

DOSSIER DE PRÉSENTATION

MEILLEURE
CHAÎNE
DE MAGASINS
DE L'ANNÉE

2024

MEILLEUR
E-COMMERÇANT
DE L'ANNÉE

2024

MEILLEURE
FRANCHISE
DE L'ANNÉE

2024

MEILLEURE
RELATION
CLIENT
DE L'ANNÉE

2024



Quelques chiffres

+50% de votes et de participants par rapport à 2021

954 452 votes recueillis en 2022
708 183 participants

Concours
Meilleure Chaîne de Magasins

783 128 votes

Pour 251 enseignes
Dans 39 catégories
Dans 7 secteurs

Et 582 851 questionnaires
comportement d'achats

Concours
Meilleure Franchise

71 459 votes

Pour 75 enseignes
Dans 10 catégories
Dans 5 secteurs

Et 44 224 questionnaires
comportement d'achats

Concours
Meilleur E-commerçant

99 865 votes

Pour 199 enseignes
Dans 29 catégories
Dans 7 secteurs

Et 59 103 questionnaires
comportement d'achats



QUALIMETRIE



SOMMAIRE



| | |
|---|------|
| 1. L'HISTOIRE DES TROPHÉES | P.4 |
| 2. L'ORGANISATEUR | P.5 |
| 3. PRÉSENTATION DES 4 TROPHÉES | P.6 |
| 4. LES CATÉGORIES | P.8 |
| 5. LA COMMUNICATION | P.9 |
| 6. L'ORGANISATION DES ÉLECTIONS | P.10 |
| 7. POURQUOI PARTICIPER ? | P.13 |
| 8. COMMENT FAIRE GAGNER SON ENSEIGNE ? | P.14 |
| 9. COMMENT BIEN EXPLOITER LES TROPHÉES ? | P.15 |
| 10. LES ÉTUDES DE MARCHÉ | P.16 |
| 11. LES PARTICIPANTS | P.17 |
| 12. LES LAURÉATS DE LA PRÉCÉDENTE ÉDITION | P.21 |
| 13. LES DATES-CLÉS | P.22 |
| 14. LES CONTACTS | P.24 |



1. L'HISTOIRE DES TROPHÉES

Depuis la première édition en 2008, les Trophées connaissent un succès croissant, aussi bien du côté des enseignes que des clients !

Aujourd'hui, ce concours prend une ampleur de plus en plus importante : le million de votes a été atteint lors de la précédente édition. Cela en fait, de loin, l'élection de consommateurs la plus importante dans le secteur du retail français.

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 » fait son apparition.

Ce mode de collaboration, entre deux entreprises indépendantes juridiquement et financièrement, est de plus en plus répandu en France. Il était 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 « 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 est l'entité commerciale en charge 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 ».

Pascal Lescouzères en est son directeur général France depuis 7 ans. C'est l'interlocuteur privilégié de toutes les enseignes qui participent aux Trophées. Il assure la coordination des intervenants et la bonne organisation du déroulement des votes et de la remise des Trophées. Il est également le porte-parole des Trophées dans les différentes actions de communication afin de donner, chaque année davantage, tout son rayonnement à l'événement.

Pascal Lescouzères a choisi de faire appel à Qualimétrie pour comptabiliser et analyser les votes des consommateurs. Qualimétrie est un institut d'études marketing indépendant, spécialisé dans le management de l'expérience client. L'institut est reconnu pour son savoir-faire en matière de conduite de projets et pour sa politique de transparence dans son approche méthodologique, sans faire appel à la sous-traitance. Qualimétrie dispose de méthodologies pertinentes qui assurent la qualité de ses process et de ses analyses.

Rempoter le Trophée distingue votre enseigne comme la meilleure de l'année par les consommateurs, vos clients. Faire savoir que vous avez remporté ce Trophée génère des retombées médiatiques positives, crée une dynamique au sein de vos équipes commerciales et participe à la bonne performance des résultats commerciaux de votre enseigne.

