

DOSSIER DE PRÉSENTATION 2022



SOMMAIRE



1. L'HISTOIRE DU TROPHÉE	P.3
2. L'ORGANISATEUR	P.4
3. LES TROPHÉES	P.5
4. LES CATÉGORIES DE TROPHÉES	P.9
5. LA COMMUNICATION	P.10
6. L'ORGANISATION DES ÉLECTIONS	P.12
7. UNE ÉTUDE DE MARCHÉ APPROFONDIE	P.16
8. LES LAURÉATS 2022	P.20
9. LES PARTICIPANTS	P.21
10. LES DATES-CLÉS	P.22
11. LES CONTACTS	P.23





1. L'HISTOIRE DU TROPHÉE

« Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année » est aujourd'hui l'élection de consommateurs la plus importante et la plus populaire dans le secteur du retail français avec plus de 655 000 votes effectués lors de l'édition 2021. Elle permet aux consommateurs d'exprimer leur opinion et d'évaluer leurs enseignes physiques (Meilleure Chaîne de Magasins) et digitales (Meilleur E-commerçant de l'Année) favorites, en une dizaine de questions. Elle a également pour objectif de générer des résultats médiatiques positifs pour les enseignes.

En 2018, le Trophée « Meilleure Franchise de l'Année » a fait son apparition. Ce mode de collaboration, entre deux entreprises indépendantes juridiquement et financièrement, est de plus en plus répandu en France. Il est essentiel de valoriser les entrepreneurs qui se sont lancés dans l'aventure de la franchise, d'où la création de ce Trophée.

En 2019, l'organisateur des élections a souhaité qu'un nouveau Trophée voit le jour, attribuant ainsi le Trophée de la « Meilleure Relation Client de l'Année », toutes catégories confondues, à l'enseigne ayant obtenu le meilleur résultat sur ce critère.





2. L'ORGANISATEUR

MEILLEURE CHAÎNE
DE MAGASINS



Découvrez la vidéo de Pascal Lescouzères,
DG des Trophées Meilleure Chaîne de Magasins.



Scannez pour lire la vidéo

Meilleure Chaîne de Magasins est l'entité commerciale responsable de l'exécution et de l'organisation des concours en France de « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année », « Meilleur E-commerçant de l'Année », « Meilleure Franchise de l'Année » et « Meilleure Relation Client de l'Année ».

Pour l'édition 2022, l'organisation des Trophées fait de nouveau appel à l'agence Qualimetrie afin de comptabiliser et analyser les votes des consommateurs. Créé il y a 30 ans, Qualimetrie est un institut d'études et de sondages spécialiste de la relation client B to B et B to C, reconnu pour son savoir-faire en matière de conduite des projets.

Convaincu que des analyses de qualité ne peuvent être réalisées qu'à partir de données correctement collectées, l'institut est engagé dans une politique de transparence dans ses approches méthodologiques, sans faire appel à la sous-traitance. Grâce à cette approche, Qualimetrie dispose de méthodologies pertinentes, œuvrant ainsi pour la qualité de ses procédés et analyses.

Être élu « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année », « Meilleur E-commerçant de l'Année », « Meilleure Franchise de l'Année » ou « Meilleure Relation Client de l'Année » entraîne une réelle dynamique au cœur des équipes commerciales.
Pascal Lescouzères, Directeur général France de Meilleure Chaîne de Magasins

3. LES TROPHÉES



« MEILLEURE CHAÎNE DE MAGASINS DE L'ANNÉE »

Depuis la première édition en 2008, le Trophée « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année » connaît un succès croissant. Aujourd'hui, « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année » est l'élection de consommateurs la plus importante et la plus populaire dans le secteur du retail français.

Le questionnaire est une évaluation factuelle des enseignes préférées des Français, au travers de différents critères définis en fonction du type de catégorie et de commerce. En 2022, ce sont 265 enseignes physiques, appartenant à l'une des 39 catégories et 7 secteurs d'activité, qui participent aux Trophées Meilleure Chaîne de Magasins 2023. A l'issue du vote des consommateurs, les enseignes (y compris des franchises) seront récompensées, comme preuve d'une satisfaction client.



« MEILLEUR E-COMMERÇANT DE L'ANNÉE »

Attribué pour la première fois en 2013, le Trophée « Meilleur E-commerçant de l'Année » fait partie des plus grandes enquêtes de consommateurs sur le marché des sites de vente en ligne.

