,2
Utilité des promotions	Carter-Cash	19,2	11,6	+1,7
Générosité des promotions	Carter-Cash	21,2	9,2	+5,2
Fréquence des promotions	Carter-Cash	21,5	11,7	+4,5
Pertinence de l'offre	Carter-Cash	25,8	19,3	+9,1
Qualité de l'offre	Norauto	19,5	16,2	+2,1
Variété de l'offre	Norauto	28,2	20,4	+1,4
Facilité d'accès au magasin	Norauto	40,1	32,8	+4,5
Expérience d'achat en magasin	Carter-Cash	24,7	16,8	+7,0
Responsabilité sociétale	Vulco	15,0	7,4	+5,9

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 15 enseignes – Centres automobiles – analysées : AD, BestDrive, Carglass, Carter-Cash, Euromaster, Feu vert, First Stop, L'Auto E.Leclerc, Midas, Norauto, Point S, Profil Plus, Rody, Speedy et Vulco

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

