

Comment gagner durablement le cœur des Français ?

Résultats et enseignements de l'étude annuelle « Enseigne préférée des Français »

ENSEIGNE
PRÉFÉRÉE
DES
FRANÇAIS 2021

EY Parthenon
Building a better working world

Sommaire

Préambule 03

Synthèse 04

Zoom sur les lauréats 2021 08

Enseignements 12

Classement EY-Parthenon 2021
des enseignes préférées
des Français 20

Top 20 par critère 28

Méthodologie 30

Contributeurs 31





Préambule

Quelle année !

À l'aube de l'été 2020, nous partageons avec le Procos un Livre Blanc intitulé « Commerce spécialisé, une chance pour la France : 12 propositions pour la sauvegarde, la relance et la poursuite de la transformation du secteur ». Près d'un an plus tard, la situation reste critique pour de nombreux acteurs qui restent en attente de solutions pérennes face aux échéances bancaires.

Si plusieurs secteurs majeurs de la distribution ont bénéficié d'une prime de croissance depuis la crise Covid-19 (alimentation, bricolage, jardinage, décoration, sport), d'autres secteurs ont été lourdement impactés, obligés de fermer boutique durant de longs mois et subissant même, pour certains, un moindre intérêt des consommateurs en raison du télétravail et des vagues de confinement (restauration, mode, beauté).

Au-delà de ces disparités de croissance, tous les secteurs ont connu une année 2020 exceptionnelle par la violence de ses chocs, avec un stress inédit sur les équipes et les chaînes d'approvisionnement.

Nous tenons donc à féliciter tous les acteurs de la distribution, des équipes magasins jusqu'aux entrepôts et aux sièges, pour leur formidable résilience durant ces mois où la France a tant compté sur eux. Acteurs de première et de seconde ligne, ciment économique et social au cœur de nos territoires... vous êtes tous lauréats dans le cœur de vos clients !

Tous lauréats dans le cœur de vos clients !



Synthèse

| Zoom sur les lauréats 2021

Leroy Merlin est le lauréat 2021 tous secteurs confondus, avec le plus fort taux de fans : 44%.

Il parvient à devancer Decathlon, lauréat des éditions 2019 et 2020.

Les autres membres du top 6 sont inchangés : Decathlon, Amazon, Ikea, McDonald's et Fnac. Picard et Grand Frais intègrent le top 10, confirmant l'intérêt croissant des Français pour les enseignes d'alimentation spécialisée, y compris durant la crise de la Covid-19.

Sur les lauréats des 16 secteurs testés, 11 sont parvenus à faire progresser leurs taux de fans durant la crise de la Covid-19.

Seuls Decathlon et Leclerc enregistrent un repli notable, tout en conservant une très forte avance sur leurs concurrents.

6 des 16 lauréats sont « universels », affichant le plus fort taux de fans quels que soient le genre, la tranche d'âge, le niveau de revenus ou le bassin géographique (Île-de-France vs province) : Leclerc, Sephora, Ikea, Leroy Merlin, Action et McDonald's. Darty repasse devant Amazon sur les plus de 54 ans, et Nike devance Decathlon sur les 18-34 ans.



Enseignements



ENSEIGNEMENT

01

La crise de la Covid-19 semble avoir renforcé les enseignes leaders dans le cœur des Français. Peut-être parce qu'elles ont su les accompagner mieux que quiconque durant la crise, en accélérant très fortement sur les canaux digitaux.

La part de Français se déclarant fan d'une des enseignes proposées est ainsi en augmentation dans 13 des 16 secteurs évalués.

[Lire la suite](#) — PAGE 12



ENSEIGNEMENT

02

Deux critères influencent plus fortement la perception globale d'une enseigne : la qualité de l'offre et la confiance - bien avant l'expérience d'achat en magasin, l'omnicanalité ou même le sacrosaint rapport qualité-prix !

L'offre exclusive reste l'atout maître pour surperformer en qualité et en confiance, à l'image de certaines enseignes monomarkes (Ikea, Picard, Histoire d'Or, Zara, Kiabi, Yves Rocher), des marques intégrées en distribution (Nike, Adidas, Apple, Swarovski), et des distributeurs ayant poussé les feux de la marque propre (Decathlon, Sephora, Leroy Merlin).

[Lire la suite](#) — PAGE 14



ENSEIGNEMENT

03

Les pure players web peinent à entrer dans le cœur des Français, alors même que la crise de la Covid-19 les a mis en pleine lumière, dans les secteurs maladroïtement qualifiés de « non essentiels » par le gouvernement. Amazon est le seul acteur web à figurer dans le top 50 en taux de fans, tous secteurs confondus.

Zalando est le 2^{ème} acteur web mais ne figure qu'à la 54^{ème} place, suivi par Cdiscount 61^{ème} et Aliexpress 62^{ème}. **Un secteur fait néanmoins exception** : la mode, où les *pure players* web totalisent déjà 31% des fans au sein du secteur, et occupent 3 des 5 premières places en taux de fans.

[Lire la suite](#) — PAGE 15



ENSEIGNEMENT

04

Après un an de crise de la Covid-19, la livraison de repas gagne le cœur des Français : 7% des sondés (+3 points vs. 2020) considèrent désormais l'une des 3 principales plateformes de livraison comme leur enseigne préférée pour la restauration rapide ou à emporter.

Sur les trois plateformes évaluées, **un acteur semble avoir creusé l'écart : Uber Eats**, dont le taux de fans a bondi en un an (de 1,8% à 5%). Il devance désormais des enseignes aussi puissantes que Paul, Subway ou Starbucks. Deliveroo et Just Eat semblent avoir moins profité de la Covid-19, et restent relativement stables à environ 1% chacun.

[Lire la suite](#) — PAGE 16



ENSEIGNEMENT

05

Alors qu'il s'agit d'un achat plaisir, la mode adulte continue de subir le désamour des clients : seules deux plateformes web (Amazon, Vinted) et deux leaders de la mode enfants (Kiabi Enfants, Petit Bateau) obtiennent un score de promotion nette positif. Les enseignes de mode adulte monomarque sont les plus mal notées, en recul sur un an.

Fragilisées par la montée des plateformes web et la crise Covid-19, les enseignes du secteur ont deux opportunités pour reconquérir la clientèle : l'omnicanalité et l'écoresponsabilité, deux dimensions où elles peuvent faire la différence, et où notre étude suggère des attentes fortes.