Pascal Lescouzères, directeur général France de Meilleure Chaîne de Magasins

3. PRÉSENTATION DES 4 TROPHÉES



Pascal Lescouzères, Directeur Général France Meilleure Chaîne de Magasins présente les Trophées



Scannez pour lire la vidéo

« MEILLEURE CHAÎNE DE MAGASINS DE L'ANNÉE »



« 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 de l'élection 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 2023, ce sont 300 enseignes physiques, appartenant à 50 catégories et 7 secteurs d'activité, qui participent aux Trophées Meilleure Chaîne de Magasins 2024. A l'issue du vote des consommateurs, les meilleures enseignes seront récompensées, preuve d'une satisfaction client. Les enseignes lauréates du Trophée Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année qui se développent en franchise seront également récompensées par le Trophée Franchise de l'Année. Les réseaux de franchise pourront alors communiquer sur l'un des Trophées ou sur les deux.

« 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 secteur e-commerce a poursuivi sa progression en 2022 avec 146,9 milliards d'euros en 2022 (+13,8% vs 2021). Ces résultats sont portés par la progression significative des ventes dans le secteur des transports, du tourisme et des loisirs qui tirent le secteur des services (+36% sur un an, soit +50% par rapport à 2019). Les ventes de produits sur internet sont en baisse de 7% par rapport à 2021 mais en hausse de 33% par rapport à 2019.

En 2023, plus de 200 enseignes possédant un site marchand participent au Trophée « Meilleur E-commerçant de l'Année 2024 ». Une participation qui augmente significativement d'année en année, aussi bien du côté des enseignes que celui des consommateurs.



3. PRÉSENTATION DES 4 TROPHÉES



« MEILLEURE FRANCHISE DE L'ANNÉE »

Leader européen, la franchise française a vu son nombre de réseaux doubler ces 10 dernières années. Selon la Fédération Française de la Franchise, en 2021, le nombre de réseaux, estimé à 1965, représente 79 134 points de ventes et plus de 795 000 emplois directs et indirects, pour un chiffre d'affaires de 68,8 milliards d'euros.

Les 3 secteurs les plus importants, en nombre d'enseignes sont, dans l'ordre, l'équipement de la personne (360), l'alimentaire (219), la restauration rapide (210).

La totalité des secteurs se révèle dynamique, particulièrement en temps de crise. Ce constat n'est pas surprenant quand il est avéré qu'un franchisé a 2 fois plus de chances de passer le cap des 2 ans par rapport à une entreprise indépendante.

Pour la 6^e année, 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. Pour participer au Trophée « Meilleure Franchise de l'Année », l'enseigne doit compter au minimum 30 points de vente.

Les enseignes lauréates du Trophée « Meilleure Franchise de l'Année » seront également récompensées par le Trophée « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année ». Les réseaux de franchise pourront alors communiquer sur l'un des Trophées, ou sur les deux.



« MEILLEURE RELATION CLIENT DE L'ANNÉE »

Suite aux évolutions de comportement des consommateurs, les réseaux de magasins développent de nouvelles techniques destinées à capter et 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.

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 est la base 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.

Les Trophées « Meilleure Relation Client de l'Année » seront attribués aux chaînes de magasins et aux e-commerçants ayant obtenu les meilleures notes sur la qualité du service après-vente et/ou du service client, le sentiment d'être un client privilégié, l'amabilité des équipes, la compétence, les conseils des équipes.

Un lauréat « Meilleure Relation Client de l'Année » est identifié pour chaque secteur : beauté - santé et accessoires de mode, distribution, distribution spécialisée, maison - jardin et décoration, mode, restauration - alimentation spécialisée, service.