D'après la Fevad, le e-commerce français pèse désormais plus de 100 milliards d'euros. Il touche plus de 40 millions de Français et compte plus de 200 000 sites. En moyenne chaque e-acheteur passe 3,5 commandes par mois et dépense près de 2 600€ par an en ligne en produits et services.

En participant au questionnaire « Meilleur E-commerçant de l'Année », les consommateurs notent en une dizaine de questions les sites de vente en ligne, sur des critères spécifiques. En 2022, 206 enseignes possédant un site marchand participent au Trophée « Meilleur E-commerçant de l'Année 2023 ». Une participation qui augmente significativement d'année en année, aussi bien du côté des enseignes que celui des consommateurs. A l'issue des votes des Français, des enseignes de vente en ligne se verront remettre le Trophée « Meilleur E-commerçant de l'Année 2023 ».

3. LES TROPHÉES



« MEILLEURE FRANCHISE DE L'ANNÉE »

Leader européen, la franchise française a vu son nombre de réseaux doubler ces dix dernières années et connaît une progression régulière.

Selon la Fédération Française de la Franchise, en 2020, le nombre de réseaux, estimé à 1927, représente 78 032 franchisés et plus de 668 000 emplois directs et indirects pour un chiffre d'affaires de 63,88 milliards d'euros.

Les 5 secteurs les plus importants, en nombre de réseaux sont dans l'ordre, l'alimentaire (209), la restauration rapide (208), le commerce divers (199), les autres services aux personnes (197) et la coiffure et esthétique (143).

La totalité des secteurs du commerce en réseau se révèle dynamique, particulièrement en temps de crise. Ce constat n'est pas surprenant quand il est avéré qu'un franchisé a deux fois plus de chances de passer le cap des deux ans par rapport à une entreprise indépendante.

Depuis plus de 20 ans, le secteur de la franchise affiche un développement qui ne faiblit pas.

Quels que soient les secteurs, la formule « clé en main » de ce modèle entrepreneurial séduit les entrepreneurs.

Pour la cinquième année consécutive, les consommateurs pourront remettre le Trophée de la « Meilleure Franchise de l'Année ». Ce Trophée a pour vocation de mettre en avant le commerce en réseau, qui nécessite un dynamisme commercial, un sens de l'innovation respectueux du concept et une implication continue du franchisé vis-à-vis de son réseau. Pour participer au Trophée « Meilleure Franchise de l'Année », l'enseigne doit compter au minimum 30 points de vente. La franchise qui remportera le Trophée est sûre d'apporter une meilleure visibilité à l'ensemble de son réseau.

3. LES TROPHÉES



« MEILLEURE RELATION CLIENT DE L'ANNÉE »

Avec le développement des réseaux sociaux, de nouveaux rapports de force se sont créés entre les consommateurs et les enseignes. Leurs discours ont évolué et les magasins ont bien compris les nouveaux enjeux que représentent leur image et leur e-réputation. Suite aux difficultés économiques et aux évolutions de comportement des consommateurs, **les réseaux de magasins développent de nouveaux outils et techniques destinés à capter, traiter, analyser les informations relatives aux clients et aux prospects, dans le but de les fidéliser, renforcer la reconnaissance de leurs clients, connaître leurs attentes, développer la proximité et améliorer la qualité de l'accueil.**

La relation client place l'humain au cœur du lien qui unit l'enseigne et les consommateurs. Socle d'une confiance existante, le développement de la relation client et une dynamique d'écoute constante sont les bases du succès d'une enseigne.

Ce Trophée est le témoin d'une relation de confiance stable, durable et performante, installée avec succès entre la marque et les consommateurs. Le fait de remporter le Trophée « Meilleure Relation Client de l'Année » confirme la réussite de l'enseigne élue à garantir à ses consommateurs la qualité de leur expérience.

Marquant l'importance du relationnel entre les marques et leurs clients, le Trophée « Meilleure Relation Client de l'Année », sera de nouveau mis en jeu cette année, pour chaque secteur : Beauté - Santé et accessoires de Mode, Distribution, Distribution spécialisée, Maison - Jardin et Décoration, Mode, Restauration - Alimentation spécialisée, Service. Cette année, 7 Trophées seront remis.



3. LES TROPHÉES

LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les Trophées « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année » et « Meilleur E-commerçant de l'Année » possèdent leurs réseaux sociaux. Dates-clés, appels aux votes, noms des finalistes, révélation des lauréats... Des informations sont quotidiennement postées.

Pour cette édition, les hastags #MCM2023 et #MEA2023 ont été lancés.