[Lire la suite](#) — PAGE 18



01

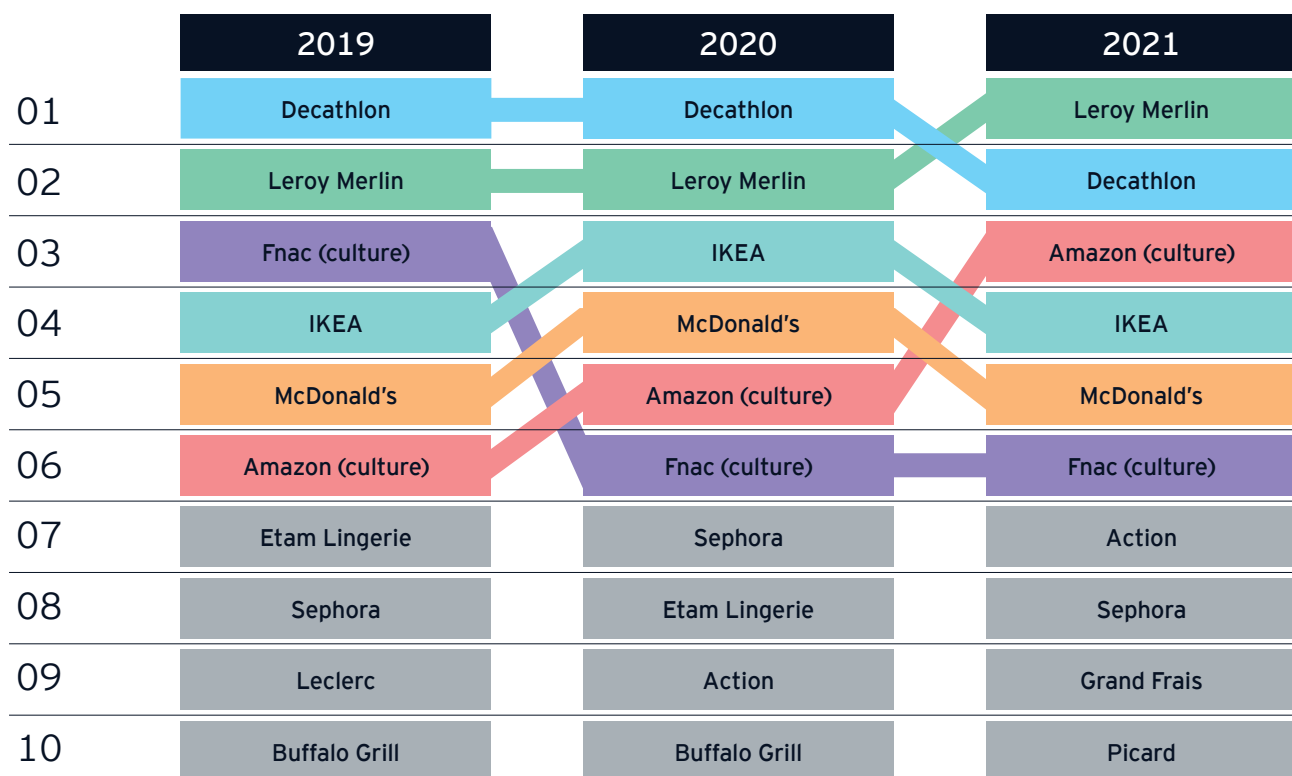
Zoom sur les lauréats 2021

Évolution du top 10

- ▶ **Leroy Merlin est le lauréat 2021 tous secteurs confondus, avec le plus fort taux de fans : 44%.** Il parvient à devancer Decathlon, lauréat des éditions 2019 et 2020.
- ▶ **Les autres membres du top 6 sont inchangés :** Decathlon, Amazon, Ikea, McDonald's et Fnac.
- ▶ Picard et Grand Frais font leur entrée dans le top 10 confirmant l'intérêt croissant des Français pour les enseignes d'alimentation spécialisée, y compris durant la crise Covid-19.



Évolution du top 10 des enseignes préférées des Français



Lauréats 2021 par secteur

Sur les lauréats des 16 secteurs testés, 11 sont parvenus à faire progresser leurs taux de fans durant la crise de la Covid-19.

Seuls Decathlon et Leclerc enregistrent un repli notable, tout en conservant une très forte avance sur leurs concurrents.

Secteur	Enseigne	Taux de fans	Évolution 2021-20	
Alimentation générale	Leclerc	23,1%	-2,4%	▼
Alimentation spécialisée	Grand Frais	28,1%	+2,6%	▲
Restauration rapide	McDonald's	34,6%	+1,6%	▲
Multimédia / Électroménager	Amazon	25,0%	+1,9%	▲
Culture	Amazon	36,0%	+3,8%	▲
Décoration	IKEA	35,2%	+1,9%	▲
Bricolage	Leroy Merlin	44,0%	+3,7%	▲
Jardinage	Gamm'vert	23,7%	-0,4%	
Objets du quotidien	Action	30,9%	+3,8%	▲
Mode adulte monomarque	Zara	8,1%	+0,8%	▲
Mode adulte multimarque	Zalando	8,2%	+1,5%	▲
Mode enfants	Kiabi Enfants	24,5%	0,0%	
Sport	Decathlon	43,2%	-4,2%	▼
Beauté	Sephora	29,7%	-0,1%	
Bijoux et montres	Histoire d'Or	24,9%	+1,5%	▲
Optique	Optic 2000	14,9%	-0,1%	

Vision par segment de clientèle

6 des 16 lauréats sont « universels », affichant le plus fort taux de fans quels que soient le genre, la tranche d'âge, le niveau de revenus ou le bassin géographique (Île-de-France vs province) : Leclerc,

Sephora, Ikea, Leroy Merlin, Action et McDonald's. Darty repasse devant Amazon chez les plus de 54 ans, et Nike devance Decathlon chez les 18-34 ans.

	Femmes	Hommes	18-34 ans	35-54 ans	55+ ans	Bas revenu (<2000€/mois)	Revenu moyen (2000-4000€/mois)	Haut revenu (>4000€/mois)	Ile-de-France	Province
Alimentation générale	Leclerc	Leclerc	Leclerc	Leclerc	Leclerc	Leclerc	Leclerc	Leclerc	Leclerc	Leclerc
Alimentation spécialisée	Grand Frais	Grand Frais	Grand Frais	Grand Frais	Biocoop	Picard	Grand Frais	Picard	Grand Frais	Grand Frais
Restauration Rapide	McDonald's	McDonald's	McDonald's	McDonald's	McDonald's	McDonald's	McDonald's	McDonald's	McDonald's	McDonald's
Multimédia / Electroménager	Amazon	Amazon	Amazon	Amazon	Darty	Amazon	Amazon	Amazon	Amazon	Amazon
Culture	Amazon	Amazon	Amazon	Amazon	Fnac	Amazon	Amazon	Fnac	Amazon	Amazon
Décoration	IKEA	IKEA	IKEA	IKEA	IKEA	IKEA	IKEA	IKEA	IKEA	IKEA
Bricolage	Leroy Merlin	Leroy Merlin	Leroy Merlin	Leroy Merlin	Leroy Merlin	Leroy Merlin	Leroy Merlin	Leroy Merlin	Leroy Merlin	Leroy Merlin
Jardinage	Gamm Vert	Gamm Vert	Leroy Merlin	Leroy Merlin	Gamm Vert	Gamm Vert	Gamm Vert	Truffaut	Gamm Vert	Gamm Vert
Objets du quotidien	Action	Action	Action	Action	Action	Action	Action	Action	Action	Action
Mode adulte monomarque	Zara	Célio	Zara	Kiabi	Armand Thiery	Kiabi	Zara	Zara	H&M	Zara
Mode adulte multimarque	Zalando	Zalando	JDSports	Zalando	Zalando	Zalando	Zalando	Zalando	Zalando	Zalando
Mode enfants	Kiabi Kids	Kiabi Kids	Kiabi Kids	Kiabi Kids	Kiabi Kids	Kiabi Kids	Kiabi Kids	Petit Bateau	Kiabi Kids	Kiabi Kids
Sport	Decathlon	Decathlon	Nike	Decathlon	Decathlon	Decathlon	Decathlon	Decathlon	Decathlon	Decathlon
Beauté	Sephora	Sephora	Sephora	Sephora	Sephora	Sephora	Sephora	Sephora	Sephora	Sephora
Bijoux et montres	Histoire d'Or	Histoire d'Or	Histoire d'Or	Histoire d'Or	Histoire d'Or	Histoire d'Or	Histoire d'Or	Swarovski	Swarovski	Histoire d'Or
Optique	Krys	Optic 2000	Optic 2000	Optical Center	Optic 2000	Générale d'Optique	Krys	Optic 2000	Optic 2000	Krys

02

Enseignements

Enseignement 1

La crise de la Covid-19 semble avoir renforcé les enseignes leaders dans le cœur des Français. Peut-être parce qu'elles ont su les accompagner mieux que quiconque durant la crise, en accélérant très fortement sur les canaux digitaux.