4. LES CATÉGORIES



« MEILLEURE CHAÎNE DE MAGASINS DE L'ANNÉE », 38 CATÉGORIES

Agences de voyage / Ameublement / Animalerie - Aliments pour animaux / Articles de sport / Bijouterie - Montres / Boulangeries / Bricolage / Camping - Village de vacances / Centres automobiles / Chaussures / Chocolateries, Glaces & desserts / Cosmétique & coiffure / Cosmétique naturel & bio / Décoration & idées cadeaux / Discount non alimentaire / Distribution bio / Epicerie fine, thés, cavistes / Fleuristes / Fournitures & cartouches d'encre / Fruits & légumes / Hypermarchés - Supermarchés / Informatique, Multimédia & électroménager / Jardinerie / Jouets & jeux / Lingerie / Literie / Marques distributeur / Mode enfant / Mode femme / Mode homme / Mode mixte / Opticiens / Parapharmacie / Puériculture / Restauration / Restauration rapide / Sandwicheries / Surgelés



« MEILLEUR E-COMMERÇANT DE L'ANNÉE », 33 CATÉGORIES

Agences de voyage / Ameublement / Animalerie - Aliments pour animaux / Articles de sport / Box minceur / Banques & crédits en ligne / 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 / Fournitures et cartouches d'encre / Jardinerie / Jouets & jeux / Informatique, Multimédia & Electroménager / Lingerie / Literie / Livraison de repas / Mode enfant / Mode femme / Mode homme / Mode mixte / Parapharmacie / Puériculture / Seconde main / Services & accessoires automobiles / Surgelés / Ventes privées



« MEILLEURE FRANCHISE DE L'ANNÉE », 16 CATÉGORIES

Agences immobilières / Appareils auditifs / Bâtiment & habitat / Commerces de proximité / Cuisinistes / Décoration & ameublement / Déménagement - Self-stockage / Matériaux de construction - Courtage travaux / Piscinistes / Pizzerias / Réseau hôtelier / Saladeries - Healthy food / Salons de coiffure / Seconde main / Sport - Musculation / Vélos



5. LA COMMUNICATION



LE SITE INTERNET

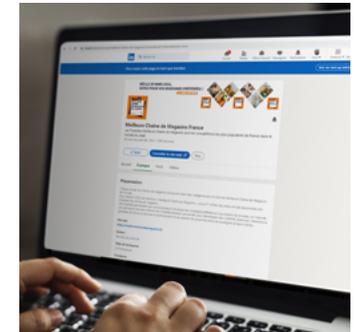
Actualités, conditions de participation, règlement du concours, méthodologie et organisation, secteurs et catégories représentés...
Le site Internet meilleurechainedemagasins.fr présente les informations indispensables aux enseignes afin de comprendre les enjeux des Trophées et pouvoir s'inscrire.

Pendant la période des votes, les consommateurs se rendent sur le site afin d'accéder aux formulaires et évaluer leurs enseignes préférées.

LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les Trophées « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année » et « Meilleur E-commerçant de l'Année » animent leurs réseaux sociaux - Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn - en postant régulièrement les dates-clés, appels aux votes, noms des finalistes, révélation des lauréats... ainsi que des actualités du secteur.

Pour cette édition, les hastags #MCM2024 et #MEA2024 ont été lancés afin d'être repris dans la communication des Trophées et celles des enseignes participantes.





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. Pour « Meilleur E-commerçant de l'Année », toutes les enseignes ayant un site de vente en ligne peuvent participer. La liste évolue chaque année, en fonction de l'actualité des secteurs. Pour cette édition, plus de 500 enseignes influentes dans leur domaine ont été référencées. Les enseignes non référencées au lancement du concours ont jusqu'au 30 mai 2023 pour s'inscrire aux Trophées, sous réserve de répondre aux conditions de participation.

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-commerçants par un lien générique qui les mène sur le site des votes. 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.

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 également parmi les enseignes proposées.

Chaque consommateur peut voter pour 2 enseignes au maximum, dans 2 catégories différentes - ou dans 2 concours différents - et lors d'une unique connexion.

Pour inciter les consommateurs à voter, seuls ceux ayant réalisé 2 évaluations sont habilités à gagner par tirage au sort de nombreux cadeaux tels qu'un téléviseur LED, des drones ou des tickets de grattage.

De plus, un week-end à Séville est à remporter pour ceux qui ont complété au moins une fois les questions facultatives sur les habitudes d'achat.

A la clôture des votes, toutes les adresses mail sont contrôlées avant validation définitive, pour parer à d'éventuelles tentatives de fraude.