Lors de la précédente édition, plusieurs enseignes lauréates ont joué le jeu des réseaux sociaux en postant des messages.





4. LES CATÉGORIES DE TROPHÉES



« MEILLEURE CHAÎNE DE MAGASINS DE L'ANNÉE », 39 CATÉGORIES

Agences de voyage / Ameublement / Animalerie - Aliments pour animaux / Articles de sport / Bijouterie / Bio / Boulangeries / Bricolage / Camping - Village de vacances / Centres Automobiles / Chaussures / Chocolateries, Glaces & Desserts / Cosmétique et Coiffure / Cosmétique naturel & bio / Décoration & Idées Cadeaux / Discount non alimentaire / Epicerie fine, thés, cavistes / Fleuristes / Fruits & Légumes / Hypermarchés - Supermarchés / Informatique, Multimédia & Electroménager / Jardinerie / Jouets & Jeux / Lingerie / Literie / Marques de Distributeur / Mode Enfant / Mode Femme / Mode Homme / Mode Mixte / Opticiens / Papeterie & Fournitures de bureaux / Parapharmacie / Puériculture / Restauration / Restauration rapide / Sandwicheries / Surgelés / Téléphonie



« MEILLEUR E-COMMERÇANT DE L'ANNÉE » 29 CATÉGORIES

Agences de voyage / Ameublement / Animalerie - Aliments pour animaux / Articles de sport / Bricolage / Camping - Village de vacances / Chaussures / Cosmétique & Coiffure / Cosmétique naturel & bio / Décoration & Idées cadeaux / Discount non alimentaire / Drives & Supermarchés en ligne / Epicerie fine, thés, cavistes / Fleuristes / Jardinerie / Jouets & Jeux / Informatique, Multimédia & Electroménager / Lingerie / Literie / Livraison - Réservation de repas / Mode Enfant / Mode Femme / Mode Homme / Mode Mixte / Parapharmacie / Puériculture / Services & Accessoires Automobiles / Surgelés / Ventes Privées



« MEILLEURE FRANCHISE DE L'ANNÉE », 10 CATÉGORIES

Agences immobilières / Bâtiment & Habitat / Commerces de proximité / Cuisinistes / Décoration & Ameublement / Pizzerias / Réseau hôtelier / Saladeries - Healthy food / Salles de Sport / Seconde main



5. LA COMMUNICATION

UNE IMAGE POSITIVE POUR LES ENSEIGNES

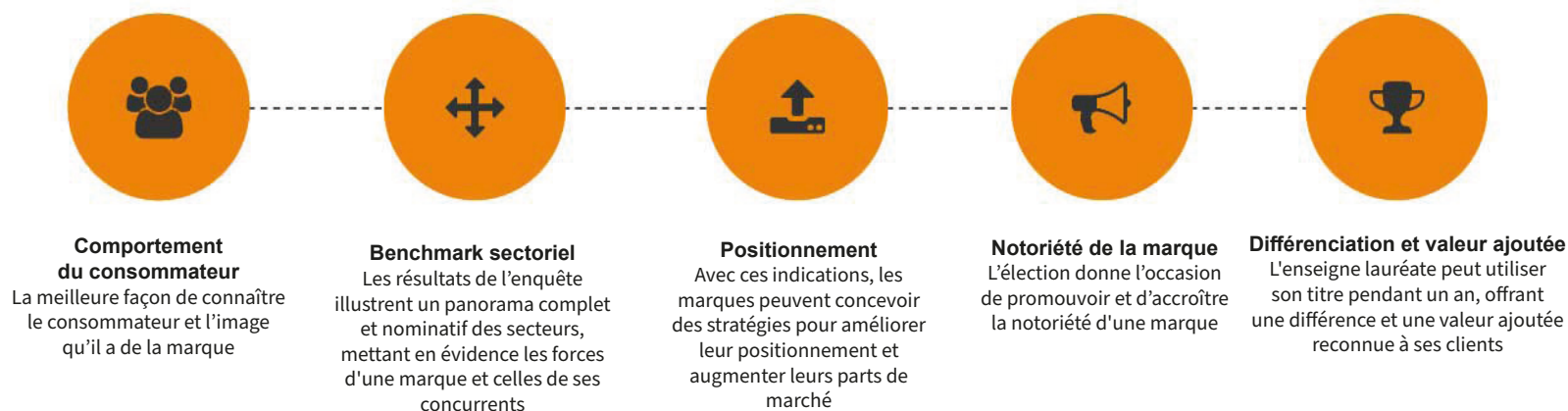
Des centaines d'enseignes participent aux Trophées « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année », « Meilleur E-commerçant de l'Année », « Meilleure Franchise de l'Année » et « Meilleure Relation Client de l'Année ».

