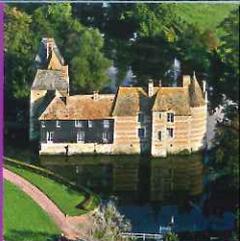




**BONDUELLE** P.40  
**LA FAMILLE CH'TI QUI  
 A CONQUIS LE MONDE**

**RÉVÉLATIONS** P.92  
**LES FOLIES DES  
 PATRONS DU PSG**



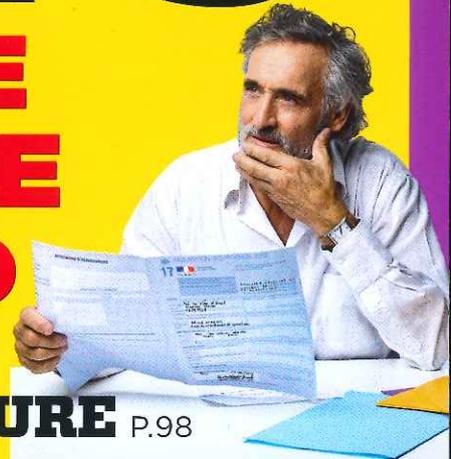
# Capital

4,90 € N° 314 NOVEMBRE 2017 LE PLAISIR DE COMPRENDRE L'ÉCONOMIE

→ **TOUT VA CHANGER**

# IMPÔTS

**À QUELLE SAUCE  
 ALLEZ-VOUS ÊTRE  
 MANGÉS ?**



**+ LE GUIDE POUR RÉDUIRE LA FACTURE** P.98

**ACHETEZ TRANQUILLE!  
 LES MEILLEURES ENSEIGNES**



**SERVICE, LIVRAISON, SAV... PALMARÈS EXCLUSIF** P.56

**PEUT-ON FAIRE PAYER GOOGLE ET LES AUTRES ?** P.86

**PM** PRISMA MEDIA

M 04134 - 314 - F: 4,90 € - RD



BEL : 5,50 € - CH : 8 CHF - CAN : 9,75 CAD - D : 6 € - ESP : 5,50 € - GR : 5,50 € - ITA : 5,50 € - LUX : 5,50 € - PORT. CONT. : 5,50 € -  
 DOM : 5,50 € - GUYANE : 7 € - MAY : 9 € - Maroc : 52 DH - Tunisie : 5,80 TND - Zone CFA Avion : 5 000 XAF - Zone CFP Avion : 1 400 XPF.

# A

bsent de notre palmarès, Franprix pourrait bien y entrer l'an prochain grâce à une puce. Pour ses livraisons à domicile, l'enseigne de proximité teste en effet une date de péremption intelligente, sous la forme d'une pastille baptisée Topcryo, apposée sur l'emballage des produits. Sa couleur verte ou rouge indique au consommateur la fraîcheur de l'aliment.

Pas de doute, la filiale du groupe Casino a bien intégré les nombreuses études d'opinion qui placent l'innovation en tête des critères de choix des Français pour telle ou telle enseigne, tous secteurs confondus. Livraisons express, comparateurs de prix, click & collect... Si les e-commerçants ont été les pionniers de ces nouveaux services, les magasins physiques rattrapent leur retard à grands pas. Ils n'ont d'ailleurs pas le choix, il en va souvent de leur survie.

**OR LA MENACE** s'avère plutôt efficace, comme le montre notre grande enquête menée avec l'institut Statista auprès de 20 000 consommateurs appelés à noter la qualité de service de 2 100 enseignes, dans 8 univers et 184 sous-secteurs d'activité : avec une moyenne générale de 7,05 sur 10, notre sondage démontre un bon niveau de satisfaction générale, en hausse par rapport à celui enregistré en 2016.

