



Top Enseigne : quelles sont les enseignes les plus attractives de France en 2026 ?



Bonial et Ipsos présentent la deuxième édition du baromètre de l'attractivité des enseignes françaises. L'étude dresse les évolutions observées depuis l'an dernier et la place qu'occupe le commerce dans le cœur des Français. Basée sur les réponses de 10 000 Français, cette étude évalue plus de 350 enseignes réparties sur 20 secteurs d'activité (alimentation, mode, bricolage, etc.). Le baromètre s'appuie sur 11 critères essentiels (prix, offre, expérience client...). Cette nouvelle édition confirme que Decathlon conserve son titre de "Top Enseigne", et que le top 3 reste inchangé, avec IKEA en deuxième position et Action en troisième. Le baromètre dresse ainsi un panorama complet et évolutif de la performance des enseignes en magasin.

Accédez au site dédié



— Les Français réaffirment leur attachement à la grande distribution

Cette deuxième édition confirme que la grande distribution occupe plus que jamais une place centrale dans la vie des Français, tant sur le plan économique que social. Ils sont 83% à estimer qu'elle a un rôle majeur à jouer dans la société, soit +3 points par rapport à l'an dernier. Leur attachement aux magasins physiques demeure indéfectible : 93% des Français les jugent essentiels et estiment qu'ils ne devraient pas fermer, soulignant leur fonction essentielle en matière de proximité et de lien social. Par ailleurs, 7 Français sur 10 considèrent encore les magasins physiques plus utiles qu'internet pour effectuer leurs achats.

— Au-delà du prix, une attractivité commerciale fondée sur un ensemble de critères

Sur la défense du pouvoir d'achat, les consommateurs reconnaissent largement le rôle de la grande distribution : 85% estiment qu'elle y contribue, et plus de la moitié (54%) considèrent qu'elle participe activement en ce sens, soit +5 points en un an.

Les Français attendent des enseignes qu'elles conjuguent prix attractifs, offres pertinentes et expérience réussie :

- 57% estiment qu'elles pratiquent des prix attractifs (+5 points)
- 58% jugent qu'elles proposent des promotions généreuses, utiles et variées (+4 points)
- 73% saluent une offre qualitative et adaptée à leurs besoins
- 72% se disent satisfaits de l'expérience d'achat proposée (+2 points)

L'étude évalue la performance des enseignes à travers 11 critères d'attractivité. Parmi eux : la qualité de l'offre, l'utilité des promotions, la facilité d'accès, etc. Son indice d'attractivité commerciale correspond à la moyenne des scores obtenus sur chacun d'entre eux.

— Decathlon, Ikea et Action : un trio gagnant qui se renforce en 2026

Pour cette deuxième édition, le podium des enseignes les plus attractives reste inchangé et se consolide. Decathlon est de nouveau élue « Top Enseigne » par les Français, avec un indice de 38,4 (+2,4 points vs 2025).

Ikea et Action conservent leur position respective sur le podium, tout en améliorant également leur indice d'attractivité par rapport à l'édition précédente (respectivement +2,3 et +1,5 points).

En 2026, Decathlon continue à dominer le classement sur les critères d'attractivité, en tête sur 6 des 11 critères d'attractivité : rapport qualité-prix, utilité des promotions, facilité d'accès au magasin, expérience d'achat, pertinence et qualité de l'offre.

Avec son positionnement stratégique autour des économies et petits prix, Action se démarque toujours sur les critères d'attractivité des prix et de générosité, fréquence des promotions.

Deux évolutions marquantes se distinguent cette année : Nature & Découvertes détrône Lush sur le critère de la responsabilité sociétale, avec une ascension fulgurante de +6,8 points. De son côté, Ikea enregistre une forte progression sur la variété de l'offre (+4,8 points), lui permettant de dépasser Decathlon et de devenir leader sur ce critère.

— Un Top 10 marqué par quelques mouvements notables

Leroy Merlin maintient sa 4ème place, tandis que le reste du classement connaît quelques mouvements. Intersport enregistre une belle progression gagnant deux places, pour atteindre la 5ème position. Electro Dépôt fait une entrée remarquée dans le Top 10, directement à la 6e place, soit l'une des plus fortes évolutions du classement cette année. E.Leclerc, bien qu'en léger recul, reste dans le Top 10, tout comme GiFi, Bureau Vallée et B&M, qui conservent leur attractivité. À l'inverse, Lidl quitte le classement.

Globalement, l'indice d'attractivité progresse pour la majorité des enseignes du Top 10, traduisant une dynamique positive et durable pour le commerce physique.

— Les 20 enseignes lauréates : les plus attractives sur leur secteur

Cliquez sur les liens pour consulter le communiqué de presse dédié par secteur :

[Alimentation générale](#) :

- Hypermarchés : E.Leclerc
- Supermarchés : Lidl
- Proximité : Intermarché Express
- Drive : E.Leclerc drive

[Alimentation spécialisée](#) : Picard Surgelés (vs. Grand Frais en 2025)

[Jeux, jouets et culture](#) : Cultura

[Électronique et électroménager](#) : Electro Dépôt

Communiqué de presse

PARIS, LE 4 DECEMBRE 2025

bonial

- ⌚ [Ameublement, Décoration](#) : Ikea
- ┐ [Produits du quotidien](#) : Action
- 🛠 [Bricolage, Jardinage](#) : Leroy Merlin
- 💄 [Hygiène, Beauté](#) : Yves Rocher
- 👕 [Prêt-à-porter](#) : Kiabi
- 🐶 [Animalerie](#) : Nos animaux E.Leclerc
- 🏀 [Sport](#) : Decathlon
- 📝 [Papeterie, Presse](#) : Bureau Vallée
- 👓 [Optique, Audition](#) : Lunettes pour tous
- 🚗 [Centres automobiles](#) : Carter Cash (vs L'Auto E.Leclerc en 2025)
- 🍔 [Restauration rapide / à emporter](#) : Burger King
- 🍽 [Restauration à table](#) : Flunch
- ⌚ [Bijouterie](#) : Le Manège à Bijoux

Méthodologie



Echantillon 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.

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. Crée 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

