#### **L'OBSERVATOIRE**

# IMAGE PRIX IMAGE PROMO

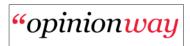
La perception des prix et des promotions dans les enseignes d'hypers, de supers et de discount

**VAGUE # 3** JUIN 2019





réalisé par



## **POURQUOI CET OBSERVATOIRE?**

Prix et promo sont deux sujets majeurs du commerce contemporain. Deux sujets qui sont au cœur des attentes des clients, au cœur des stratégies des enseignes et, depuis quelques années désormais, au cœur du débat public avec, en prolongement, un volet législatif (loi EGA). Mesurer la perception que les clients ont des enseignes sur ces deux critères prix et promo est l'ambition de cet Observatoire mis sur pied par Bonial et Editions Dauvers, avec le soutien d'Opinion Way. Mesurer et... rendre totalement public pour apporter une contribution supplémentaire aux réflexions des acteurs sur leurs stratégies prix/promo. Qu'il s'agisse d'ailleurs des marques comme des enseignes.

Les unes comme les autres sont plus que jamais confrontées à des choix cruciaux : comment utiliser les nouveaux outils disponibles, notamment digitaux, pour affiner les messages avec toujours plus de personnalisation mais... sans intrusion ? Comment accroître l'attractivité des offres commerciales et, surtout, inciter à se rendre en magasin ? Etc. Certains ont manifestement une longueur d'avance, ce que traduisent les résultats de cet Observatoire.

Cette vague, tout en confirmant les classements des enseignes, démontre aussi un effritement général. A la fois en termes d'image prix et d'image promo. Les EGA sont manifestement passés par là. Et les clients l'ont remarqué...



Matthias berahya-lazarus Président BONIAL France



**Olivier Dauvers**Editions DAUVERS

## **MÉTHODOLOGIE**

Echantillon de 1 069 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de CSP, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (ComputerAssistedWebInterview), les 19 et 20 juin.

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1 000 répondants.





"Pour chacune des enseignes auxquelles vous avez facilement accès, quelle note attribuez-vous aux prix qu'elle pratique ?"

#### **NOTE D'IMAGE PRIX**

2018

-0,3

-0.4

-0,3

-0,3

-0,3

-0,3

		Évol vs déc 20
Libr	<b>7,3</b> /10	<b>-0,1</b>
E.Leclerc	<b>7,2</b> <sub>/10</sub>	- <b>0,1</b>
ALDI	<b>6,8</b> /10	<b>-0,1</b>
Inter <u>marchē</u>	<b>6,5</b> /10	-0,2
Carrefour 🕀	<b>6,5</b> <sub>/10</sub>	-0,2
≉uchan	<b>6,4</b> <sub>/10</sub>	-0,3
LEADER PRICE	<b>6,3</b> <sub>/10</sub>	<b>-0,1</b>
SUPER	<b>6,2</b> <sub>/10</sub>	-0,3
HYPER	<b>6,1</b> <sub>/10</sub>	<b>-0,1</b>
Auchan SiMPLY	<b>6,1</b> <sub>/10</sub>	-0,2
<sup>r</sup> Netto <sub>1</sub>	<b>5,8</b> <sub>/10</sub>	-0,6

cora

market 🕪

Géant

Casino (

MATCH

**MONOPRIX** 

**5,7** <sub>/10</sub>

**5,7** /10

**5,7** <sub>/10</sub>

**5,4**<sub>/10</sub>

**5,3** <sub>/10</sub>

**5,1**<sub>/10</sub>







"Pour chacune des enseignes auxquelles vous avez **facilement accès**, quelle note attribuez-vous aux prix qu'elle pratique ?"