Mais cette performance ne doit pas tout aux innovations technologiques. «L'autre grande révolution

## La méthode de l'enquête

Comme pour la première édition de notre étude, publiée en 2016, l'institut Statista a interrogé en ligne 20 000 consommateurs au cours de l'été et leur a demandé de noter la qualité du service prodigué dans les enseignes fréquentées durant ces trois dernières années. Parmi les quelque 2 100 marques évaluées,

480 ont été récompensées dans 184 secteurs différents. La note sur 10 indiquée dans les tableaux a été élaborée en tenant compte des réponses à trois questions : l'attention portée à la clientèle ; le niveau d'expertise professionnelle ; l'envie de recommander ou non l'enseigne à son entourage. Soulignons que les notes

ont été arrondies à deux décimales mais que le rang de chaque enseigne tient bien compte de la décimale suivante. Enfin, quand moins de dix sociétés seulement ont pu être évaluées dans un secteur, nos tableaux ne retiennent que les deux premières. Sinon, dans tous les autres cas, ils affichent le top 3.

en cours dans le commerce ? La valeur des euros dépensés, souligne l'expert de la distribution Olivier Dauvers. On ne cherche plus systématiquement le prix le plus bas, mais la meilleure expérience client pour un budget donné. Gain de temps, transparence des tarifs, conseils pertinents, large choix... sur ce terrain, les attentes des consommateurs sont multiples. «Et les réponses des enseignes portent aussi bien sur une meilleure fluidité des parcours en boutique, un raccourcissement des files d'attente en caisse ou un étiquetage des produits plus clair», précise le consultant Frank Rosenthal. Dans l'équipement de la maison, des enseignes très concurrentées par les marchands du Web comme Darty, Leroy Merlin ou Boulanger ont fait là d'énormes efforts. Comme l'indiquent d'ailleurs leurs bonnes notes respectives.

Cela n'exclut pas des surprises, de petites marques faisant parfois mieux que les leaders. Dans le secteur santé-beauté, par exemple, l'enseigne multimarque Sephora (LVMH), numéro 1 l'an dernier, a été détrônée par Oïa. De 17 magasins en 2014, ce réseau de franchises est passé à 30 cette année. Son secret ? Toutes les boutiques intègrent un institut de soins, et la plupart des vendeuses sont esthéticiennes. ☺

Avec  
**statista**  
fr.statista.com



### LE CHAMPION TOUTES CATÉGORIES DE NOTRE PALMARÈS

LE PUY DU FOU  
**8,57**  
SUR 10

### LES TROIS SECTEURS AFFICHANT LES MEILLEURS RÉSULTATS



### LA MOYENNE GÉNÉRALE MONTRE UN BON NIVEAU DE SATISFACTION

**7,05**  
SUR 10

NOMBRE D'ENSEIGNES RÉCOMPENSÉES

**480**

# Les champions de LA MAISON ET DE LA DÉCORATION

Titillés par des acheteurs de plus en plus exigeants, ils multiplient les innovations de services.

Certains pourront s'en alarmer mais notre palmarès conforte la position dominante d'Amazon, qui recueille la meilleure note de sa catégorie. Pas vraiment une surprise quand on connaît les ficelles de cette redoutable machine à vendre.

Comme son bouton «Acheter en 1-click», qui permet, une fois nos coordonnées bancaires enregistrées, de passer commande en cliquant sur une seule touche dédiée. Ou les recommandations d'achat poussées par des algorithmes analysant tous nos mouvements et les avis laissés par d'autres acheteurs.

Heureusement, beaucoup d'enseignes physiques tirent leur épingle du jeu. Notamment dans les secteurs du bricolage et de l'électroménager, qui ont compris que leurs clients attendent la même qualité de service en boutique et sur le Web. En ligne, ils veulent avoir accès à un vendeur via un tchat ou à une vidéo de démonstration de produit. Et en magasin, ils attendent qu'on les reconnaisse, grâce aux infos contenues dans leur smartphone, pour se voir proposer des articles ciblés.

ILLUSTRATIONS: ANTHONY HUCHETTE POUR CAPITAL



**ALINÉA**  
L'enseigne de mobilier du groupe Auchan conforte sa place de numéro 2 derrière l'indétrônable Ikea. Ses 26 magasins et son site Web jouent sur le renouvellement de 15 000 références au rythme de deux collections par an. En interne, 90% des salariés sont actionnaires du groupe (4% du capital).

