

Téléchargez l'étude complète :  
[En cliquant sur ce lien](#)

## AMEUBLEMENT & DECORATION : LES FRANÇAIS PLEBISCITENT IKEA ET ADOUBENT LA CHAÎNE DE HARD DISCOUNT NÉERLANDAISE ACTION

Bonial (Axel Springer), pionnier et leader du drive-to-store en Europe, a souhaité déterminer quelles étaient les enseignes d'ameublement et de décoration préférées des Français. Cette étude réalisée par Opinionway auprès d'un panel représentatif de la population française de 5486 personnes présente également l'image prix et promotions de ces dernières auprès des consommateurs hexagonaux. Si l'image prix semble contribuer fortement à la préférence à l'enseigne, l'image promo est de son côté fortement corrélée aux intentions d'achat. Alors qu'*Ikea* se positionne au mieux sur l'ensemble des points abordés au cœur de cette étude, notons que la chaîne de hard discount néerlandaise *Action* s'impose sur le volet image promo.

### EN BREF



### Préférence à l'enseigne : Ikea leader et percée du bazar discount

Dans un contexte de fortes incertitudes des Français quant à leur pouvoir d'achat, *Ikea* fait toujours figure de référence dans le secteur de l'ameublement et de la décoration. Le géant suédois se positionne ainsi avec **24%** en première position du classement de la préférence à l'enseigne avec plusieurs longueurs d'avance sur *Leroy Merlin* (**16%**), l'enseigne spécialisée dans l'amélioration de l'habitat du groupe Mulliez. Avec **13%**, *Action* talonne Leroy Merlin et se hisse sur la troisième marche du podium. Le hard discount batave s'appuie sur un réseau de plus de 600 points de ventes sur le territoire national et son émergence dans ce classement illustre une tendance de fond.

### Le bazar discount dans le cœur... et le portefeuille des Français

Dans un contexte de pouvoir d'achat restreint, les clients sont à la recherche de bonnes affaires. En toute logique, les enseignes spécialisées dans le discount prospèrent et cette tendance s'illustre clairement dans ce classement. En effet, un simple cumul (**23%**) des scores d'*Action* (**13%**), *Gifi* (**5%**), *Centrakor* (**3%**) et *Stockomani* (**2%**) permet à ces enseignes à bas coûts de se hisser à un niveau de préférence quasi-identique à celui d'*Ikea* (**24%**).



# Les enseignes préférées

Q. Pouvez-vous classer les enseignes suivantes par ordre de préférence ?



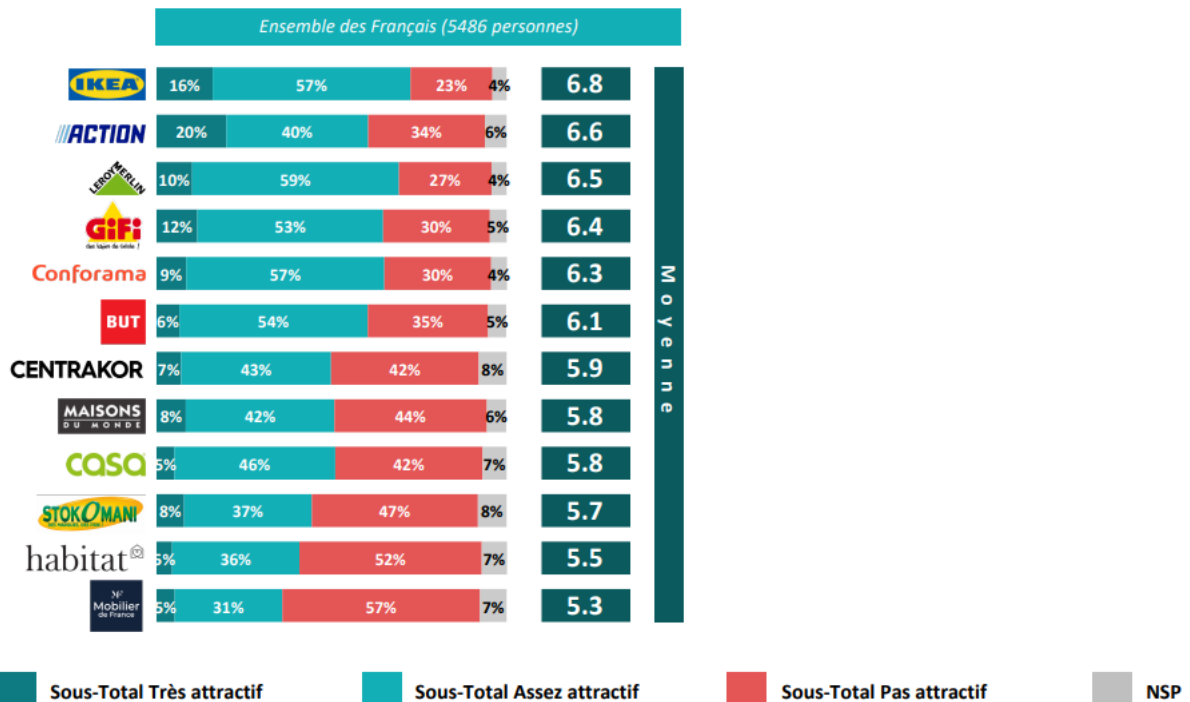
## Image prix : Ikea s'impose... de justesse