6. L'ORGANISATION DES ÉLECTIONS

ET LES FINALISTES SONT...

Après l'analyse des résultats, 2 à 5 finalistes sont désignés, pour chaque catégorie. Si la catégorie comporte moins de 3 nominés, le nombre d'évaluations minimum exigible peut être abaissé. Enfin, si les nominés ne sont pas au moins 2 dans la catégorie, celle-ci 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. Le finaliste est désigné en fonction de la qualité de ses notes et du nombre de votants pour l'enseigne.



>>> FOCUS SUR LES CRITÈRES D'ÉVALUATION

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



Emeric Bayart, CEO de l'institut d'études Qualimétrie, présente la méthodologie des votes et leurs évaluations



Scannez pour lire la vidéo

LES LAURÉATS SONT...

Pour remporter le Trophée de « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année 2024 », « Meilleur E-commerçant de l'Année 2024 » ou « Meilleure Franchise de l'Année 2024 », 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. Un Grand Prix « Meilleure Chaîne de Magasins » et « Meilleur E-commerçant de l'Année » est alors attribué au vainqueur, toutes catégories confondues.

7. POURQUOI PARTICIPER ?



Les labels sont des signes de confiance et un gage de qualité pour 8 Français sur 10.



Scannez pour lire la vidéo

LES TROPHÉES, UN OUTIL DE COMMUNICATION ET DE STRATÉGIE MARKETING INDÉNIABLE

Les consommateurs français estiment que les concours composés de votes de clients sont plus fiables que ceux composés d'un jury de professionnels*. C'est tout le crédit que détiennent les Trophées Meilleure Chaîne de Magasins avec un million de votes de consommateurs dénombrés lors de la précédente édition.

En remportant le Trophée, l'enseigne gagne aussi :

1- La reconnaissance de ses clients

Les consommateurs aiment leur enseigne et ils l'expriment en votant pour elle.

2 - L'investissement de ses équipes

Les Trophées constituent une fierté, participent à l'adhésion à la marque et renforcent la cohésion du groupe. Remporter les Trophées entraîne une dynamique au cœur des forces de ventes.

3 - Un outil de communication vers les clients

Les Trophées constituent également un outil de communication de premier ordre auprès des clients. Ils les confortent dans leur choix de magasin et dans leurs achats.

4 - Une source d'informations stratégiques

Les questionnaires des Trophées offrent une évaluation fine des enseignes. Les réponses apportées lors des votes permettent de sonder le comportement d'achat des clients, d'évaluer leurs ressentis et ainsi d'ajuster l'offre.

* Source : Enquête Qualimetric du 17&18 nov 2022 – Echantillon de 1000 personnes, représentatif de la population française



8. COMMENT FAIRE GAGNER SON ENSEIGNE ?

DES OUTILS D'INCITATION AU VOTE MIS À DISPOSITION DES ENSEIGNES

Pour participer, il suffit de se connecter sur le site meilleurechainedemagasins.fr et remplir le formulaire de participation en ligne.

Après avoir obtenu la validation de l'inscription auprès de l'organisateur, l'enseigne peut débiter sa communication :

• **Auprès des équipes :**

Présenter les Trophées et l'importance de se rassembler autour d'un objectif : celui d'être lauréat ! Chacun dans l'entreprise doit être moteur pour donner envie aux clients de voter.

• **Auprès des clients :**

Avant et pendant la période de vote, que ce soit dans les magasins ou sur Internet, chaque client doit être informé de la participation de l'enseigne. Pour faciliter les démarches d'incitation au vote, l'organisation des Trophées a mis au point plusieurs outils qu'elle met à disposition :

- Un logo charté « Votez pour nous ! » est transmis gracieusement aux enseignes. Elles peuvent l'arborez sur l'ensemble de leur communication (page d'accueil du site internet, newsletter, campagnes digitales, etc.).
- Un lien cliquable payant qui atterrit directement à la page du questionnaire de l'enseigne ou un lien générique gratuit qui mène à la page d'accueil du questionnaire.