**ACHAT-VENTE ET DÉPÔT-VENTE**

1. Happy Cash	6,83
2. Easy Cash	6,64

**AMEUBLEMENT (ENTRÉE DE GAMME)**

1. Ikea	7,36
2. Alinéa	7,00

**AMEUBLEMENT (MILIEU DE GAMME)**

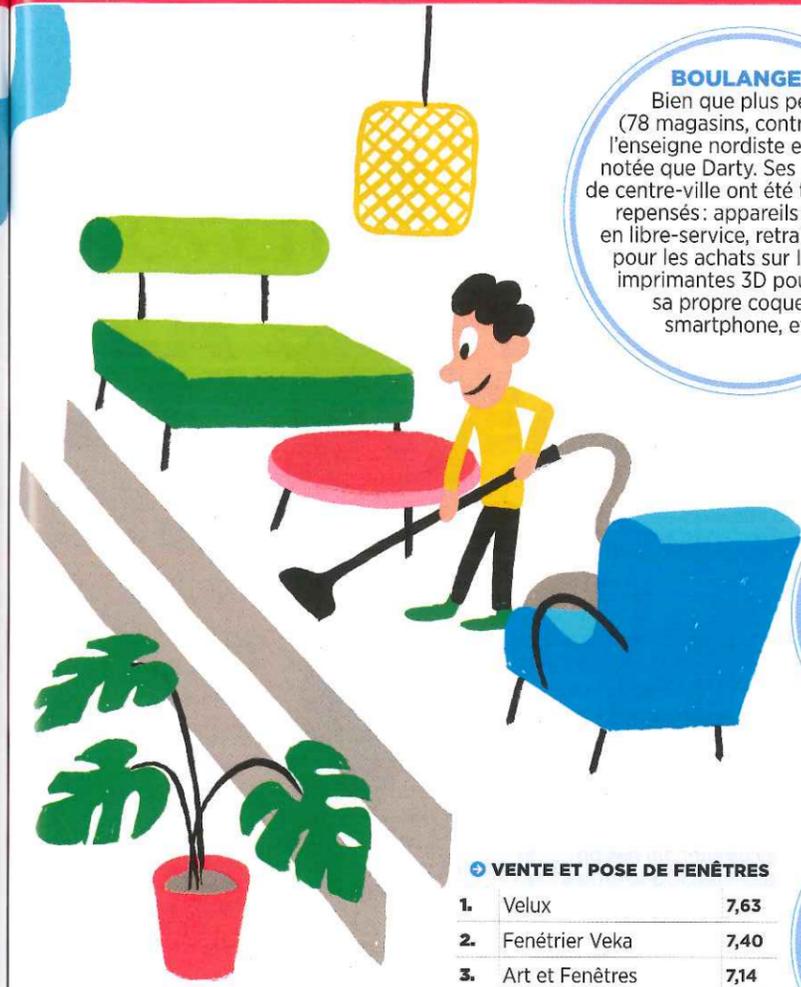
1. Gautier	7,72
2. BoConcept	7,23

**MOBALPA**  
Position de leader confirmée pour le cuisiniste haut-savoyard, dont tous les meubles sont garantis dix ans (pièces et déplacements) et de fabrication française.

**DELCAMPE**  
Mieux classé qu'eBay, ce site de revente de produits d'occasion est le chouchou des collectionneurs, notamment de timbres, de cartes postales et d'affiches.

**GAUTIER**  
L'entreprise familiale de mobilier milieu de gamme (60 magasins) remporte la mise grâce à une stratégie fondée sur une fabrication et des bois 100% français.

PAR NATHALIE VILLARD



**BOULANGER**  
Bien que plus petite (78 magasins, contre 269), l'enseigne nordiste est mieux notée que Darty. Ses magasins de centre-ville ont été totalement repensés: appareils à tester en libre-service, retrait de colis pour les achats sur Internet, imprimantes 3D pour créer sa propre coque de smartphone, etc.