#### NOTE D'IMAGE PRIX

		Note	de <b>8</b> à <b>10</b>	Note de <b>6</b> à <b>7</b>	Note de <b>1</b> à <b>5</b>
Tipr	<b>7,3</b> /10	45	45 %		11 %
E.Leclerc	<b>7,2</b> /10	4	<b>7</b> %	36 %	<b>14</b> %
ALDI	<b>6,8</b> /10	36 %		39 %	21%
Inter <u>marchē</u>	<b>6,5</b> /10	26%	45	%	24%
Carrefour (	<b>6,5</b> до	<b>27</b> %	43	%	<b>27</b> %
<b>ૠuchan</b>	<b>6,4</b> /10	<b>26</b> %	44	%	24%
LEADER PRICE	<b>6,3</b> <sub>/10</sub>	26%	40%		28%
SUPER	<b>6,2</b> <sub>/10</sub>	22%	43%		30%
HYPER U	<b>6,1</b> <sub>/10</sub>	16 %	48%		30%
Auchan SiMPLY	<b>6,1</b> <sub>/10</sub>	21%	36%	35	%
「Netto」	<b>5,8</b> до	18%	32%	44%	
cora	<b>5,7</b> /10	<b>16</b> %	39%	40	%
market (🙌	<b>5,7</b> /10	<b>16</b> %	40 %		<b>!2</b> %
<b>Géant</b>	<b>5,7</b> /10	<b>17</b> %	38%	40	%
<b>RESINO</b>	<b>5,4</b> <sub>/10</sub>	14%	30%	<b>51</b> %	
MATCH	<b>5,3</b> <sub>/10</sub>	<b>11</b> %	34%	<b>50</b> %	
MONOPRIX	<b>5,1</b> <sub>/10</sub>	11%	30%	55%	

solde : ne se prononce pas





"Pour chacune des enseignes auxquelles vous avez **facilement accès**, quelle note attribuez-vous aux prix qu'elle pratique ?"

#### **NOTE D'IMAGE PRIX**

		HOMMES	FEMMES
	<b>7,3</b> /10	<b>7,3</b> <sub>/10</sub>	<b>7,2</b> <sub>/10</sub>
E.Leclerc	<b>7,2</b> /10	<b>7,1</b> /10	<b>7,2</b> /10
	<b>6,8</b> /10	<b>6,9</b> <sub>/10</sub>	<b>6,8</b> <sub>/10</sub>
Inter <mark>marché</mark>	<b>6,5</b> <sub>/10</sub>	<b>6,5</b> <sub>/l0</sub>	<b>6,5</b> до
Carrefour (	<b>6,5</b> <sub>/10</sub>	<b>6,4</b> <sub>/10</sub>	<b>6,6</b> <sub>/10</sub>
<b>≉uchan</b>	<b>6,4</b> <sub>/10</sub>	<b>6,2</b> <sub>/10</sub>	<b>6,6</b> <sub>/10</sub>
LEADER PRICE	<b>6,3</b> <sub>/10</sub>	<b>6,2</b> <sub>/10</sub>	<b>6,5</b> <sub>/10</sub>
SUPER U	<b>6,2</b> <sub>/10</sub>	<b>6,0</b> <sub>/10</sub>	<b>6,4</b> <sub>/10</sub>
HYPER U	<b>6,1</b> <sub>/10</sub>	<b>5,9</b> <sub>/10</sub>	<b>6,3</b> <sub>/10</sub>
Auchan SiMPLY	<b>6,1</b> <sub>/10</sub>	<b>5,8</b> <sub>/10</sub>	<b>6,4</b> <sub>/10</sub>
「Netto」	<b>5,8</b> <sub>/10</sub>	<b>5,7</b> <sub>/10</sub>	<b>5,8</b> <sub>/10</sub>
cora	<b>5,7</b> <sub>/10</sub>	<b>5,6</b> <sub>/10</sub>	<b>5,8</b> /10
market 🙌	<b>5,7</b> /10	<b>5,7</b> <sub>/10</sub>	<b>5,7</b> <sub>/10</sub>
<b>Géant</b>	<b>5,7</b> /10	<b>5,5</b> <sub>/10</sub>	<b>5,9</b> <sub>/10</sub>



**5,1**<sub>/10</sub>

**5,0** <sub>/10</sub>

4,9 /10



**5,8** <sub>/10</sub>

**5,5** <sub>/10</sub>

**5,3** <sub>/10</sub>

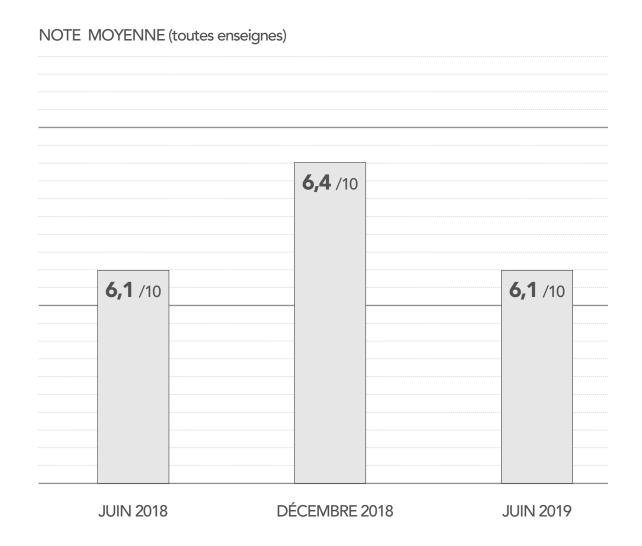
Casino (

**MONOPRIX** 

**5,4** /10

**5,3** <sub>/10</sub>

**5,1**<sub>/10</sub>







#### **BONIAL**

Plateforme de digitalisation, personnalisation et diffusion du plan d'animation commercial