La part de Français se déclarant fan d'une des enseignes proposées est ainsi en augmentation dans 13 des 16 secteurs évalués. La tendance est particulièrement forte dans 6 secteurs :

- ▶ les objets du quotidien, au bénéfice principal d'Action - porté par un rythme d'ouvertures très soutenu - et d'Aliexpress qui investit fortement en logistique et en média,
- ▶ les bijoux/montres, au bénéfice principal de Swarovski et Pandora qui ont continué à accélérer leur stratégie digitale et omnicanale
- ▶ la mode enfants, au bénéfice principal d'Okaïdi, DPAM, H&M, et Zara qui ont tous accéléré en digital depuis un an
- ▶ le multimédia/électroménager, au bénéfice principal de Boulanger en très forte augmentation (+5,5 points) peut-être liée au déploiement du *drive* qui représente déjà 10 à 30% de ses commandes web, mais aussi d'Amazon et de la Fnac
- ▶ la décoration, au bénéfice principal de But, Maisons du Monde et Ikea, ayant tous les trois fortement accéléré sur le digital et l'omnicanal
- ▶ l'alimentation spécialisée, au bénéfice principal de Picard qui a dépanné de nombreux foyers débordés et récolté les fruits de ses investissements sur le digital et la logistique tout au long de 2020, et au bénéfice de Grand Frais - porté par ses ouvertures, et par une qualité d'offre et un plaisir d'achat salués par les clients.



	Part des répondants n'ayant pas d'enseignes préférées parmi celles proposées**	Évolution 2021-20
Objets du quotidien	10,8%	-9,8%
Bijoux et montres	17,1%	-7,7%
Mode enfants	8,8%	-7,3%
Multimédia / Électroménager	7,1%	-6,3%
Décoration	9,4%	-6,0%
Alimentation spécialisée*	13,7%	-5,7%
Culture	9,9%	-3,1%
Optique	21,9%	-2,4%
Sport	4,1%	-2,2%
Restauration rapide*	4,0%	-1,6%
Alimentation générale	4,5%	-1,5%
Jardinage	15,2%	-1,2%
Beauté	12,0%	+0,5%
Bricolage*	9,3%	+1,9%
Mode adulte*	23,3%	+5,3%

* Chiffres ajustés sur un périmètre d'enseignes constant entre 2020 et 2021

** Ayant mentionné une autre enseigne, ou ayant répondu qu'ils n'avaient pas d'enseigne préférée dans ce secteur

Enseignement 2

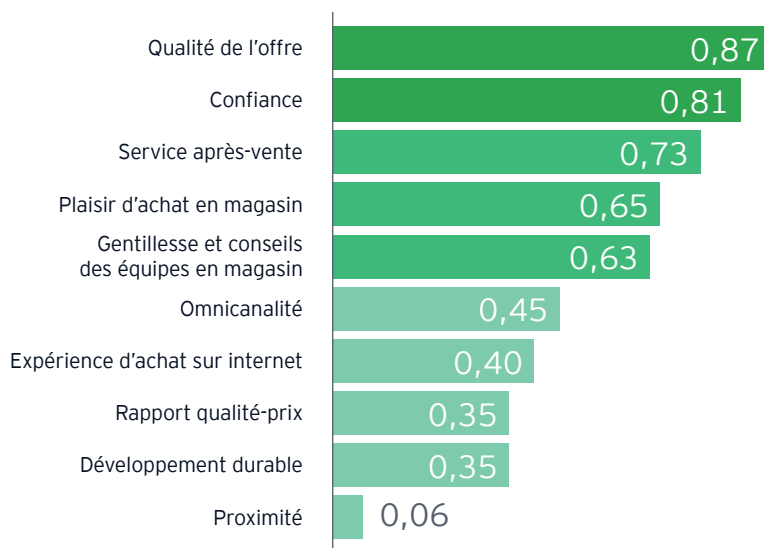
Deux critères influencent plus fortement la perception globale d'une enseigne : la qualité de l'offre et la confiance - bien avant l'expérience d'achat en magasin, l'omnicanalité ou même le sacro-saint rapport qualité-prix !

L'offre exclusive reste l'atout maître pour surperformer à la fois en qualité d'offre et en confiance, à l'image du succès année après année des enseignes monomarkes (Ikea, Picard, Histoire d'Or, Zara, Kiabi,

Yves Rocher), des marques intégrées en distribution (Nike, Adidas, Apple, Swarovski), et des distributeurs ayant poussé les feux de leurs marques propres (Decathlon, Sephora, Leroy Merlin).

Indice de corrélation des critères avec la note de satisfaction globale

Plus le score est proche de 1, plus il est corrélé avec le score de satisfaction global de l'enseigne visitée :



Enseignement 3

Les pure players web peinent à entrer dans le cœur des Français, alors même que la crise de la Covid-19 les a mis en pleine lumière, dans les secteurs maladroitement qualifiés de « non essentiels » par le gouvernement.

- ▶ Amazon est le seul acteur web à figurer dans le top 50 en taux de fans tous secteurs confondus. Zalando est le 2^{ème} acteur web mais ne figure qu'à la 54^{ème} place, suivi par Cdiscount 61^{ème} et Aliexpress 62^{ème}.
- ▶ **Un secteur fait néanmoins exception : la mode**, où les pure players web totalisent déjà 31% des fans au sein du secteur, et occupent 3 des 5 premières places en taux de fans.