Pour l'édition 2021, plus de 655 000 votes ont permis d'évaluer les chaînes de magasins, les sites de vente en ligne et les franchises préférés des Français. Ces Trophées donnent aux enseignes lauréates une visibilité importante et constituent des outils de communication de premier ordre.

Ces concours offrent une évaluation fine de l'enseigne par les consommateurs. Les réponses apportées permettent de sonder le comportement et le ressenti des consommateurs face à leurs enseignes préférées, de réévaluer leurs besoins et d'ajuster l'offre.

Ces Trophées sont aussi l'occasion d'établir un panorama complet et nominatif des performances de la concurrence. Une enseigne qui s'engage dans le processus de l'élection obtient une somme considérable d'informations sur l'opinion de ses consommateurs mais aussi sur l'état de la concurrence du marché. Cela permet à l'enseigne de réorienter sa stratégie commerciale.

Les Trophées constituent une plus-value pour l'image de l'enseigne auprès de ses clients. Ils renforcent leur sentiment d'appartenance et de participation à la vie de leur réseau préféré. Ces titres sont valables un an.





5. LA COMMUNICATION

INCITER LES CONSOMMATEURS À VOTER POUR LES ENSEIGNES

Le processus des votes pour les Trophées « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année », « Meilleur E-commerçant de l'Année », « Meilleure Franchise de l'Année » et « Meilleure Relation Client de l'Année » récompense les réseaux qui sont proches de leurs clients et qui reçoivent un écho positif après les avoir incités à voter pour eux.

Pour faciliter ces démarches de vote auprès des clients, l'organisateur a mis au point plusieurs outils qu'il met à la disposition des enseignes :

- Une bannière web possédant un lien direct vers le formulaire qui évalue l'enseigne sans que le consommateur ait besoin d'entrer le nom de son magasin préféré. L'évaluation peut commencer de façon immédiate.
- Un logo « Votez pour nous ! » que les enseignes peuvent arborer dans leur communication pendant la période des votes.





6. L'ORGANISATION DES ÉLECTIONS

Sont éligibles à l'élection « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année » et « Meilleure Franchise de l'Année », les enseignes comptant au moins 30 magasins en France. Concernant le concours « Meilleur E-commerçant de l'Année », toutes les enseignes ayant un site de vente en ligne peuvent participer.

LE VOTE DES CONSOMMATEURS

Lors de la phase d'évaluation, les consommateurs choisissent de voter pour une enseigne, parmi les Trophées « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année », « Meilleur E-commerçant de l'Année » et « Meilleure Franchise de l'Année ».

Les consommateurs ont la possibilité d'évaluer différentes chaînes de magasins ou e-commerces par un lien générique qui les mène sur le site de vote. Les internautes choisissent une catégorie et sélectionnent l'enseigne pour laquelle voter.

Les consommateurs répondent alors à une série de 10 questions, en fonction de la catégorie choisie, puis 5 questions de signalétique (âge, mail, ...). Leur vote est alors validé et leur participation au concours enregistrée.

S'ils le souhaitent, ils peuvent aussi répondre à 5 questions facultatives sur leurs habitudes d'achat dans la catégorie sélectionnée.

Les consommateurs peuvent voter pour une deuxième enseigne, qu'ils sélectionnent toujours parmi les enseignes proposées.

Pour cette édition, 545 enseignes influentes dans leur domaine ont été référencées. Cette liste évolue chaque année, en fonction de l'actualité des secteurs. Chaque consommateur ne peut voter que pour 2 enseignes au maximum, de 2 catégories différentes - ou dans 2 concours différents - et lors d'une unique connexion.

À chaque édition, de nombreux cadeaux, tels qu'un téléviseur LED, des drones ou des tickets de grattage sont à gagner par tirage au sort pour les consommateurs ayant effectué 2 votes. De plus, un week-end shopping à Barcelone est à gagner pour ceux qui ont complété au moins une fois les questions facultatives sur les habitudes d'achat.

Toutes les adresses mail sont contrôlées avant validation définitive. Ces méthodes permettent de lutter efficacement contre d'éventuelles tentatives de fraude.



6. L'ORGANISATION DES ÉLECTIONS



LES FINALISTES SONT...