Originalité de L'Observatoire Promo, **l'image promo des enseignes est composée de trois sous-items spécifiques** 

Promotions
qui répondent
aux attentes

Promotions
financièrement
intéressantes

Promotions

qui incitent à se rendre

en magasin





Originalité de L'Observatoire Promo, l'image promo des enseignes est composée de trois sous-items spécifiques

Promotions
qui répondent
aux attentes

**E.Lecierc 7,0** /10

Promotions
financièrement
intéressantes



Promotions

qui incitent à se rendre

en magasin







1 PROMOTIONS **QUI RÉPONDENT AUX ATTENTES** 

Évol vs déc 2018

"Pour chacune des enseignes dans lesquelles vous faites vos courses, diriez-vous qu'elle propose des promotions qui répondent à vos attentes ?"

E.Leclerc	<b>7,0</b> /10	-0,1
<b>2.</b>	<b>6,8</b> /10	-0,2
<b>A</b> uchan	<b>6,7</b> /10	-0,3
Inter <mark>marché</mark>	<b>6,6</b> до	-0,2
Carrefour 🕀	<b>6,6</b> <sub>/10</sub>	<b>-0,2</b>
<b>Géant</b>	<b>6,6</b> <sub>/10</sub>	0,0
	<b>6,4</b> <sub>/10</sub>	+ <b>0,4</b>
LEADER PRICE	<b>6,5</b> <sub>/10</sub>	+ <b>0,5</b>
SUPER	<b>6,4</b> <sub>/10</sub>	-0,1
「Netto」	<b>6,3</b> <sub>/10</sub>	-0,4
HYPERU	<b>6,2</b> <sub>/10</sub>	-0,4
cora	<b>6,0</b> <sub>/10</sub>	-0,7
market 🙌	<b>5,9</b> <sub>/10</sub>	-0,5
Casino Supermarchi	<b>5,9</b> <sub>/10</sub>	-0,5
MATCH	<b>5,7</b> <sub>/10</sub>	-1,0
Auchan SiMPLY	<b>5,7</b> <sub>/10</sub>	- <b>0,4</b>
MONOPRIX	<b>5,7</b> /10	<b>-0,5</b>



1 PROMOTIONS QUI RÉPONDENT AUX ATTENTES

Évol vs déc 2018

"Pour chacune des enseignes dans lesquelles vous faites vos courses, diriez-vous qu'elle propose des promotions qui répondent à vos attentes ?"

E.Leclerc(	
------------	--



-0,1





**6,8** /10

**-0,2** 

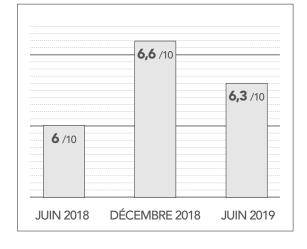
**Auchan** 

**6,7** /10

**-0,3** 

Inter <mark>marché</mark>	<b>6,6</b> /10	-0,2
Carrefour (	<b>6,6</b> /10	-0,2
<b>Géant</b>	<b>6,6</b> /10	0,0
	<b>6,4</b> <sub>/10</sub>	+ <b>0,4</b>
LEADER PRICE	<b>6,5</b> /10	+ <b>0,5</b>
SUPER	<b>6,4</b> /10	-0,1
<sup>r</sup> Netto <u>.</u>	6,3 /10	-0,4
HYPER (U)	6,2 /10	-0,4
cora	6,0 /10	-0,7
market 🚯	<b>5,9</b> /10	-0,5
* Casino	<b>5,9</b> /10	-0,5
MATCH	<b>5,7</b> /10	-1,0
Auchan SiMPLY	<b>5,7</b> /10	-0,4
MONOPRIX	<b>5,7</b> /10	-0,5

