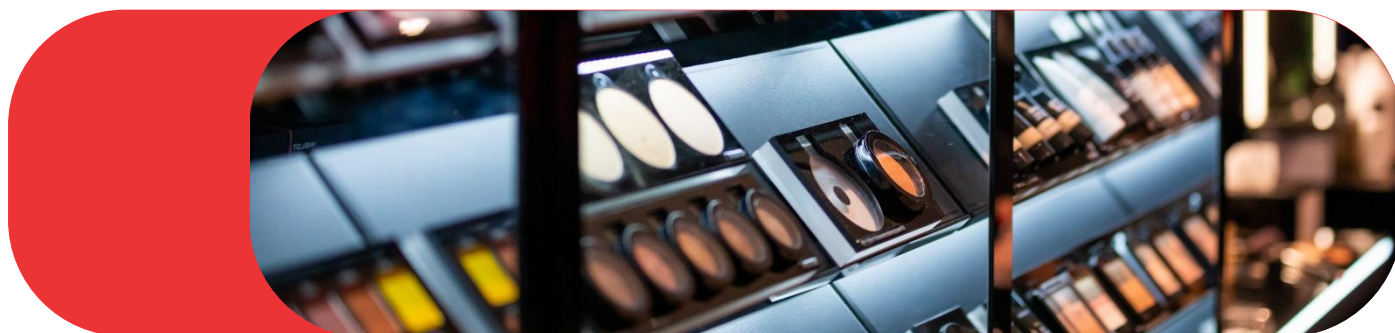




Hygiène, beauté : Yves Rocher conserve son titre de “Top Enseigne”

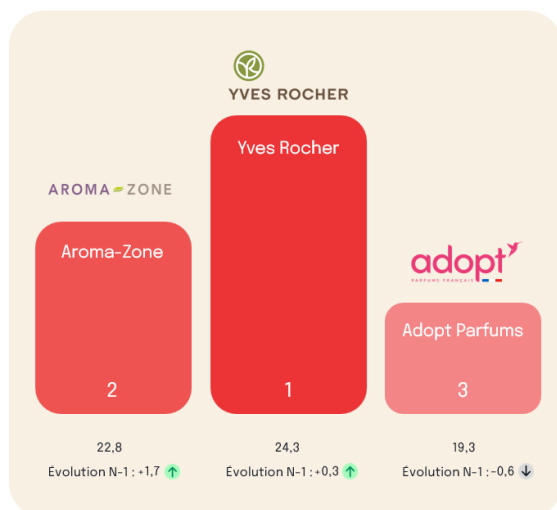


Bonial et Ipsos présentent la deuxième édition du baromètre de l'attractivité des enseignes françaises. Basée sur les réponses de 10 000 Français, cette étude évalue plus de 350 enseignes réparties sur 20 secteurs d'activité. Elle révèle comment les enseignes attirent les consommateurs et l'évolution de leur attractivité depuis un an. Dans le secteur de l'hygiène et de la beauté, 19 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



Yves Rocher conserve son titre de Top Enseigne – secteur hygiène, beauté



Dans le secteur de l'hygiène et beauté, l'indice secteur s'élève à 16,5. 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. Yves Rocher conserve son titre de Top Enseigne, avec un indice de 24,3 (+0,2 point vs l'an dernier). Aroma Zone se classe toujours en deuxième place avec un indice de 22,8 (+1,7 point). Adopt Parfums arrive en troisième position avec un indice de 19,3 (-0,6 point).

Les écarts-types sur ce secteur sont élevés sur les critères liés au prix : attractivité prix et le rapport qualité-prix. Ces deux critères ont le plus de disparités sur le secteur et apparaissent comme essentiels pour se démarquer. Le critère de la responsabilité sociétale est le troisième critère où les différences entre enseignes sont les plus marquées, certaines en faisant un élément clé de leur stratégie.

— Les Top Enseignes 2026 – Hygiène, beauté – sur chaque critère d'attractivité commerciale

Dans ce secteur de l'hygiène et beauté, plusieurs enseignes se démarquent selon les critères.

Yves Rocher conserve son statut de leader en matière de rapport qualité-prix et prend cette année l'avantage sur l'attractivité prix, devançant ainsi Adopt Parfums. L'enseigne se distingue toujours par ses bonnes performances sur l'ensemble des critères liés aux promotions : utilité, fréquence et générosité.

Concernant la facilité d'accès en magasin, Nocibé s'impose cette année face à Sephora.

On observe par ailleurs une belle progression d'Aroma-Zone, qui dépasse Lush sur le critère de responsabilité sociétale et Yves Rocher sur celui de la pertinence de l'offre. En revanche, en matière de qualité de l'offre, l'enseigne cède sa place à Rituals.

Critère	Enseigne	Indice enseigne	Indice secteur	Evolution N-1
Attractivité prix	Yves Rocher	30,0	18,1	+2,1
Rapport qualité prix	Yves Rocher	35,5	22,6	+3
Utilité des promotions	Yves Rocher	19,7	12,9	+1,4
Générosité des promotions	Yves Rocher	20,8	10,9	+0,8
Fréquence des promotions	Yves Rocher	25,6	13,6	-2,6
Pertinence de l'offre	Aroma-Zone	29,6	21,0	+3,8
Qualité de l'offre	Rituals	28,7	21,9	+1,3
Variété de l'offre	Sephora	31,1	24,4	+1,3
Facilité d'accès au magasin	Nocibé	26,2	21,4	+4,9
Expérience d'achat en magasin	Aroma-Zone	25,8	19,0	+1,2
Responsabilité sociétale	Aroma-Zone	25,8	11,3	+2,7

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 19 enseignes – Hygiène et beauté – analysées : Adopt Parfums, Aroma-Zone, Avril, Beauty Success, Body Minute, Kiko, L'Occitane, La Boutique du Coiffeur, Lush, Mac Cosmetics, Marionnaud, Nocibé, Nuoo, Nyx, Passion Beauté, Rituals, Sephora, The Body Shop et Yves Rocher

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