Après l'analyse des résultats, 2 à 5 finalistes sont désignés, pour chaque catégorie. Si la catégorie comporte moins de 2 nominés, le nombre d'évaluations minimum exigible peut être alors abaissé. Enfin, si le nombre de nominés est inférieur à deux, la catégorie est annulée. Afin de figurer dans le classement et faire partie des finalistes, une enseigne « Meilleure Chaîne de Magasins », « Meilleure Franchise de l'Année » ou « Meilleur E-commerçant de l'Année » doit recueillir au minimum 150 votes.

Seules les enseignes finalistes sont éligibles aux Trophées de leur catégorie.

FOCUS SUR LES CRITÈRES D'ÉVALUATIONS

Selon les Trophées et les catégories, les critères d'évaluations ne sont pas les mêmes : on n'attend pas les mêmes services d'un coiffeur que d'un magasin de surgelés.

On trouve ainsi des questions sur :

- L'ambiance
- La facilité de naviguer sur le site
- Le rapport qualité/prix
- Les promotions et offres spéciales
- Le choix des produits ou des services
- La qualité des produits et des services
- La compétence des équipes
- La récompense de la fidélité
- La livraison
- L'amabilité des équipes
- L'efficacité du service d'aide à l'achat
- La qualité du service après-vente/service client
- Le sens du service des équipes



6. L'ORGANISATION DES ÉLECTIONS



LES LAURÉATS SONT...

Pour remporter le Trophée de « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année 2023 », « Meilleur E-commerçant de l'Année 2023 » ou « Meilleure Franchise de l'Année 2023 », les enseignes doivent posséder la note globale la plus élevée de leur catégorie.

Un Trophée « Meilleure Relation Client de l'Année » est remis aux chaînes de magasins ou e-commerçants ayant obtenu les meilleures notes sur les critères suivants :

- La qualité du service après-vente et/ou du service client
- Le sentiment d'être un client privilégié (fidélisation, relation personnalisée)
- La compétence, les conseils des équipes
- L'amabilité des équipes

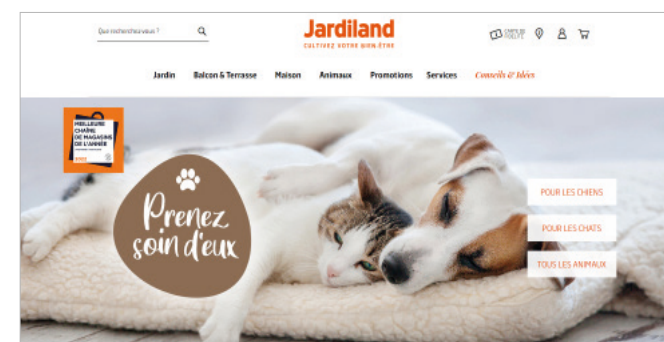
Les lauréats de chaque catégorie participent automatiquement aux trophées généraux, toutes catégories confondues. Un Grand Prix « Meilleure Chaîne de Magasins » et « Meilleur E-commerçant de l'Année » est alors attribué au vainqueur, toutes catégories confondues.



6. L'ORGANISATION DES ÉLECTIONS

LES LOGOTYPES POUR LES GAGNANTS

Le lauréat de chaque Trophée devient la « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année », le « Meilleur E-commerçant de l'Année », la « Meilleure Franchise de l'Année » ou la « Meilleure Relation Client de l'Année ». Ces lauréats peuvent s'identifier comme tels durant une année. Pour cela, l'enseigne arbore son Trophée en ayant préalablement fait l'acquisition d'une des licences proposées par l'organisateur, qui lui confère le droit d'utilisation du logotype de son Trophée pour la communication de sa marque.



Les logos des Trophées sont des vecteurs d'image forts, affichant la reconnaissance de la marque par ses consommateurs.



7. UNE ÉTUDE DE MARCHÉ APPROFONDIE

LES RAPPORTS SECTORIELS

En participant à l'enquête de l'édition 2021, les votants ont répondu à une série de questions sur leurs usages et leurs habitudes d'achat.

De ce sondage en ligne, réalisé à partir des 655 614 votes de consommateurs, sont nés des rapports sectoriels présentant les résultats de la satisfaction client et les modes de consommation actuels. Elaborés par l'institut d'études Qualimétrie, ces rapports sont à disposition des enseignes qui le demandent.

Essentiels pour renforcer la connaissance des clients, ces rapports représentent un outil primordial pour comprendre les comportements des consommateurs et la situation de la concurrence dans différents secteurs.