#### NOTE MOYENNE (toutes enseignes)

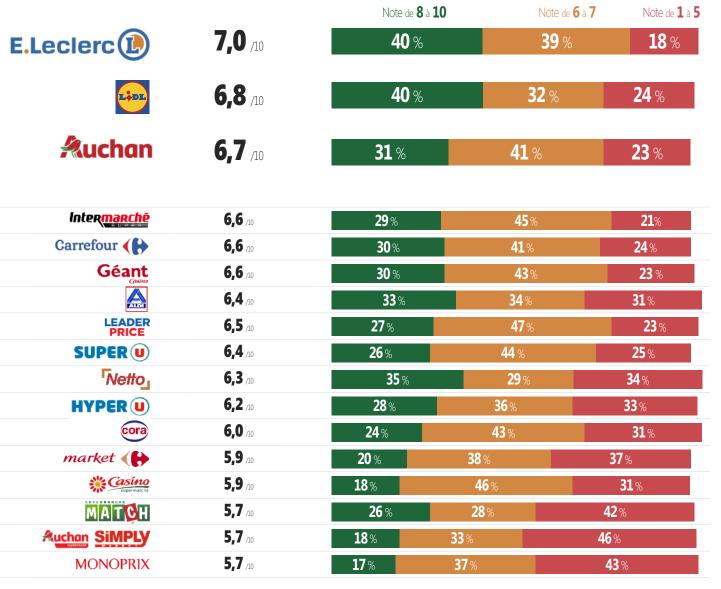






1 PROMOTIONS **QUI RÉPONDENT AUX ATTENTES** 

"Pour chacune des enseignes dans lesquelles vous faites vos courses, diriez-vous qu'elle propose des promotions qui répondent à vos attentes ?"



solde : ne se prononce pas





2 PROMOTIONS FINANCIÈREMENT INTÉRESSANTES

Évol vs déc 2018

"Pour chacune des enseignes dans lesquelles vous faites vos courses, diriez-vous qu'elle propose des promotions financièrement intéressantes ?"

E.Leclerc	<b>7,2</b> /10	<b>-0,2</b>	Spirit.
L;DL	<b>7,1</b> /10	-0,2	
Auchan	<b>6,8</b> /10	-0,3	
Carrefour (	<b>6,8</b> /10	-0,2	
Inter <mark>marchē</mark>	<b>6,8</b> <sub>/10</sub>	-0,2	
<b>Géant</b>	<b>6,8</b> <sub>/10</sub>	0,0	
LEADER PRICE	<b>6,7</b> /10	+ <b>0,1</b>	
A	<b>6,6</b> <sub>/10</sub>	<b>-0,5</b>	
「Netto」	<b>6,6</b> <sub>/10</sub>	-0,2	
SUPER	<b>6,5</b> <sub>/10</sub>	0,0	
cora	<b>6,3</b> <sub>/10</sub>	<b>-0,5</b>	
HYPER U	<b>6,1</b> <sub>/10</sub>	<b>-0,5</b>	
Auchan SiMPLY	<b>6,1</b> <sub>/10</sub>	-0,3	
market 🚯	<b>6,1</b> <sub>/10</sub>	<b>-0,5</b>	
* Casino supermarchie	<b>6,0</b> <sub>/10</sub>	-0,6	
MONOPRIX	<b>5,8</b> /10	-0,3	
MATCH	<b>5,7</b> <sub>/10</sub>	<b>-1,0</b>	



2 PROMOTIONS FINANCIÈREMENT INTÉRESSANTES

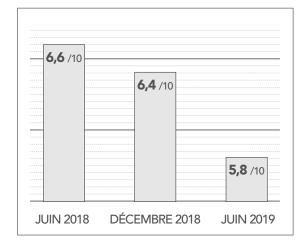
Évol vs déc 2018

"Pour chacune des enseignes dans lesquelles vous faites vos courses, diriez-vous qu'elle propose des promotions financièrement intéressantes ?"

E.Leclerc	<b>7,2</b> /10	-0,2	STATE OF THE PERSON NAMED IN
Libr	<b>7,1</b> /10	-0,2	
<b>A</b> uchan	<b>6,8</b> /10	<b>-0,3</b>	

Carrefour (	<b>6,8</b> /10	-0,2
Inter <u>marché</u>	<b>6,8</b> /10	-0,2
<b>Géant</b>	<b>6,8</b> /10	0,0
LEADER PRICE	<b>6,7</b> /10	+ <b>0,1</b>
	<b>6,6</b> /10	-0,5
「Netto」	<b>6,6</b> /10	- <b>0,2</b>
SUPER	<b>6,5</b> /10	0,0
cora	<b>6,3</b> <sub>/10</sub>	- <b>0,5</b>
HYPER	<b>6,1</b> <sub>/10</sub>	- <b>0,5</b>
Auchan SiMPLY	<b>6,1</b> /10	<b>-0,3</b>
market (🕞	<b>6,1</b> <sub>/10</sub>	-0,5
* Casino	<b>6,0</b> /10	-0,6
MONOPRIX	<b>5,8</b> /10	-0,3
MATCH	<b>5,7</b> /10	- <b>1,0</b>