Rang total en taux de fans	Enseigne	Secteur	% Fans 2021	% Fans 2020	Delta % de fans 2020-2021
3	Amazon	Culture	36,0%	32,2%	3,8%
11	Amazon	Multimédia / Électroménager	25,0%	23,1%	1,9%
50	Amazon	Décoration	9,0%	9,3%	-0,3%
54	Zalando	Mode adulte multimarque	8,2%	6,6%	1,5%
61	Cdiscount	Multimédia / Électroménager	7,0%	8,3%	-1,3%
62	Aliexpress	Objets du quotidien	6,7%	4,5%	2,2%
69	Amazon	Mode adulte multimarque	6,0%	6,3%	-0,3%
68	Amazon	Sport	6,0%	4,9%	1,1%
76	Vinted	Mode adulte multimarque	5,3%	3,7%	1,6%
83	Amazon	Bricolage	5,0%	5,1%	-0,1%
82	Cdiscount	Décoration	5,0%	5,2%	-0,2%
84	UberEats	Restauration Rapide	5,0%	1,8%	3,2%
97	Asos	Mode adulte multimarque	3,4%	3,0%	0,5%
105	Veepee	Mode adulte multimarque	2,9%	3,2%	-0,3%
116	Wish	Objets du quotidien	2,3%	2,5%	-0,2%
140	Showroomprivé	Mode adulte multimarque	1,4%		
144	PrivateSportShop	Sport	1,2%	0,7%	0,4%
145	Deliveroo	Restauration Rapide	1,1%	1,3%	-0,2%
146	ManoMano	Bricolage	1,1%	0,9%	0,2%
148	Amazon	Alimentation générale	1,0%	0,6%	0,4%
149	Cdiscount	Culture	1,0%	1,7%	-0,7%
151	Sarenza	Mode adulte multimarque	0,9%	1,3%	-0,5%
154	JustEat	Restauration Rapide	0,7%	1,0%	-0,3%
155	Spartoo	Mode adulte multimarque	0,6%	0,7%	-0,1%
157	Atlasformen	Mode adulte monomarque	0,4%		
158	VestiaireCollective	Mode adulte multimarque	0,0%		

Enseignement 4

Après un an de crise de la Covid-19, la livraison de repas gagne le cœur des Français. Un acteur semble creuser l'écart : Uber Eats.



7% des sondés (+3 points vs. 2020) considèrent désormais l'une des trois principales plateformes de livraison comme leur enseigne préférée pour la restauration rapide ou à emporter.

Sur les trois plateformes évaluées, **un acteur semble avoir creusé l'écart : Uber Eats**, dont le taux de fan a bondi en un an (de 1,8% à 5%). Il devance désormais des enseignes aussi puissantes que Paul, Subway ou Starbucks. Deliveroo et Just Eat semblent avoir moins profité du Covid-19, et restent relativement stables à environ 1% chacun.

On observe une évolution similaire dans le nombre de recherches sur

Google en France. Uber Eats a plus que triplé son nombre de recherches entre janvier-février 2020 et janvier-février 2021, rattrapant son retard sur le pionnier Deliveroo.

Cette très forte progression d'Uber Eats s'appuie sur la vélocité de son expansion géographique (cf. livreurs dans 350 villes françaises, x2 vs Deliveroo), ses synergies avec Uber (bases de clients et de chauffeurs-livreurs) et ses investissements publicitaires (cf. sponsoring/naming de la Ligue 1 de football pour les saisons 2020-21 et 2021-22, sponsoring maillot de l'OM, campagnes TV / affichage / presse).



Restauration rapide / à emporter

Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020
1	McDonald's	34,6%	33,0%	1,6%
2	Burger King	19,7%	21,0%	-1,2%
3	KFC	8,5%	9,1%	-0,7%
4	Uber Eats	5,0%	1,8%	3,2%
5	Paul	4,5%	4,4%	0,1%
6	Quick	3,8%	4,4%	-0,6%
7	Subway	3,1%	3,7%	-0,5%
8	Domino's Pizza	2,9%	2,6%	0,4%
9	Sushi Shop	2,8%	2,4%	0,4%
10	Starbucks	2,5%	2,9%	-0,3%
11	O'Tacos	2,3%	2,4%	-0,1%
12	Big Fernand	1,5%	1,5%	0,0%
13	Pizza Hut	1,5%	1,6%	0,0%
14	Brioche Dorée	1,5%	1,3%	0,2%
15	Deliveroo	1,1%	1,3%	-0,2%
16	Just Eat	0,7%	1,0%	-0,3%
	Autres enseignes / Aucune enseigne	4,0%	5,6%	-1,6%

Enseignement 5

Alors qu'il s'agit d'un achat plaisir, la mode adulte continue de subir le désamour des clients

Seules deux plateformes web (Amazon, Vinted) et deux leaders de la mode enfants (Kiabi Enfants, Petit Bateau) obtiennent un score de recommandation nette positif.

Les enseignes de mode adulte monomarque sont les plus mal notées, en recul sur un an notamment sur les deux critères clés : qualité de l'offre et confiance.

Fragilisées par la montée des plateformes digitales et la crise Covid-19, les enseignes du secteur ont deux opportunités pour se réinventer et reconquérir la clientèle : l'omnicanalité et l'écoresponsabilité, deux dimensions où elles peuvent faire la différence, et où les clients expriment des attentes fortes.

Rang 2021	Enseigne	Secteur	Score de recommandation nette
1	Amazon	Mode adulte multimarque	8%
2	Vinted	Mode adulte multimarque	5%
3	Kiabi Enfants	Mode enfant	4%
4	Petit Bateau	Mode enfant	3%
5	Vertbaudet	Mode enfant	-1%
6	Okaïdi	Mode enfant	-2%
7	Orchestra	Mode enfant	-4%
8	JD Sports	Mode adulte multimarque	-4%
9	SergentMajor	Mode enfant	-6%
10	Zalando	Mode adulte multimarque	-7%
11	H&M Enfants	Mode enfant	-7%
12	Jacadi	Mode enfant	-8%
13	Veepee	Mode adulte multimarque	-10%
14	Cyrillus	Mode enfant	-11%
15	Zara Enfants	Mode enfant	-12%
16	Du pareil au même	Mode enfant	-14%
17	Asos	Mode adulte multimarque	-15%
18	Bonobo	Mode adulte monomarque	-15%
19	Courir	Mode adulte multimarque	-16%
20	Etam	Mode adulte monomarque	-17%
21	GaleriasLafayette	Mode adulte multimarque	-17%
22	Printemps	Mode adulte multimarque	-18%
23	Kiabi	Mode adulte monomarque	-19%
24	Camaieu	Mode adulte monomarque	-20%
25	Showroomprivé	Mode adulte multimarque	-22%
26	Cache Cache	Mode adulte monomarque	-24%
27	Sarenza	Mode adulte multimarque	-24%
28	ArmandThiery	Mode adulte monomarque	-26%
29	LaRedoute	Mode adulte multimarque	-26%
30	Primark	Mode adulte monomarque	-27%
31	H&M	Mode adulte monomarque	-27%
32	Atlasformen	Mode adulte monomarque	-30%
33	Zara	Mode adulte monomarque	-30%
34	Célio	Mode adulte monomarque	-30%
35	Promod	Mode adulte monomarque	-31%
36	VestiaireCollective	Mode adulte multimarque	-32%
37	Gemo	Mode adulte monomarque	-33%
38	LaHalle	Mode adulte monomarque	-34%
39	Spartoo	Mode adulte multimarque	-36%
40	C&A	Mode adulte monomarque	-36%

Score des secteurs de la mode selon les critères classés en ordre décroissant de corrélation avec la satisfaction générale.