Il est important de mettre en place des actions d'incitation aux votes à destinations des clients



9. COMMENT BIEN EXPLOITER LES TROPHÉES ?

UN AVANTAGE CONCURRENTIEL MAJEUR SUR LEQUEL COMMUNIQUER

Les enseignes élues Meilleure Chaîne de Magasins et Meilleur E-commerçant ont une année pour renforcer leur notoriété en tant que lauréats des Trophées et faire savoir que les consommateurs leur ont décerné un prix.

Après acquisition de la licence, l'enseigne doit exploiter toutes les opportunités pour rendre visible son Trophée. Les possibilités sont multiples : apposer le logo sur différents médias comme les publicités, les campagnes digitales, la presse magazine, l'affichage, ... Il en va de même sur les sites Internet, les réseaux sociaux, les newsletters, etc.

Pour les enseignes qui ont des points de vente physiques, il est recommandé d'apposer le logo à l'entrée du magasin, sur la vitrine, le comptoir d'accueil, les PLV, les supports merchandising ou encore les flyers promotionnels.

Enfin, en interne, les enseignes peuvent reproduire le logo du Trophée sur les supports de communication, affichage, extranet ou encore documents de formation. C'est un élément de fierté pour le groupe, il renforce l'adhésion à l'enseigne et consolide la cohésion d'équipe.



Partout, le logo Meilleure Chaîne de Magasins ou Meilleur E-commerçant rappelle que l'enseigne a été primée par les consommateurs.

C'est un marqueur distinctif fort pour la marque, un facilitateur pour le commerce, un booster pour les ventes.

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



10. UNE ÉTUDE DE MARCHÉ APPROFONDIE

LES RAPPORTS SECTORIELS

En participant à l'enquête de la précédente édition, 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 d'un million de 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 annuel de la satisfaction client globale, note et classification par critère en magasin et sur le web, recommandations 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).



Comportement du consommateur

La meilleure façon de connaître le consommateur et l'image qu'il a de la marque



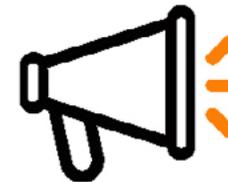
Benchmark sectoriel

Les résultats de l'enquête illustrent un panorama complet et nominatif des secteurs, mettant en évidence les forces d'une marque et celles de ses concurrents



Positionnement

Avec ces indications, les marques peuvent concevoir des stratégies pour améliorer leur positionnement et augmenter leurs parts de marché



Notoriété de la marque

L'élection donne l'occasion de promouvoir et d'accroître la notoriété d'une marque



Différenciation et valeur ajoutée

L'enseigne lauréate peut utiliser son titre pendant un an, offrant une différence et une valeur ajoutée reconnue à ses clients



10. UNE ÉTUDE DE MARCHÉ APPROFONDIE



Emeric Bayart, CEO de l'institut d'études Qualimetrie, rappelle l'intérêt marketing des rapports sectoriels.



Scannez pour lire la vidéo

Rapports sectoriels : ce qu'il faut retenir pour les enseignes physiques en 2022* :

- Parmi les critères les plus importants pour les consommateurs, seules la proactivité des interlocuteurs, la compétence et les conseils des équipes sont très satisfaisants. On note une progression significative de la satisfaction sur les compétences et les conseils des équipes entre 2021 et 2022.
- Trois critères sont jugés importants : le rapport qualité-prix, la qualité et de la disponibilité des produits et des services. Une marge de progression est encore possible. L'engagement sociétal et environnemental est aussi jugé important pour la satisfaction globale et il est l'un des moins satisfaisants parmi ceux évalués ici.

Rapports sectoriels : ce qu'il faut retenir pour les enseignes digitales en 2022* :

- Baisse de la satisfaction sur l'ensemble des critères évalués sauf la compétence et les conseils des équipes qui progressent et qui sont jugés importants pour la satisfaction globale.
- Le critère le plus satisfaisant est la qualité et les conditions de livraison avec 8,6/10.