**AM.PM.**  
Toujours en tête parmi les vendeurs d'ameublement en ligne, cette filiale de La Redoute conforte son image chic et branchée. D'une part, avec ses deux catalogues par an, où les objets sont mis en scène dans des maisons comme dans les magazines de déco. D'autre part, depuis 2016, en multipliant les boutiques en dur, où les internautes peuvent voir et acheter les objets proposés en ligne. La marque vient même d'inaugurer, au cœur de Saint-Germain-des-Prés, un flagship store de 350 mètres carrés. Dans une ambiance cosy, on y circule de pièce en pièce, comme dans un vrai appartement parisien.

**LAMPİRIS**  
Avec quelque 400 000 compteurs en France, cette filiale de Total commercialise une électricité garantie 100% verte (éolienne, solaire hydraulique...).

**FOURNISSEURS D'ÉNERGIE**

1. Lampiris	7,24
2. Alterna	7,07
3. Direct Energie	6,96

**GARDE-MEUBLE, SELF-STOCKAGE**

1. Shurgard	7,54
2. Ouistock	7,26

**MAGASINS DE LITERIE**

1. Maison de la literie	7,35
2. La Halle au sommeil	7,31

**MAGASINS ET SITES DE LINGE DE MAISON**

1. Linvosges	7,67
2. Yves Delorme	7,64

**MAGASINS D'ARTICLES DE CUISINE ET DE DÉCORATION**

1. Du bruit dans la cuisine	7,66
2. Alice Délice	7,64
3. Zódio	7,50

**MAGASINS MULTIMÉDIAS ET D'ÉLECTROMÉNAGER**

1. Boulanger	7,32
2. Darty	7,28
3. Expert France	7,22

**SPÉCIALISTES DU SALON**

1. Chateau d'Ax	7,12
2. La Maison du convertible	7,11

**MAGASINS DE REVÊTEMENTS MUR ET SOL**

1. Tollens	7,78
2. Delzongle	7,55
3. Zolpan	7,43

**VENTE ET POSE DE FENÊTRES**

1. Velux	7,63
2. Fenêtrier Veka	7,40
3. Art et Fenêtres	7,14

**VENTE EN LIGNE DE MATÉRIEL HIGH-TECH**

1. Amazon.fr	7,80
2. LDLC.com	7,56

**VENTE EN LIGNE DE PRODUITS D'OCCASION**

1. Delcampe	7,12
2. eBay	7,09
3. PriceMinister	7,06

**CUISINISTES**

1. Mobalpa	7,06
2. Cuisines Ixina	7,05
3. SoCoo'c	6,93

**FLEURISTES**

1. Au nom de la rose	7,55
2. Oya Fleurs	7,48

**FLEURISTES EN LIGNE**

1. Interflora	7,62
2. Aquarelle	7,44

**AMEUBLEMENT EN LIGNE**

1. AM.PM.	7,31
2. Delamaison.fr	7,03
3. Made.com	6,97

**AMEUBLEMENT PREMIUM**

1. Roche Bobois	7,41
2. Ligne Roset	7,39

**STORES ET VÉRANDAS**

1. Storistes de France	7,18
2. Stores de France	7,16
3. Monsieur Store	7,06

**CHEMINÉES ET POÊLES À BOIS**

1. Jotul	7,18
2. Seguin	7,13

**SHURGARD**  
Ce géant américain du self-stockage et garde-meuble compte 56 centres en France, avec un affichage en ligne en temps réel des disponibilités et des prix.

**LINVOSGES**  
Vendue surtout en ligne, cette marque centenaire de linge de maison haut de gamme s'adresse aussi bien aux hôteliers qu'aux particuliers.

**TOLLENS**  
Ce spécialiste des peintures et revêtements de sol (175 magasins) est autant apprécié des professionnels du bâtiment que des fans de déco.

Les notes dans la colonne de droite sont sur 10. Elles traduisent la satisfaction des personnes interrogées quant à la qualité du service.