Note 2021 (sur 100) et évolution par rapport à 2020

	Indice de corrélation du critère avec la satisfaction globale, dans le secteur de la mode (0 à 1)	Mode adulte monomarque	Mode adulte multimarque	Mode enfant
Satisfaction générale		60,9 (-0,9)	64,4 (+2,7)	68,7 (+2,2)
Qualité de l'offre	0,82	62,8 (-0,4)	68,2 (+3,0)	72,7 (+2,3)
Confiance	0,80	68,0 (-)	69,3 (+1,6)	75,3 (+2,2)
Plaisir d'achat en magasin	0,73	66,7 (-1,0)	69,6 (+3,3)	71,1 (+2,0)
Service après-vente	0,62	62,7	64,4	67,9
Équipes en magasin	0,60	58,4	61,9	65,0
Expérience digitale	0,36	58,0	65,6	65,1
Dév. durable	0,34	53,5	54,7	62,0
Rapport qualité-prix	0,14	59,7	61,3	63,3



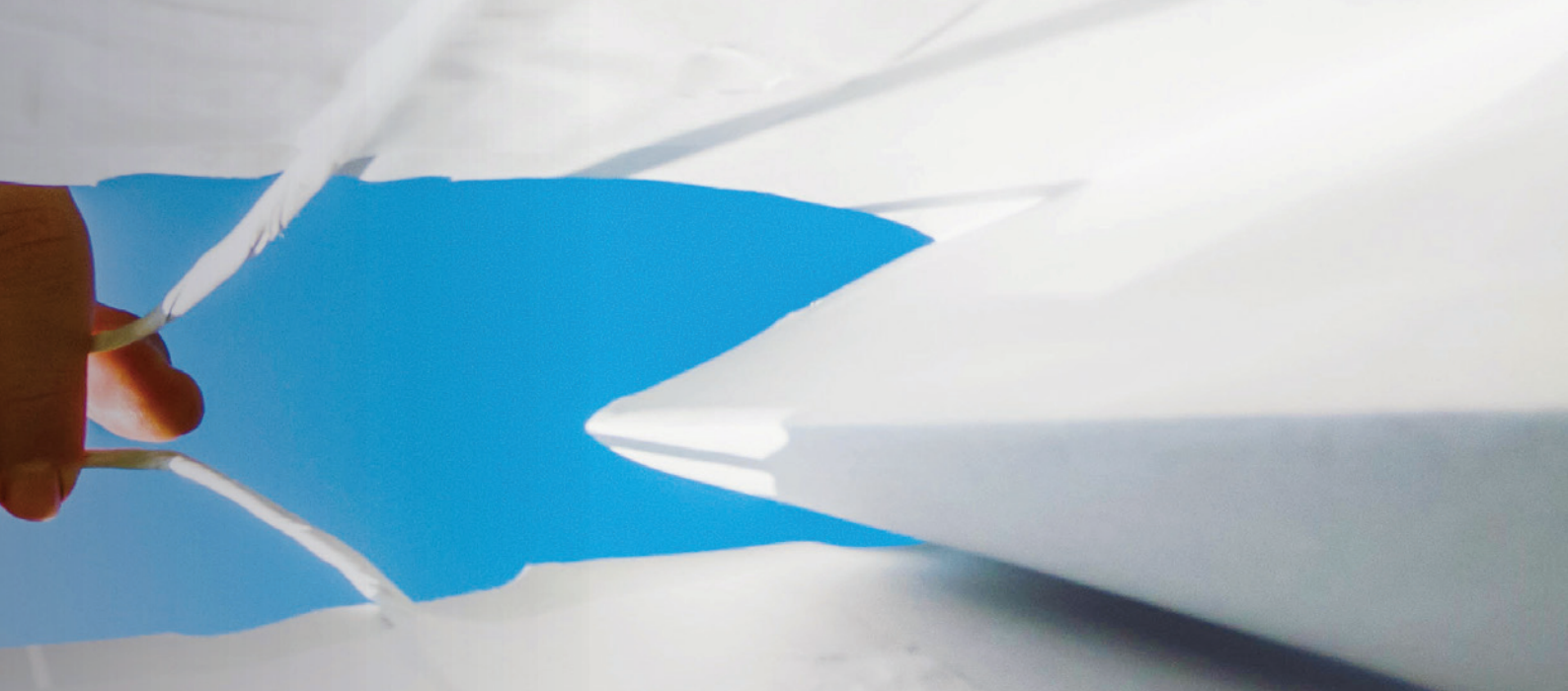
03

Classement EY-Parthenon 2021 des enseignes préférées des Français

01 | Alimentation et restauration

Alimentation générale

Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020
1	Leclerc	23,1%	25,5%	-2,4%
2	Carrefour Hypermarché	16,8%	14,2%	+2,5%
3	Lidl	11,3%	10,2%	+1,1%
4	Auchan	11,2%	10,8%	+0,4%
5	Intermarché	10,5%	12,2%	-1,8%
6	Super U	8,3%	7,6%	+0,7%
7	Carrefour Market	5,4%	4,7%	+0,8%
8	Aldi	2,3%	1,7%	+0,6%
9	Géant Casino	2,0%	2,6%	-0,6%
10	Cora	1,8%	1,7%	+0,2%
11	Monoprix	1,8%	2,2%	-0,4%
12	Amazon	1,0%	0,6%	+0,4%
	Autres enseignes / Aucune enseigne	4,5%	6,0%	-1,5%



Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020
1	Grand Frais	28,1%	25,5%	+2,6%
2	Picard	27,5%	22,6%	+4,9%
3	Biocoop	13,8%	15,8%	-2,0%
4	La Vie Claire	5,0%	5,4%	-0,4%
5	Thiriet	4,8%	4,5%	+0,3%
6	Naturalia	4,3%	3,7%	+0,6%
7	Bio c' bon	2,8%	3,1%	-0,3%
8	Satoriz	2,0%		
9	Les Comptoirs de la Bio	1,4%		
10	Biomonde	1,0%		
	Autres enseignes / Aucune enseigne (périmètre 2020)	13,7%	19,4%	-5,7%

Alimentation spécialisée

Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020
1	McDonald's	34,6%	33,0%	+1,6%
2	Burger King	19,7%	21,0%	-1,2%
3	KFC	8,5%	9,1%	-0,7%
4	Uber Eats	5,0%	1,8%	+3,2%
5	Paul	4,5%	4,4%	+0,1%
6	Quick	3,8%	4,4%	-0,6%
7	Subway	3,1%	3,7%	-0,5%
8	Domino's Pizza	2,9%	2,6%	+0,4%
9	Sushi Shop	2,8%	2,4%	+0,4%
10	Starbucks	2,5%	2,9%	-0,3%
11	O'Tacos	2,3%	2,4%	-0,1%
12	Big Fernand	1,5%	1,5%	0,0%
13	Pizza Hut	1,5%	1,6%	0,0%
14	Brioche Dorée	1,5%	1,3%	+0,2%
15	Deliveroo	1,1%	1,3%	-0,2%
16	Just Eat	0,7%	1,0%	-0,3%
	Autres enseignes / Aucune enseigne	4,0%	5,6%	-1,6%

Restauration rapide / à emporter

02 | Équipement du foyer

Multimédia Electroménager

Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020
1	Amazon	25,0%	23,1%	+1,9%
2	Darty	16,1%	17,1%	-1,0%
3	Boulangier	14,7%	9,2%	+5,5%
4	Fnac	12,0%	10,5%	+1,5%
5	Apple	8,4%	8,2%	+0,2%
6	Cdiscount	7,0%	8,3%	-1,3%
7	ElectroDépôt	4,7%	4,9%	-0,2%
8	Conforama	3,0%	3,9%	-0,9%
9	But	2,0%	1,4%	+0,6%
	Autres enseignes / Aucune enseigne	7,1%	13,4%	-6,3%