#### NOTE MOYENNE (toutes enseignes)

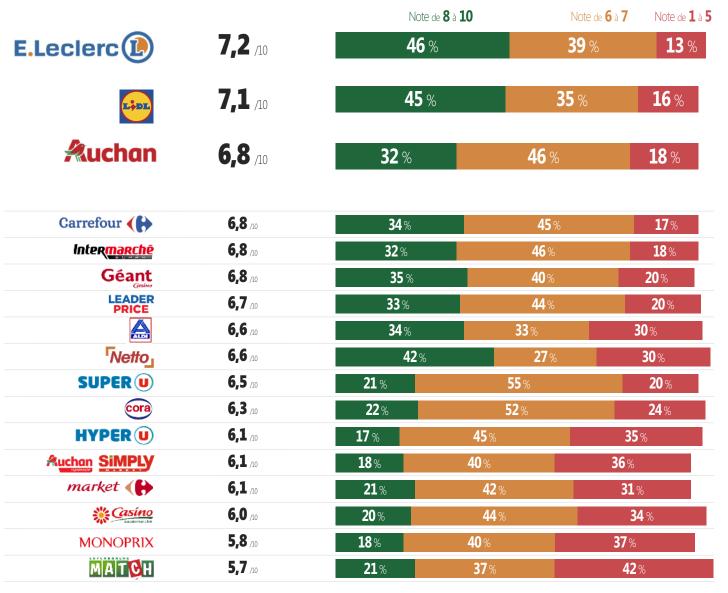






2 PROMOTIONS FINANCIÈREMENT INTÉRESSANTES

"Pour chacune des enseignes dans lesquelles vous faites vos courses, diriez-vous qu'elle propose des promotions financièrement intéressantes ?"



solde : ne se prononce pas





3 PROMOTIONS QUI INCITENT À ALLER EN MAGASIN

Évol vs déc 2018

"Pour chacune des enseignes dans lesquelles vous faites vos courses, diriez-vous qu'elle propose des promotions qui vous incitent à vous rendre en magasin ?"



**6,9** /10

**-0,1** 





**6,9** /10

**-0,1** 

Au	n	П	n
		u	

**6,6** /10

**-0,2** 

0,0 + 0,2 - 0,1 + 0,4 - 0,2 - 0,2 - 0,2
-0,1 +0,4 -0,2 -0,2
+ 0,4 -0,2 -0,2 -0,2
-0,2 -0,2 -0,2
-0,2 -0,2
-0,2
-0,4
-0,5
-0,2
-0,5
-0,3
-1,1
-0,5



"Pour chacune des enseignes dans lesquelles vous faites vos courses, diriez-vous qu'elle propose des promotions qui vous incitent à vous rendre en magasin ?"

#### 3 PROMOTIONS **QUI INCITENT À ALLER EN MAGASIN**

Évol vs déc 2018



**6,9** <sub>/10</sub>

**-0,1** 



E.Leclerc (1)

**6,9** <sub>/10</sub>

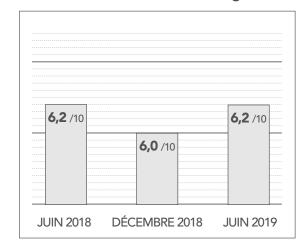
**-0,1** 

Auchan

**6,6** /10

**-0,2** 

NOTE MOYENNE (toutes enseignes)

