

Picard au top dans le cœur des Français

Parmi les grands gagnants du classement de l'attractivité des enseignes établi par OC&C, Picard Surgelés, Amazon et Yves Rocher restent en tête. Kiko se place d'emblée à une très bonne place, Ikea et Darty remontent. Pour remporter l'adhésion, mieux vaut être omnicanal et avoir une forte offre de marques propres.

Après deux années de règne d'Amazon sur la plus haute marche du podium des enseignes préférées des Français, les choses bougent. C'est au tour de Picard Surgelés de prendre la tête, avec un petit point d'avance sur Amazon et sur Yves Rocher, numéro trois. Notées de 1 à 5 sur dix critères (des prix bas à la qualité des produits, des services au site internet) par des consommateurs s'étant rendus au moins une fois au cours des trois derniers mois dans l'un de ces magasins, les enseignes d'une dizaine de secteurs différents gagnent ou perdent des places. Parmi les petits nouveaux qui cartonnent, la jeune enseigne italienne de maquillage arrivée en France

en 2010, Kiko. « C'est une étoile qui est née, s'enflamme Jean-Daniel Pick, associé chez OC&C. C'est un champion pour le rapport qualité/prix avec un modèle économique gagnant. » Résultat: Kiko a la même note que...Sephora.

Perte d'excellence

Moins heureux, Amazon. Son léger déclassement s'explique selon OC&C par un éparpillement de son offre. « Amazon est

Kiko, entré dans le classement d'OC&C l'an dernier, fait un carton plein.



un peu moins spécialiste sur certaines familles de produits, comme l'habillement, et risque une dilution de son image d'excellence. » Il n'empêche, le géant américain se retrouve à la première place pour beaucoup de critères, du choix au rapport qualité/prix.

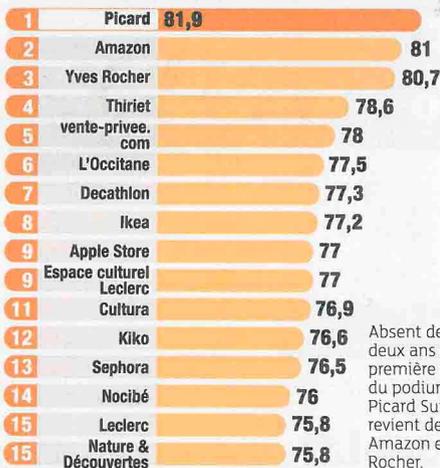
Parmi les enseignes qui suscitent un regain d'intérêt, Ikea et Darty qui gagnent chacune 3 points. Ce dernier, notamment, recueille les fruits d'une relance réussie. Globalement, les secteurs plaisir (beauté et culture) ont les faveurs des Français.

Petit moral

Les chouchous des consommateurs ont deux points communs: d'une part, une forte proportion de marques propres, gage de réussite. Picard, Yves Rocher, Thiriet, L'Occitane, Decathlon, Ikea, Apple Store, Kiko en sont des exemples. D'autre part, ce sont des enseignes omnicanal, mariant enseignes et sites qui séduisent les Français, à l'exception de Picard Surgelés et des Espace culturel Leclerc. Cette année, OC&C a sondé le moral des consommateurs... et il n'est pas bien haut. Ainsi, plus de un Français sur cinq (22 %) prévoit d'acheter moins souvent dans les prochains mois. Ce qui nous relègue à la place des plus pessimistes, juste après les Brésiliens. Les Allemands ne nous ont pourtant pas infligé sept buts en Coupe du monde de football ! ■

AMAZON DÉTRÔNÉ

Enseignes préférées des Français, note sur 100
Source: OC&C Strategy Consultants, septembre 2014



Absent depuis deux ans de la première place du podium, Picard Surgelés revient devant Amazon et Yves Rocher.

LA BEAUTÉ ET LA CULTURE SÉDUISENT TOUJOURS

Enseignes leaders par critère de proposition de valeur
Source: OC&C Strategy Consultants



*Uniquement pour les enseignes des secteurs mode (mais excluant les grands magasins et la lingerie)

Kiko, Sephora, L'Occitane, mais aussi les Espace culturel Leclerc ou Cultura, occupent largement le tableau des trente enseignes préférées des Français.

© NICOLAS ROBIN