

Meilleure Chaîne de Magasins

JARDINAGE ET ANIMALERIE, DES PASSIONS FRANÇAISES

L'amour des Français envers les animaux n'est plus à démontrer. En France, plus d'un foyer sur deux possède au moins un animal de compagnie, représentant ainsi 60 millions d'animaux. À la ville ou à la campagne, l'autre grande passion française est le jardinage. Selon l'Ifop, 17 millions de jardiniers ont été recensés dans l'Hexagone en 2015. Les enseignes de jardinage et animalerie sont très sollicitées avec à la clé, un marché de plusieurs milliards d'euros. Le rapport chiffré, issu du questionnaire détaillé des Trophées Meilleure Chaîne de Magasins, dévoile les habitudes d'achat et les demandes des consommateurs d'enseignes de jardinage et animalerie. Réalisé avec notre partenaire Meilleure Chaîne de Magasins France.

Référénts auprès des enseignes, les Trophées Meilleure Chaîne de Magasins sont les compétitions les plus populaires de France dans le monde du retail. Ce sont 300 000 consommateurs français qui votent chaque année indiquant leurs enseignes préférées et leurs habitudes d'achat en magasins ou sur les sites marchands. Ces rapports prêts à l'emploi, sont une source d'informations pertinentes,

disponibles pour les réseaux s'intéressant à l'évolution des attentes de leur clientèle et celles de leurs concurrents.

Le critère qualité/prix

L'étude de marché Meilleure Chaîne de Magasins portant sur la catégorie jardinerie-animalerie révèle que le rapport qualité/prix apparaît comme le critère le plus important pour les consommateurs. À ce critère s'ajoute, pour les clients des magasins, celui de

la qualité des produits et des services, qui s'avère satisfaisant (8,7/10). Le choix des produits ou des services arrive en 3^e position, ex-æquo avec la compétence du personnel. Pour les clients des e-commerces, s'ajoutent les critères de promotions, offres spéciales et de choix des produits ou services qui obtiennent un bon niveau de satisfaction (8,7/10). Ce sont les points forts à valoriser pour les enseignes. Les critères de politique de retour et de livraison sont moins dé-

Les plus de 55-65 ans représentent 61% de la clientèle des enseignes de jardinerie-animalerie

terminants dans la satisfaction client. La majorité des consommateurs de jardinerie-animalerie privilégie les magasins pour effectuer leurs achats. Une part significativement plus élevée que la moyenne de l'ensemble des secteurs d'activité (83 % vs. 74 %).

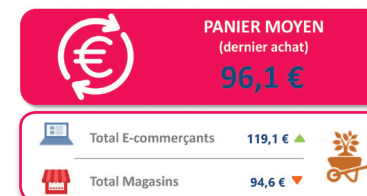
Un panier moyen à 96,10 €

Seuls 17 % des clients ont préféré utiliser le site Internet de l'enseigne lors de leurs derniers achats.

L'usage d'une tablette ou d'un smartphone pour accéder au site ou à l'application dédiée de l'enseigne s'avère marginal.

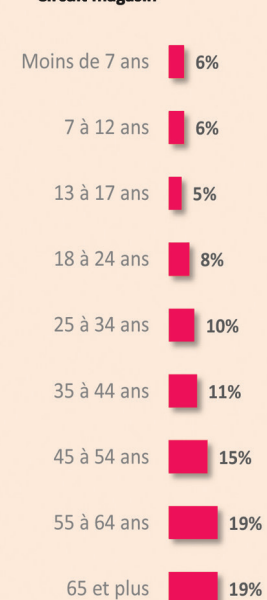
Paradoxalement, le dernier achat en jardinerie et animalerie révèle que les consommateurs ont globalement dépensé plus sur les sites d'e-commerce qu'en magasin, avec un panier moyen de 119,10 € pour les achats en ligne contre 94,60 € pour les achats en magasin.