Résumé de l'année 2022* :

- Les notes et avis clients sont de plus en plus consultés, surtout dans la mode
- Les consommateurs deviennent plus volatiles
- Les secteurs des services fidélisent toujours très peu et même de moins en moins
- Les achats physiques progressent en Restauration et en Distribution spécialisée
- Belle progression des achats éthiques dans la mode
- Des achats « anti-gaspi » particulièrement présents en Distribution alimentaire.

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

* Source : *Panorama du commerce français en 2022* réalisé à partir des votes des consommateurs au questionnaire Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année 2023, du 31 mars au 18 juillet 2022



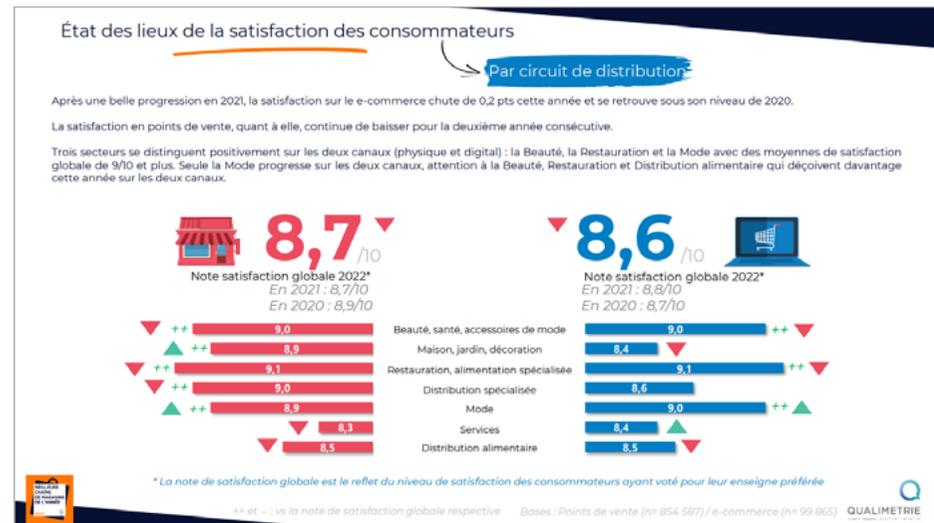
10. UNE ÉTUDE DE MARCHÉ APPROFONDIE

ÉTAT DES LIEUX DE LA SATISFACTION DES CONSOMMATEURS*

Tous secteurs confondus, la note de satisfaction globale que les votants ont attribuée à leur enseigne favorite est à nouveau en recul cette année, quel que soit le Trophée.

Comme en 2021, la Distribution alimentaire et les Services sont en queue de classement. On note néanmoins une belle progression sur les Services cette année, tout comme dans la Mode.

La catégorie « Saladeries » se positionne en tête des notes du secteur Restauration.



Après une belle progression en 2021, la satisfaction sur le e-commerce chute de 0,2 points en 2022 et se retrouve sous son niveau de 2020.

La satisfaction au sein des points de vente continue de baisser pour la deuxième année consécutive.

Trois secteurs se distinguent positivement sur les deux canaux (physique et digital) : la Beauté, la Restauration et la Mode avec des moyennes de satisfaction globale de 9/10 et plus.

Seule la Mode progresse sur les deux canaux.

Attention aux secteurs de la Beauté, Restauration et Distribution alimentaire qui déçoivent davantage cette année sur les deux canaux.

* Source : *Panorama du commerce français en 2022* réalisé à partir des votes des consommateurs au questionnaire Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année 2023, du 31 mars au 18 juillet 2022