Les rapports fournissent les performances détaillées des enseignes participantes. Chaque rapport se compose d'un premier volet sur la satisfaction client (classement 2022 de la satisfaction client globale, note et classification par critère en magasin et sur le web, recommandation des enseignes par les clients, etc.) et un second volet sur le comportement d'achat (raison principale du choix d'une enseigne, fréquence et circuit d'achat, panier moyen, profil du votant).

Rapports sectoriels, ce qu'il faut retenir pour les enseignes physiques en 2021 :

La satisfaction globale vis-à-vis des points de vente décroît légèrement (0,2 point). Mais, dans un tel contexte, il aurait été facile de croire à un effondrement de la satisfaction vis-à-vis des magasins. Ils ont pourtant très bien résisté et joué leur rôle. Dans un monde où les préoccupations sont d'ordre digital, impulsées par l'innovation technologique, il est important de rappeler quelques objectifs à prendre en compte pour les points de vente : donner le sentiment au client qu'il est important donc privilégié, la qualité du service après-vente, le service client ainsi que l'ambiance et l'environnement du lieu. Dans un monde très numérisé, il est évident que tout ce qui touche à l'humain (personnalisation, accueil, service) et à l'expérience (qualité et ambiance des lieux) doit être une priorité pour les enseignes afin d'entretenir l'envie de se déplacer en points de vente alors qu'il est très aisé d'accéder au produit autrement. Cette expérience, l'accueil, la qualité des équipes, la bonne tenue des magasins, la disponibilité des produits ... sont fondamentaux.

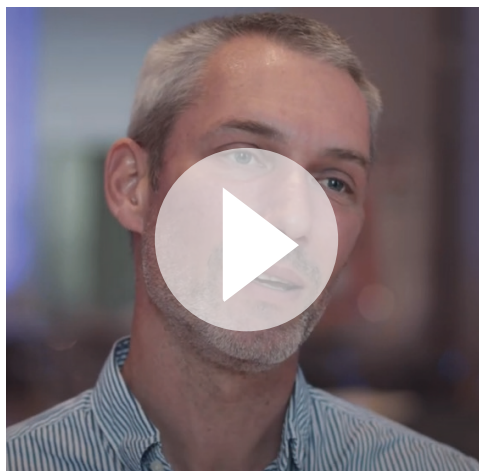
La période Covid a montré à une partie croissante de la population qu'elle pouvait facilement acheter sur internet alors même qu'elle n'en ressentait pas le besoin avant. Les tops des activités en magasin sont le jouet, le chocolat, les cuisinistes, les agences immobilières.

Autant de secteurs qui combinent l'importance de voir le produit et le conseil d'un professionnel.

Certains items connaissent une baisse de satisfaction de la part du consommateur : le rapport qualité/prix, point majeur dans les prochains mois compte tenu des risques d'inflation, la disponibilité des produits, enjeu également très fort dans l'avenir car entravé par les problèmes d'approvisionnement multiples.



7. UNE ÉTUDE DE MARCHÉ APPROFONDIE



Emeric Bayart, Directeur de l'institut d'études Qualimetric, révèle les résultats des études de marché.



Scannez pour lire la vidéo

Rapports sectoriels, ce qu'il faut retenir pour les enseignes digitales en 2021 :

Il est intéressant de noter que les secteurs qui progressent en satisfaction sont, à l'exception de la beauté, ceux dans lesquels le canal web était le moins développé avant la Covid : alimentaire spécialisé, distribution alimentaire...

Les secteurs en tête sont la mode enfant, la parapharmacie, les jeux & jouets et les surgelés.

Par ailleurs, la satisfaction est croissante sur tous les items à l'exception de la promotion et des offres spéciales, point de vigilance car le principal moteur de la fréquentation d'un site web est le prix ainsi que les bonnes affaires.

Résumé de l'année 2021 :

- 8,7 : la satisfaction globale est en légère baisse (-0,1 pt), seul le secteur de la distribution spécialisée progresse
- En points de vente, une baisse de la satisfaction est observée sur le rapport qualité-prix (8,5), la qualité et le choix des produits et services (8,6), la qualité du SAV (8,3), l'amabilité des équipes (8,6) et les promotions (8,5).
- En e-commerce, les 3 critères les plus satisfaisants sont la conformité des commandes (9), la qualité des livraisons (8,9) et la qualité des produits et services (8,8).
- La fidélité des consommateurs se renforce. Les acheteurs exclusifs online progressent en Restauration, Mode et Distribution alimentaire.
- Comme en 2020, les consommateurs ont davantage tendance à consulter les notes et avis clients sur internet dans les secteurs des Services, de la Maison, jardin décoration et de la Distribution spécialisée.