Les seniors (55/65 ans et +) représentent 61 % de la clientèle des enseignes de jardinerie-animalerie. Ainsi, l'âge moyen du profil de la cible des enseignes de jardinerie-animalerie est de 55,4 ans.

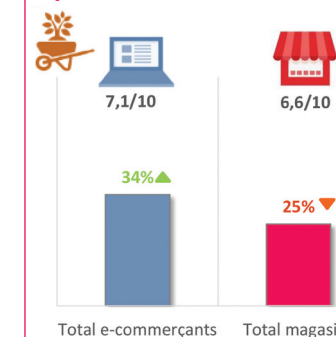


Base : Ensemble magasins (n=11549), Ensemble e-commerçants (n=769)

Âge des personnes dans le foyer



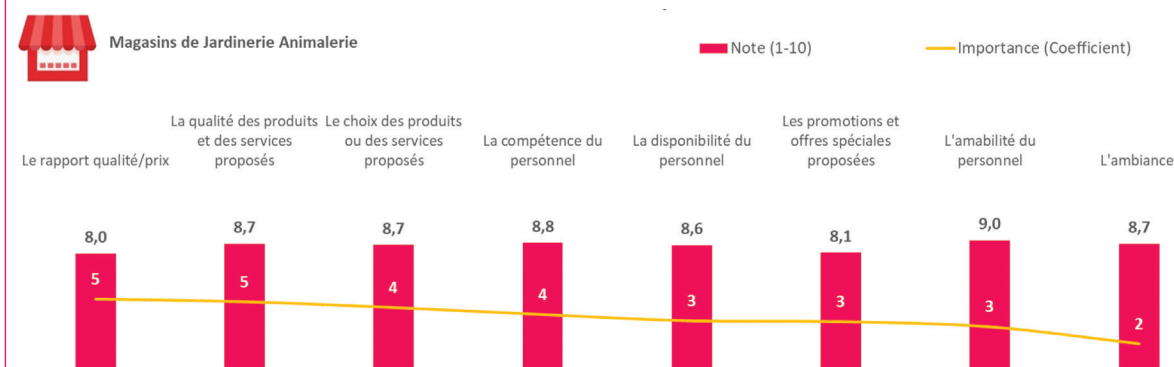
Attrait des consommateurs pour la nouveauté



Base : Ensemble magasins (n=11549), Ensemble e-commerçants (n=769)

Le secteur de la jardinerie-animalerie se caractérise par un faible attrait pour la nouveauté, en particulier parmi les clients des magasins physiques. En effet, seuls 25 % des clients achetant en magasin affirment "aimer innover et essayer de nouveaux produits/services" contre 34 % des consommateurs en ligne. Concernant les intentions de recommandation des enseignes, elles sont globalement plus fortes pour les e-commerces (73%) que pour les magasins physiques (70%).

Note et classification par critère



Base : Magasins de Jardinerie Animalerie (n=35702)

Meilleure Chaîne de Magasins : des études au service du retail

Les études de marché Meilleure Chaîne de Magasins constituent un outil d'analyse indispensable aux enseignes pour mieux comprendre les évolutions de comportement des consommateurs et identifier les nouveaux modes d'achat. Ces études sectorielles fournissent les performances détaillées de chaque enseigne participante aux Trophées de l'année, avec de la data-visualisation illustrant la situation d'une enseigne par rapport à ses concurrents.

Les rapports Meilleure Chaîne de Magasins apportent aux enseignes une double expertise : un premier volet porte sur la satisfaction client et un

second renseigne sur le comportement d'achat. Les participants à l'enquête classent par ordre d'importance les éléments d'évaluation (accueil, choix, qualité, compétence du personnel...). L'association entre le niveau de satisfaction et l'importance des critères offre une perspective intéressante pour identifier les leviers d'achat, les composantes de l'expérience d'achat et les opportunités commerciales. Ces études représentent un outil primordial pour renforcer les choix d'orientation des stratégies commerciales et marketing tout en permettant l'évaluation de la relation-client, socle de la confiance entre l'enseigne et son client.