Culture

Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020
1	Amazon	36,0%	32,2%	+3,8%
2	Fnac	33,0%	31,2%	+1,8%
3	Cultura	13,4%	14,5%	-1,2%
4	Espace Culturel Leclerc	6,7%	7,4%	-0,7%
5	Cdiscount	1,0%	1,7%	-0,7%
	Autres enseignes / Aucune enseigne	9,9%	13,0%	-3,1%

Décoration

Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020
1	IKEA	35,2%	33,3%	+1,9%
2	Maisons du Monde	21,7%	18,6%	+3,1%
3	Conforama	10,0%	11,1%	-1,1%
4	But	9,0%	5,8%	+3,2%
5	Amazon	9,0%	9,3%	-0,3%
6	Cdiscount	5,0%	5,2%	-0,2%
7	Zara Home	0,7%	1,3%	-0,5%
	Autres enseignes / Aucune enseigne	9,4%	15,4%	-6,0%

Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020
1	Action	30,9%	27,1%	+3,8%
2	Gifi	18,3%	17,5%	+0,8%
3	Centrakor	7,7%	6,8%	+0,9%
4	Aliexpress	6,7%	4,5%	+2,2%
5	Hema	5,8%	4,3%	+1,5%
6	Noz	5,8%	5,8%	0,0%
7	Stokomani	5,2%	4,7%	+0,5%
8	La Foir'Fouille	5,2%	5,3%	-0,1%
9	Wish	2,3%	2,5%	-0,2%
10	MaxiBazar	1,3%	0,9%	+0,4%
	Autres enseignes / Aucune enseigne	10,8%	20,6%	-9,8%

Objets du quotidien

Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020
1	Leroy Merlin	44,0%	40,3%	+3,7%
2	BricoDépôt	13,6%	17,1%	-3,5%
3	Castorama	12,9%	14,6%	-1,7%
4	Bricomarché	6,7%	6,4%	+0,3%
5	Amazon	5,0%	5,1%	-0,1%
6	Mr Bricolage	4,9%	5,5%	-0,6%
7	Weldom	2,5%	2,7%	-0,2%
8	Bricorama	2,1%		
9	Bricoman	1,8%		
10	ManoMano	1,1%	0,9%	+0,2%
	Autres enseignes / Aucune enseigne (périmètre 2020)	9,3%	7,4%	+1,9%

Bricolage

Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020
1	Gamm'vert	23,7%	24,1%	-0,4%
2	Leroy Merlin	22,0%	20,3%	+1,7%
3	Jardiland	19,5%	19,8%	-0,3%
4	Truffaut	14,0%	12,5%	+1,5%
5	Botanic	5,6%	6,9%	-1,3%
	Autres enseignes / Aucune enseigne	15,2%	16,4%	-1,2%

Jardinage



03 | Mode

Mode adulte

Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020	Type d'enseigne	Type d'enseigne
1	Zalando	8,2%	6,6%	+1,5%	multimarque	web
2	Zara	8,1%	7,2%	+0,8%	monomarque	
3	Kiabi	6,6%	6,7%	-0,1%	monomarque	
4	Amazon	6,0%	6,3%	-0,3%	multimarque	web
5	Vinted	5,3%	3,7%	+1,6%	multimarque	web
6	H&M	5,2%	6,5%	-1,3%	monomarque	
7	Galerias Lafayette	5,0%	5,4%	-0,4%	multimarque	
8	Camaieu	3,4%	5,4%	-2,0%	monomarque	
9	Asos	3,4%	3,0%	+0,5%	multimarque	web
10	Célio	3,1%			monomarque	
11	Gemo	3,0%	4,0%	-1,0%	monomarque	
12	Veepee	2,9%	3,2%	-0,3%	multimarque	web
13	La Halle	2,8%	5,1%	-2,3%	monomarque	
14	C&A	2,7%			monomarque	
15	Primark	2,6%	3,5%	-1,0%	monomarque	
16	Courir	2,5%	1,3%	+1,2%	multimarque	
17	Bonobo	2,4%			monomarque	
18	Etam	2,4%	2,6%	-0,2%	monomarque	
19	Armand Thiery	2,3%	3,3%	-1,0%	monomarque	
20	Cache Cache	2,3%			monomarque	
21	Promod	2,1%	2,7%	-0,6%	monomarque	
22	La Redoute	1,8%	1,8%	-0,1%	multimarque	web
23	JD Sports	1,8%			multimarque	
24	Printemps	1,6%	1,7%	-0,1%	multimarque	
25	Showroomprivé	1,4%			multimarque	web
26	Sarenza	0,9%	1,3%	-0,5%	multimarque	web
27	Spartoo	0,6%	0,7%	-0,1%	multimarque	web
28	Atlas for Men	0,4%			monomarque	web
29	Vestiaire Collective	0,0%			multimarque	web
	Autres enseignes / Aucune enseigne (périmètre 2020)	23,3%	18,0%	+5,3%		



Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020
1	Zara	8,1%	7,2%	+0,8%
2	Kiabi	6,6%	6,7%	-0,1%
3	H&M	5,2%	6,5%	-1,3%
4	Camaieu	3,4%	5,4%	-2,0%
5	Célio	3,1%		
6	Gemo	3,0%	4,0%	-1,0%
7	La Halle	2,8%	5,1%	-2,3%
8	C&A	2,7%		
9	Primark	2,6%	3,5%	-1,0%
10	Bonobo	2,4%		
11	Etam	2,4%	2,6%	-0,2%
12	Armand Thierry	2,3%	3,3%	-1,0%
13	Cache Cache	2,3%		
14	Promod	2,1%	2,7%	-0,6%
15	Atlas for Men	0,4%		
	Autres enseignes / Aucune enseigne	61,5%	53,0%	+8,5%

Mode adulte :
zoom sur
enseignes
monomarques

Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020
1	Zalando	8,2%	6,6%	+1,5%
2	Amazon	6,0%	6,3%	-0,3%
3	Vinted	5,3%	3,7%	+1,6%
4	Galleries Lafayette	5,0%	5,4%	-0,4%
5	Asos	3,4%	3,0%	+0,5%
6	Veepee	2,9%	3,2%	-0,3%
7	Courir	2,5%	1,3%	+1,2%
8	La Redoute	1,8%	1,8%	-0,1%
9	JD Sports	1,8%		
10	Printemps	1,6%	1,7%	-0,1%
11	Showroomprivé	1,4%		
12	Sarenza	0,9%	1,3%	-0,5%
13	Spartoo	0,6%	0,7%	-0,1%
14	Vestiaire Collective	0,0%		
	Autres enseignes / Aucune enseigne	61,8%	65,0%	-3,2%

Mode adulte :
zoom sur
enseignes
multimarques

Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020
1	Kiabi Enfants	24,5%	24,4%	0,0%
2	Okaidi	11,2%	8,1%	+3,1%
3	H&M Enfants	11,0%	8,7%	+2,3%
4	Orchestra	10,8%	13,4%	-2,6%
5	Vertbaudet	7,6%	7,6%	0,0%
6	Petit Bateau	7,4%	6,2%	+1,2%
7	Zara Enfants	6,6%	4,4%	+2,2%
8	Du Pareil au Même	4,9%	2,5%	+2,4%
9	Sergent Major	4,6%	5,6%	-1,0%
10	Jacadi	1,7%	2,3%	-0,6%
11	Cyrillus	0,9%	0,7%	+0,2%
	Autres enseignes / Aucune enseigne	8,8%	16,1%	-7,3%

