

Les 13 lauréats du grand prix des consommateurs, l'élection de « Retailer of the Year France » 2011 ont été révélés

Lancée aux Pays-Bas en 2003 par Q&A Research & Consultancy, l'élection de « Retailer of the Year » est une des plus grandes enquêtes de consommateurs réalisée en Europe. En 2011, près de 1,7 millions d'évaluations de consommateurs ont été récoltées dans neuf pays européens. Toutes les enseignes possédant au minimum sept filiales actives dans un pays pouvaient participer.

Les 13 gagnants de l'élection de « Retailer of the Year France » 2011 ont été révélés à l'occasion de la remise des prix qui s'est tenue récemment à Paris. Près de 13 500 consommateurs français ont participé activement à l'enquête en votant pour leurs chaînes de magasins favorites, et un total de 39 000 évaluations réparties parmi 54 chaînes de magasins ont été récoltées. Les enseignes étaient évaluées sur plusieurs critères de prix, de service et d'assortiment. En 2010, les enseignes françaises avaient obtenu une moyenne générale de 6,05 sur 10. Les consommateurs français semblent être globalement plus satisfaits de leurs enseignes cette année, puisque la moyenne générale des détaillants a atteint 6,14 sur 10. L'enquête menée par le cabinet d'étude Q&A Research & Consultancy montre que le rapport qualité-prix est considéré comme le critère le plus important par les consommateurs français.

Pour la quatrième année consécutive, les consommateurs français ont pu évaluer leurs chaînes de magasins préférées sur neuf critères : le rapport qualité-prix, le niveau des prix, les offres promotionnelles, l'assortiment, l'innovation, le service, la compétence et l'amabilité du personnel et l'ambiance dans les magasins.

Les critères de prix restent prépondérants, mais le service gagne en importance

L'enquête montre que les critères de prix comptent pour 61% dans l'évaluation des prestations du magasin, ce qui est légèrement plus qu'en 2010. De plus, pour les consommateurs, l'amabilité du personnel est moins essentielle que l'année dernière, alors que le poids en matière de compétences du personnel a augmenté. Enfin, l'importance du niveau des prix a augmenté de 9 % ce qui place ce critère en deuxième position.

Les gagnants par catégorie

Cette année, 13 enseignes, soit une par catégorie ont été sélectionnées. Les lauréats de l'élection de « Retailer of the Year France » 2011 sont :

Beauté et Parfumerie	Marionnaud
Bricolage et Jardinage	Leroy Merlin
Chaussures	La Halle aux Chaussures
Lingerie	Etam Lingerie
Maison et Décoration	IKEA
Multimédia et Electroménager	FNAC
Sport	Decathlon
Jouets	Toys R Us
Supermarchés et Hypermarchés	E. Leclerc
Téléphonie	Sfr
Restauration à emporter	La Brioche dorée
Vêtements femme	MS Mode
Vêtements homme	Jules

L'enquête en ligne

Les évaluations ont été réalisées sur www.lenseignedelannee.fr. Au moyen de newsletters, de messages diffusés sur les réseaux sociaux, de bannières internet et d'actions en magasin, les chaînes de magasin ont invité en masse ces derniers mois leurs clients à participer à l'enquête. Outre l'évaluation de leur chaîne de magasins préférée, les consommateurs ont pu également noter d'autres chaînes de la même catégorie et d'autres catégories sur neuf aspects. L'importance des différents aspects a été déterminée au préalable au moyen d'un sondage arbitraire par catégorie. La pondération des critères varie donc en fonction de la catégorie.

Cette étude permet aux enseignes de connaître leurs points forts et les aspects qu'ils doivent améliorer selon les consommateurs. Le rapport d'étude permet à chaque détaillant de se situer par rapport à ses concurrents. Les lauréats 2011 pourront utiliser le logo « Retailer of the Year France » 2011 pendant un an dans leur communication.

Contacts

Stéphanie Lepinay

s.lepinay@lenseignedelannee.fr

Pauline Lelorieux

p.lelorieux@lenseignedelannee.fr