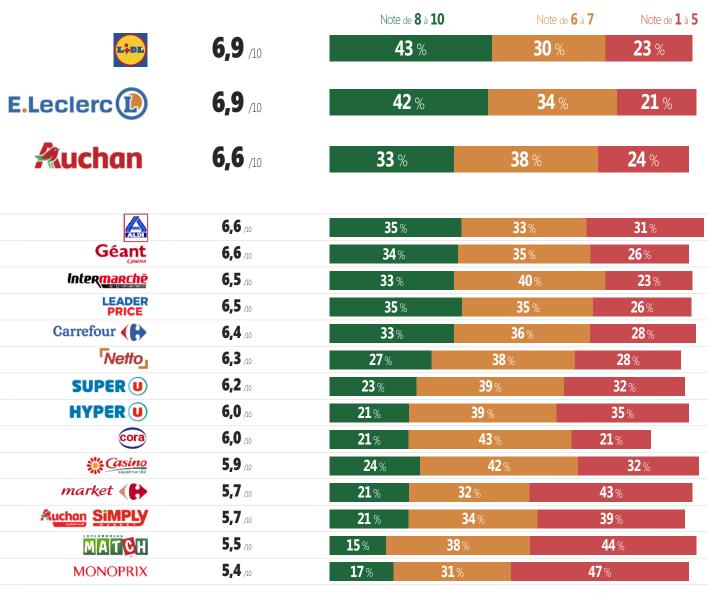


	<b>6,6</b> /10	0,0
<b>Géant</b>	<b>6,6</b> <sub>/10</sub>	÷ <b>0,2</b>
Inter <mark>marchē</mark>	<b>6,5</b> /10	-0,1
LEADER PRICE	<b>6,5</b> /10	+ <b>0,4</b>
Carrefour (	<b>6,4</b> /10	-0,2
「Netto」	<b>6,3</b> <sub>/10</sub>	-0,2
SUPER	<b>6,2</b> /10	-0,2
HYPER <b>U</b>	<b>6,0</b> /10	-0,4
cora	<b>6,0</b> /10	<b>-0,5</b>
* Casino supermarché	<b>5,9</b> <sub>/10</sub>	-0,2
market (🙌	<b>5,7</b> /10	<b>-0,5</b>
Auchan SiMPLY	<b>5,7</b> /10	<b>-0,3</b>
MATCH	<b>5,5</b> /10	-1,1
MONOPRIX	<b>5.4</b> /10	-0,5



"Pour chacune des enseignes dans lesquelles vous faites vos courses, diriez-vous qu'elle propose des promotions qui vous incitent à vous rendre en magasin ?"

#### 3 PROMOTIONS **QUI INCITENT À ALLER EN MAGASIN**



solde : ne se prononce pas





#### INDICE SYNTHÉTIQUE IMAGE PROMO

Coefficient 1

Promotions
qui répondent
aux attentes

Coefficient 2

Promotions financièrement intéressantes

Coefficient 3

Promotions
qui incitent à se rendre
en magasin

Pour construire cet indice synthétique, des coefficients différents ont été attribués aux différents items : 1, 2 et 3. Le plus important étant logiquement qu'une promotion incite réellement à se rendre en magasin.

E.Leclerc	<b>7,0</b> /10	Sp. 144
L-DL	<b>7,0</b> /10	
<b>A</b> uchan	<b>6,7</b> /10	
	<b>6,7</b> /10	
Géant Gastro	<b>6,7</b> /10	
Carrefour (	<b>6,6</b> /10	
Intermarche	<b>6,6</b> /10	
LEADER PRICE	<b>6,6</b> /10	
「Netto」	<b>6,4</b> /10	
SUPER <b>U</b>	<b>6,4</b> /10	
cora	<b>6,1</b> /10	
HYPER U	<b>6,1</b> /10	
Casino Supermarche	<b>5,9</b> <sub>/10</sub>	
market 🚯	<b>5,8</b> /10	
Auchan SiMPLY	<b>5,8</b> /10	
MATCH	<b>5,6</b> /10	
MONOPRIX	<b>5,6</b> /10	



#### L'IMAGE PROMO DES CIRCUITS

Promotions
qui répondent
aux attentes

Promotions financièrement intéressantes

Promotions
qui incitent à se rendre
en magasin

E CONTRACT	HYPERS	<b>6,5</b> /10	DISCOUNT	<b>6,8</b> /10	DISCOUNT	<b>6,6</b> /10
	DISCOUNT	<b>6,5</b> /10	HYPERS	<b>6,7</b> /10	HYPERS	<b>6,4</b> /10
	SUPERS	<b>5.9</b> <sub>/10</sub>	SUPERS	<b>6.1</b> /10	SUPERS	<b>5.8</b> /10





olivierdauvers.fr • @Dauvers70

#### ÉTUDES • ÉVÉNEMENTS • CONFÉRENCES VEILLE STRATÉGIQUE • LIVRES TECHNIQUES ÉDITION À FAÇON











#### L'OBSERVATOIRE

# IMAGE PRIX IMAGE PROMO

La perception des prix et des promotions dans les enseignes d'hypers, de supers et de discount

**VAGUE # 3** JUIN 2019





réalisé par