Mode enfants

04 | Autres secteurs

Sport

Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020
1	Decathlon	43,2%	47,4%	-4,2%
2	Nike	19,7%	15,2%	+4,4%
3	Intersport	12,3%	12,9%	-0,6%
4	Adidas	7,8%	7,1%	+0,7%
5	Amazon	6,0%	4,9%	+1,1%
6	Go Sport	3,8%	3,3%	+0,5%
7	Sport 2000	1,9%	2,2%	-0,4%
8	PrivateSportShop	1,2%	0,7%	+0,4%
	Autres enseignes / Aucune enseigne	4,1%	6,3%	-2,2%

Beauté

Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020
1	Sephora	29,7%	29,8%	-0,1%
2	Yves Rocher	19,6%	19,7%	-0,1%
3	Nocibé	16,5%	17,5%	-1,0%
4	Marionnaud	11,7%	11,4%	+0,4%
5	L'Occitane	3,7%	3,4%	+0,4%
6	Kiko	3,0%	3,4%	-0,4%
7	Rituals	2,1%	1,3%	+0,8%
8	Lush	1,2%	1,0%	+0,3%
9	Nyx	0,5%	1,0%	-0,5%
	Autres enseignes / Aucune enseigne	12,0%	11,5%	+0,5%

Bijoux et montres

Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020
1	Histoire d'Or	24,9%	23,4%	+1,5%
2	Swarovski	19,3%	16,3%	+3,0%
3	Pandora	14,3%	11,6%	+2,8%
4	Fossil	7,1%	6,4%	+0,7%
5	Julien d'Orcel	5,8%	4,7%	+1,1%
6	Louis Pion	3,9%	3,5%	+0,4%
7	Cleor	3,9%	4,5%	-0,6%
8	Didier Guérin	2,2%	2,0%	+0,3%
9	Marc Orian	1,5%	2,8%	-1,4%
	Autres enseignes / Aucune enseigne	17,1%	24,8%	-7,7%

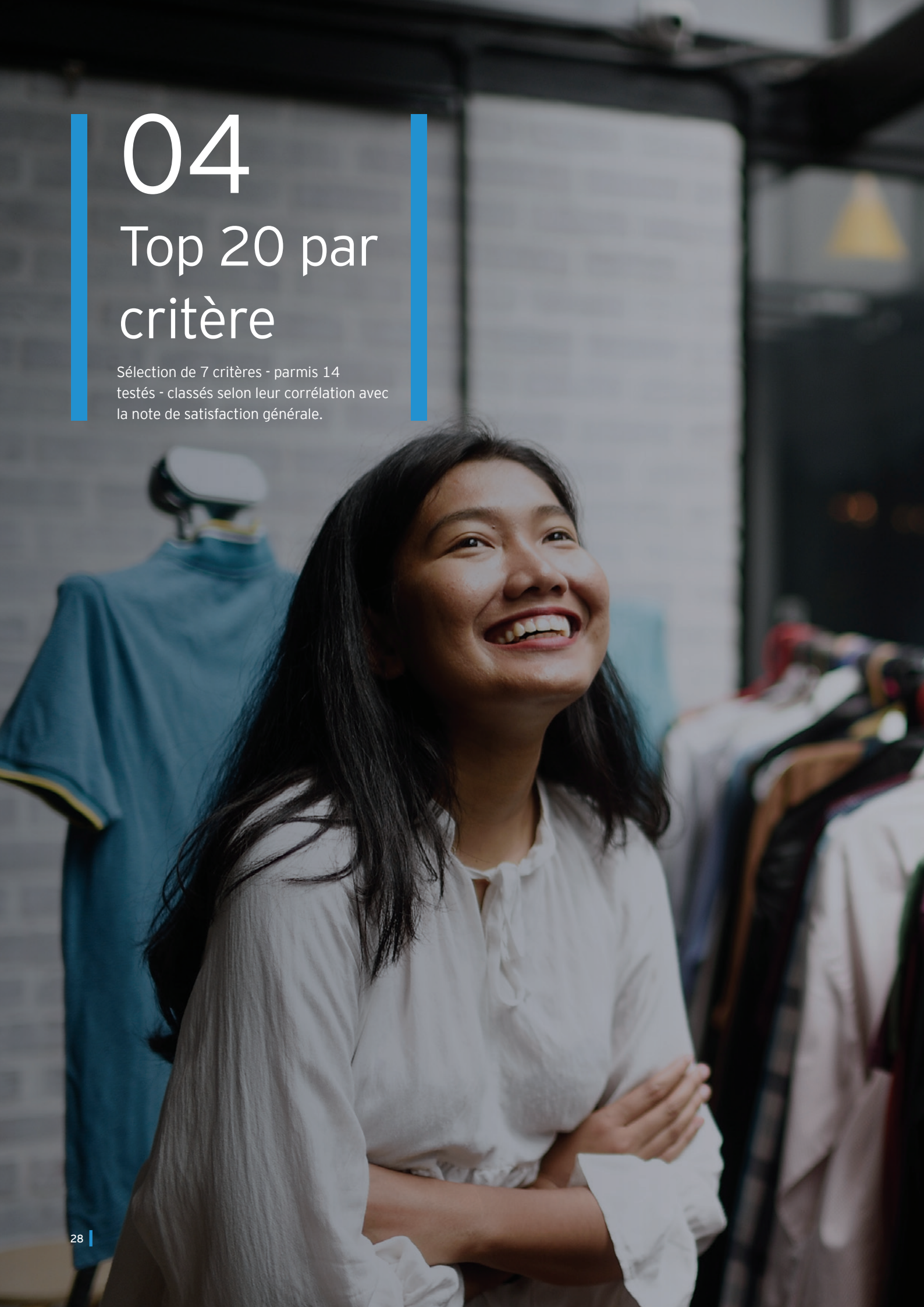
Rang 2021	Enseigne	% Fans 2021	% Fans 2020	Évolution 2021-2020
1	Optic 2000	14,9%	15,0%	-0,1%
2	Krys	14,4%	16,4%	-2,0%
3	Optical Center	13,3%	11,5%	+1,8%
4	Afflelou	11,5%	10,8%	+0,7%
5	Générale d'Optique	11,4%	12,9%	-1,4%
6	Atol	6,3%	4,9%	+1,4%
7	Grand Optical	5,5%	4,2%	+1,3%
8	Jimmy Fairly	0,8%		
	Autres enseignes / Aucune enseigne	21,9%	24,3%	-2,4%



04

Top 20 par critère

Sélection de 7 critères - parmi 14
testés - classés selon leur corrélation avec
la note de satisfaction générale.