Avec ces informations, les enseignes peuvent s'appuyer sur des données représentatives en matière de consommation. Ces rapports sont une source d'informations pertinentes afin de répondre au mieux aux attentes clients et ainsi améliorer la qualité des services ou des produits proposés.

Pour demander un rapport sectoriel correspondant à une catégorie :
contact@meilleurechainedemagasins.fr



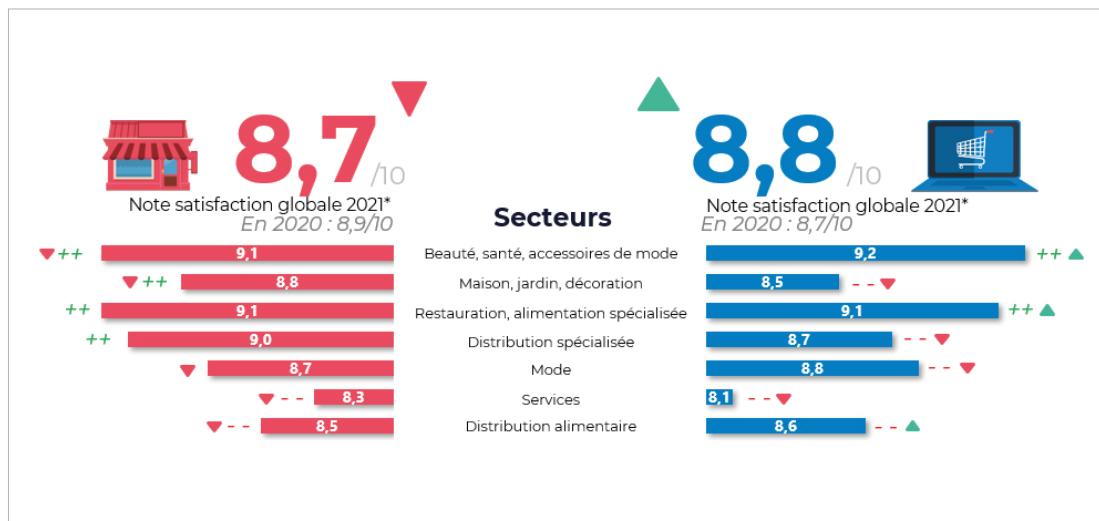
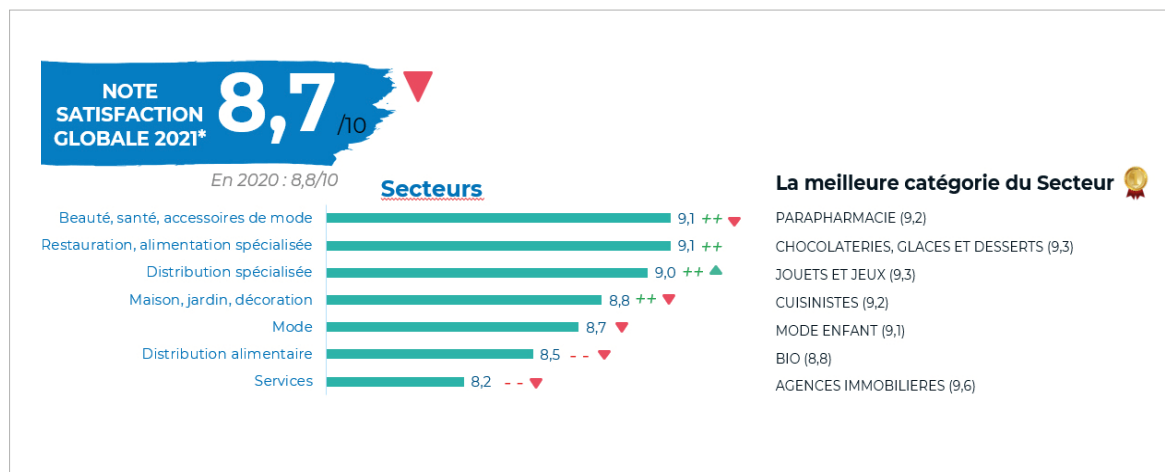
7. UNE ÉTUDE DE MARCHÉ APPROFONDIE

ÉTAT DES LIEUX DE LA SATISFACTION DES CONSOMMATEURS

EMPLIS DE DONNÉES PUBLIÉES DANS LES RAPPORTS SECTORIELS

En 2021, la satisfaction globale des consommateurs ayant voté pour leur enseigne préférée est de 8,7.
Les secteurs de la distribution alimentaire et des services sont les moins satisfaisants.