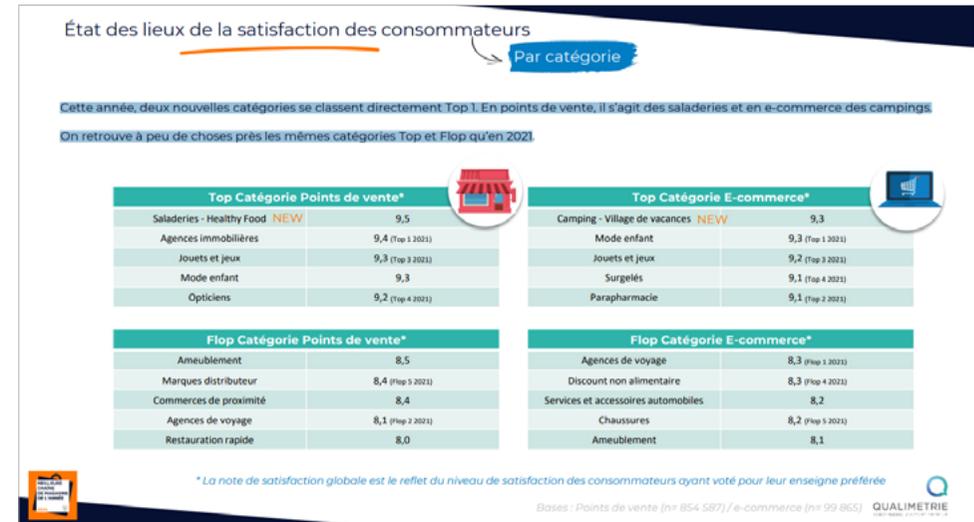


10. UNE ÉTUDE DE MARCHÉ APPROFONDIE

Cette année*, deux nouvelles catégories se classent directement en Top 1.

En points de vente, il s'agit des Saladeries et en e-commerce ce sont les Campings.

On retrouve, à peu de choses près, les mêmes catégories en Top et Flop qu'en 2021.



Concernant le e-commerce, on note cette année une baisse de la satisfaction sur l'ensemble des critères évalués, sauf la compétence et les conseils des équipes qui progressent et qui sont jugés importants pour la satisfaction globale.

Le critère le plus satisfaisant en e-commerce est la qualité et les conditions de livraison avec 8,6/10.

L'engagement sociétal et environnemental n'est pas satisfaisant, alors qu'il est jugé important par les consommateurs dans leur satisfaction globale.

* Source : Panorama du commerce français en 2022 réalisé à partir des votes des consommateurs au questionnaire Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année 2023, du 31 mars au 18 juillet 2022



II. LES PARTICIPANTS

Des centaines d'enseignes concourent aux Trophées « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année 2024 », « Meilleur E-commerçant de l'Année 2024 » et « Meilleure Franchise de l'Année 2024 ». Dans chaque catégorie, il n'y a qu'un seul gagnant.

Exemples d'enseignes ayant déjà participé aux Trophées :



Agences de voyage



Agences Immobilières



Camping - Village de vacances



Chaussures



Cosmétique naturel & Bio



Animalerie - Aliments pour animaux



Drives & Supermarchés en ligne



Bricolage



Bâtiment et Habitat



Mode Enfant



Parapharmacie



Restauration



Sandwicheries



Discount non alimentaire



Surgelés



Opticiens



12. LES LAURÉATS DE LA PRÉCÉDENTE ÉDITION



LA REMISE DES TROPHÉES 2023

Le mercredi 5 octobre 2022, après 4 mois de compétition, les Trophées « Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année 2023 », « Meilleur E-commerçant de l'Année 2023 », « Meilleure Franchise de l'Année 2023 » et « Meilleure Relation Client de l'Année 2023 » ont été remis aux enseignes lauréates.

Découvrez la remise des Trophées Meilleure Chaîne de Magasins de l'Année 2023.



Scannez pour lire la vidéo



13. LES DATES-CLÉS



AGENDA DES PROCHAINES ÉLECTIONS

- Période de vote : du 30 mars au 10 juillet 2023
- Proclamation des finalistes : 30 août 2023
- Cérémonie de remise des Trophées 2024 : octobre 2023



14. LES CONTACTS



CONTACT PRESSE

40 degrés sur la banque
Nadège Moreira
nadege@banquise.com
01 40 92 11 40

CONTACT

MEILLEURE CHAÎNE DE MAGASINS

Pascal Lescouzères
pl.meilleurechaine@orange.fr

meilleurechainedemagasins.fr



PARTENAIRE 2024