CRITÈRES

	QUALITE DE L'OFFRE	CONFIANCE	SERVICE APRÈS VENTE	PLAISIR D'ACHAT EN MAGASIN	ÉQUIPES EN MAGASIN	RAPPORT QUALITÉ-PRIX	DEV. DURABLE
Indice de corrélation*	0,87	0,81	0,73	0,65	0,63	0,35	0,35
1	Petit Bateau	Petit Bateau	Nike	Decathlon	Biomonde	Decathlon	Biocoop
2	Apple	Leroy Merlin	Decathlon	Maisons du Monde	Didier Guérin	Kiabi Enfants	Comptoirs de la Bio
3	Nike	Picard	Adidas	Pandora	Decathlon	Action	Yves Rocher
4	Adidas	Nike	Vertbaudet	Histoire d'Or	Histoire d'Or	Amazon Culture	La Vie Claire
5	Jacadi	Sephora	Amazon Mode	IKEA	Julien d'Orcel	Amazon Multim. et Electrom.	Biomonde
6	Sephora	Histoire d'Or	Amazon Culture	Cultura	Swarovski	IKEA	Satoriz
7	Grand Frais	Decathlon	Comptoirs de la Bio	Satoriz	Comptoirs de la Bio	Amazon Mode	Bio c' bon
8	Decathlon	Vertbaudet	Apple	Fossil	Satoriz	Vinted	Naturalia
9	Picard	Apple	Jacadi	Truffaut	Pandora	Lidl	Lush
10	Cultura	Okaidi	Histoire d'Or	Swarovski	Louis Pion	Histoire d'Or	Botanic
11	Biocoop	Adidas	Satoriz	Grand Frais	Fossil	Amazon Sport	Leclercw
12	Sergent Major	Fnac	Yves Rocher	Okaïdi	Jimmy Fairly	H&M Enfants	Petit Bateau
13	Leroy Merlin	Cultura	Optic2000	Botanic	Rituals	Satoriz	Didier Guerin
14	Histoire d'Or	Yves Rocher	Pandora	Julien d'Orcel	Big Fernand	Comptoirs de la Bio	Grand Frais
15	Vert baudet	IKEA	Fossil	Kiabi Enfants	Marc Orian	Picard	Decathlon
16	Pandora	Swarovski	Leroy Merlin	Sephora	Lush	Yves Rocher	Fossil
17	Fnac	Espace Culturel Leclerc	Julien d'Orcel	Biomonde	Okaïdi	Nike	Vertbaudet
18	Swarovski	Nocibé	Sephora	Rituals	Naturalia	Fossil	L'Occitane
19	Printemps	Pandora	Biomonde	Didier Guerin	Sephora	Biomonde	Marc Orian
20	Biomonde	Kiabi Enfants	Swarovski	Nike	Jacadi	Kiabi	Jacadi

* Plus cet indice est proche de 1, plus le critère est corrélé avec la satisfaction globale

Méthodologie

L'étude a été menée en février 2021 par Dynata en interrogeant en ligne un panel de près de 8 000 consommateurs français de 18 ans et plus, qui a comptabilisé environ 50 000 avis.

146 enseignes ont été notées par les consommateurs, dans 16 secteurs d'activité différents. Dans un souci de simplification de l'étude et compte tenu de la crise de la Covid-19, plusieurs secteurs évalués en 2020 ont été sortis du périmètre en 2021 : restauration à table, salons de coiffure, chaussures et lingerie.

L'étude mesure le pourcentage de fans parmi les clients ayant visité l'enseigne lors des 12 derniers mois. Les répondants donnent aux enseignes visitées une note de satisfaction globale et une note sur 14 critères* (scoring de 1 à 5 étoiles).

Cette étude donne lieu à l'événement « Enseigne Préférée des Français », qui célèbre son 12^e anniversaire en 2021.

* 5 critères généraux (Confiance, Rapport qualité-prix, Qualité de l'offre, Service après-vente, Développement durable), 5 critères sur l'expérience en magasin (Aide à la décision en magasin, Expérience d'achat en magasin, Plaisir d'achat en magasin, Gentillesse et conseils des équipes en magasin, Proximité), 4 critères sur l'expérience digitale et omnicanale (Aide à la décision en ligne, Expérience d'achat en ligne, Plaisir d'achat en ligne, Omnicanalité)



Curieux de savoir comment les Français évaluent votre enseigne ?

Ou de comprendre comment certains acteurs obtiennent les meilleurs scores ?

Prenons rendez-vous pour en discuter !

Auteurs de l'étude :



Julia Amsellem

Partner

julia.amsellem@parthenon.ey.com



Guy-Noël Chatelin

Partner

guy-noel.chatelin@parthenon.ey.com



Frédéric Fessart

Partner

frederic.fessart@parthenon.ey.com

Contact presse :

Amélie Fournier

amelie.fournier@fr.ey.com



EY-Parthenon est un des leaders mondiaux du conseil en stratégie, avec plus de 6 500 consultants à travers le monde, spécialistes des stratégies d'entreprise, de transactions et de redressement.

De la conception au déploiement de stratégies concrètes, EY-Parthenon vous aide à redéfinir votre futur.

EY | Building a better working world

La raison d'être d'EY est de participer à la construction d'un monde plus équilibré, en créant de la valeur sur le long terme pour nos clients, nos collaborateurs et pour la société, et en renforçant la confiance dans les marchés financiers.

Expertes dans le traitement des données et des nouvelles technologies, les équipes EY, présentes dans plus de 150 pays, contribuent à créer les conditions de la confiance dans l'économie et répondent aux enjeux de croissance, de transformation et de gestion des activités de nos clients.

Fortes de compétences en audit, consulting, droit, stratégie, fiscalité et transactions, les équipes EY sont en mesure de décrypter les complexités du monde d'aujourd'hui, de poser les bonnes questions et d'y apporter des réponses pertinentes.

EY désigne l'organisation mondiale et peut faire référence à l'un ou plusieurs des membres d'Ernst & Young Global Limited, dont chacun représente une entité juridique distincte. Ernst & Young Global Limited, société britannique à responsabilité limitée par garantie, ne fournit pas de prestations aux clients. Les informations sur la manière dont EY collecte et utilise les données personnelles, ainsi que sur les droits des personnes concernées au titre de la législation en matière de protection des données sont disponibles sur ey.com/privacy. Les cabinets membres d'EY ne pratiquent pas d'activité juridique lorsque les lois locales l'interdisent. Pour plus d'informations sur notre organisation, veuillez vous rendre sur notre site ey.com.

EY-Parthenon est un des leaders mondiaux du conseil en stratégie, avec plus de 6 500 consultants à travers le monde, spécialistes des stratégies d'entreprise, de transaction et de redressement. De la conception au déploiement de stratégies concrètes, EY-Parthenon vous aide à redéfinir votre futur.

EY-Parthenon désigne des professionnels exerçant pour EY LLP et d'autres membres du réseau EY qui offrent des services de conseils en stratégie partout dans le monde. Pour plus d'informations, veuillez vous rendre sur ey.com/parthenon.

© 2021 Ernst & Young Advisory.
Tous droits réservés.

Studio BMC France - 2103BMC108
SCORE N° 2021-061
ED None

Document imprimé conformément à l'engagement d'EY de réduire son empreinte sur l'environnement.

Cette publication a valeur d'information générale et ne saurait se substituer à un conseil professionnel en matière comptable, fiscale, juridique ou autre. Pour toute question spécifique, veuillez vous adresser à vos conseillers.

ey.com/fr

Contact

EY-Parthenon
+3 1 58 56 18 00
ey.com/parthenon

Auteurs :
julia.amsellem@parthenon.ey.com
guy-noel.chatelin@parthenon.ey.com
frederic.fessart@parthenon.ey.com

Presse :
amelie.fournier@fr.ey.com