Par rapport à 2020, la satisfaction globale est en légère baisse (-0,1 pt), seul le secteur de la distribution spécialisée progresse.



La baisse s'observe globalement sur l'ensemble des commerces physiques (-0,2 pts).

A l'inverse, le e-commerce est plus apprécié cette année avec une progression de 0,1 pt sur la note de satisfaction globale.

Trois secteurs progressent en e-commerce : la Beauté, santé & accessoires de mode, la Restauration, alimentation spécialisée et la Distribution alimentaire.



7. UNE ÉTUDE DE MARCHÉ APPROFONDIE

Concernant les points de vente, les agences immobilières ont un excellent taux de satisfaction (9,6).

Au bas du classement, on retrouve la Literie avec 8.

En e-commerce, la Mode enfant et la Parapharmacie deviennent les catégories TOP 1, devant les Jouets & jeux, et les Surgelés, relégués au second rang.

Les Agences de voyage se maintiennent en bas du classement cette année encore.

Top Catégorie Points de vente*

Agences immobilières	9,6 – Top 1 2020
Chocolateries, glaces et desserts	9,3
Jouets et jeux	9,3 – Top 2 2020
Opticiens	9,3 – Top 3 2020
Cuisinistes	9,2 – Top 2 2020



Top Catégorie E-commerce*

Mode enfant	9,2 – Top 2 2020
Parapharmacie	9,2
Jouets et jeux	9,1
Surgelés	9,1 – Top 1 2020
Cosmétique et coiffure	8,8



Flop Catégorie Points de vente*

Marques distributeur	8,4
Meubles	8,4
Restauration rapide	8,3
Agences de voyage	8,1
Literie	8,0

Flop Catégorie E-commerce*

Chaussures	8,4
Discount non alimentaire	8,4 – Flop 3 2020
Meubles	8,4 – Flop 2 2020
Bricolage	8,3
Agences de voyage	8,1 – Flop 1 2020



En e-commerce, les trois critères les plus satisfaisants cette année sont la conformité des commandes, la qualité des livraisons, et la qualité des produits et services.

Seul le critère des promotions est moins satisfaisant vs 2020. Par ailleurs, il existe de belles améliorations sur le rapport qualité-prix, la qualité et le choix des produits et services, le sentiment d'être un client privilégié, la qualité du SAV, et la qualité des livraisons.

8. LES LAURÉATS 2021



Découvrez l'édition 2021 de la remise des Trophées Meilleure Chaîne de Magasins.



Scannez pour lire la vidéo

LA REMISE DES TROPHÉES

Le mercredi 6 octobre 2021, après 4 mois de compétition, les Trophées « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année », « Meilleur E-commerçant de l'Année », « Meilleure Franchise de l'Année » et « Meilleure Relation Client de l'Année » ont été remis aux enseignes lauréates.



9. LES PARTICIPANTS



Pour l'édition 2021, chaque catégorie comportait 2 finalistes. Ainsi, des dizaines d'enseignes concouraient aux Trophées « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année 2022 », « Meilleur E-commerçant de l'Année 2022 » et « Meilleure Franchise de l'Année 2022 ». Un seul finaliste remporte chaque Trophée, par catégorie.

Exemples d'enseignes ayant déjà participé aux Trophées :



Agences de voyage



Articles de sport



Bricolage



Chaussures



Cosmétique naturel & Bio



Décoration & Idées cadeaux



Drives & Supermarchés en ligne



Jouets & Jeux



Mode Femme



Mode Enfant



Parapharmacie



Restauration



Sandwicheries



Discount non alimentaire



Surgelés



Opticiens



10. LES DATES-CLÉS



AGENDA DES ÉLECTIONS 2022

- Période de vote : du 31 mars au 18 juillet 2022
- Proclamation des finalistes : septembre 2022
- Cérémonie de remise des Trophées : octobre 2022



11. LES CONTACTS

CONTACT PRESSE

40 degrés sur la banquise

Nadège Moreira

nadege@banquise.com

01 40 92 11 40

CONTACT

MEILLEURE CHAÎNE DE MAGASINS

Pascal Lescouzeres

pl.meilleurechaine@orange.fr

meilleurechainedemagasins.fr