**Ikea** s'installe sur la première marche du podium de l'image prix avec une note de **6,8/10**. Pour autant, l'enseigne nordique spécialisée dans le mobilier et les objets de décoration prêts à poser ou à monter en kit ne survole pas ce classement. Elle est suivie de près par **Action** (6,6) et **Leroy Merlin** (6,5). De son côté, **Gifi**, la référence française du bazar discount, se positionne dans le rétroviseur du trio de tête avec **6,4**. Les deux surprises de ce classement ne sont autres que les enseignes de bazar discount **Centrakor** (5,9) et **Stockomani** (5,7) que l'on pourrait attendre un peu plus haut. Retenons d'une manière générale qu'en toute logique, les acteurs à bas coûts et forte notoriété font la part belle de ce classement.



# L'attractivité des prix selon les enseignes

Q. Quelle note attribuez-vous aux prix pratiqués par chacune des enseignes suivantes ?



## Image promo : le bazar discount prend la tête

Si les trois confinements ont pénalisé les enseignes de bazar et de déstockage non alimentaires en France, force est de constater que leur positionnement agressif sur la promo devrait rapidement leur permettre de renouer avec le succès à l'heure d'un contexte sanitaire semble-t-il plus apaisé.

Ainsi, **Action** prend la tête de ce classement avec une note de **6,6/10** suivi de près par son concurrent français **Gifi (6,5)**. **Ikea** accapare la troisième place du podium avec **6,3**.

Le maillage territorial et la multiplication des points de vente des enseignes de bazar discount leur permettent de faire grimper les volumes d'achats et d'acheter leurs articles à petit prix. Ce classement met ainsi en exergue la stratégie des hard discounters et consacre leur succès auprès des Français.



## L'attractivité promotionnelle des enseignes d'ameublement décoration

Q. Et diriez-vous que chacune des enseignes suivantes propose des promotions intéressantes financièrement ?



### Méthodologie

- 🕒 Echantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de **5486 personnes**.
- 🕒 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 22 au 27 avril 2021**.
- 🕒 **Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « Sondage OpinionWay pour Bonial »** et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

**A propos de Bonial :** Pionnier et leader du drive-to-store en Europe, Bonial reconnecte les consommateurs avec les magasins depuis plus de 10 ans et permet aux enseignes de communiquer leurs offres dans l'univers digital. La plateforme Bonial combine un réseau d'audience qualifiée, des données de ciblage propriétaires ainsi qu'une technologie au service de la personnalisation et de la diffusion des offres de chaque magasin sur le digital. En Europe, plus de 400 grandes enseignes font confiance aux 350 collaborateurs de Bonial pour renforcer l'attractivité de leurs points de vente.

### Contact Presse

**Dimitri HOMMEL-VIKTOROVITCH**

[Dimitri.hommel@heroiks.com](mailto:Dimitri.hommel@heroiks.com)

06 98 20 77 12