



Produits du quotidien : Action conserve son titre de “Top Enseigne”

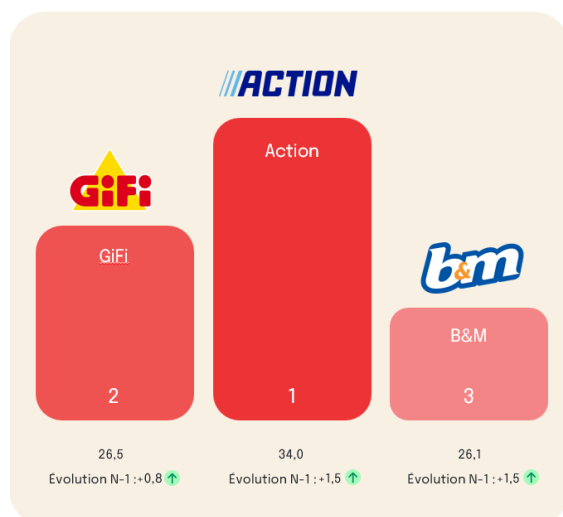


Bonial et Ipsos présentent la deuxième édition du baromètre de l'attractivité des enseignes françaises. Basée sur les réponses de 10 000 Français, cette étude évalue plus de 350 enseignes réparties sur 20 secteurs d'activité. Elle révèle comment les enseignes attirent les consommateurs et l'évolution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



Action conserve son titre de Top Enseigne – secteur produits du quotidien



Dans le secteur des produits du quotidien, l'indice secteur s'élève à 22,7. 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. Action conserve son titre de Top Enseigne, avec un indice de 34 (+1,5 point vs l'an dernier). Elle creuse toujours l'écart avec la moyenne du secteur (+10 points). Gifi se classe toujours en deuxième place avec un indice de 26,5 (+0,9 point). B&M arrive en troisième position avec un indice de 26,1 (+1,6 point).

L'attractivité prix est à la fois le critère le plus élevé du secteur, mais également très nettement celui ayant l'écart-type le plus élevé. Cela signifie que les enseignes du secteur ont une réelle opportunité de se démarquer sur ce critère.

Les Top Enseignes 2026 – Produits du quotidien – sur chaque critère d'attractivité commerciale

Dans le secteur des produits du quotidien, Action et Sostrene Grene maintiennent leur position de référence. Les deux enseignes se distinguent conjointement sur l'ensemble des critères d'attractivité, sans évolution notable par rapport à l'an dernier.

Action se démarque sur 8 critères sur 10, en particulier sur tous les aspects liés aux prix (attractivité prix et rapport qualité-prix) ainsi que sur les promotions (utilité, générosité et fréquence). L'enseigne excelle également sur deux critères de l'offre, notamment la pertinence et la variété des produits. Elle est aussi perçue par les Français comme l'enseigne la plus facile d'accès du secteur.

Quant à Sostrene Grene, l'enseigne obtient les meilleurs indices sur sa qualité de l'offre, son expérience d'achat en magasin et sa responsabilité sociétale.

Critère	Enseigne	Indice enseigne	Indice secteur	Evolution N-1
Attractivité prix	Action	62,7	41,8	+1,0
Rapport qualité prix	Action	45,7	32,6	+0,1
Utilité des promotions	Action	25,6	17,7	+0,8
Générosité des promotions	Action	27,8	17,9	-0,1
Fréquence des promotions	Action	30,9	21,3	+1
Pertinence de l'offre	Action	34,8	25,9	+2,3
Qualité de l'offre	Sostrene Grene	27,8	18,3	-3,7
Variété de l'offre	Action	42,3	34,0	+3,9
Facilité d'accès au magasin	Action	44,6	34,6	+3,4
Expérience d'achat en magasin	Sostrene Grene	33,1	23,6	-
Responsabilité sociétale	Sostrene Grene	20,6	8,3	+3,4

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 – Produits du quotidien – analysées : Action, B&M, Bazarland, Casa, Centrakor, Flying Tiger, Gifi, Hema, La Chaise Longue, La Foir'fouille, Maxi Bazar, Normal, Noz, Sostrene grene et Stokomani

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

