**Communiqué de presse:**

**Yves Rocher est la Chaine de Magasins de l’Année France 2012**

***‘La notion de prix est la plus importante pour les consommateurs’***

**08 janvier, Paris – Le gagnant de “Meilleure Chaine de Magasins de l’Année 2012 France est annoncé.**

**C’est le 6 décembre dernier que la remise des Trophées de la MCMA a été présentée à la presse et à l’ensemble du monde du retail lors d’une conference à l’hôtel Bedford à Paris dans le 8ème.**

**Au total, plus de 14.000 consommateurs ont évalué les 158 différentes Chaines de magasins dans 20 catégories différentes. Ceci a donné un résultat de plus de 43.000 évaluations. Si nous observons la note moyenne, nous pouvons voir une légère diminution.**

**Alors que :**

**Le score moyen de l’an dernier était de 6.14, il est cette année de 6.11.**

**Les consommateurs ont donné la meilleure évaluation au critère Amabilité envers le client.**

**L’aspect le plus important est, comme l’an dernier, le rapport Qualité / Prix.**

**Les autres aspects Prix sont évalués comme les deuxième et troisième aspects les plus importants. Ceci provient d’une enquête client de Q&A Research & Consultancy**

**Effectuée entre avril 2012 et fin octobre 2012 auprès de 14 000 consommateurs français representatif de la population.**

Pour la cinquième fois, les consommateurs ont pu évaluer leurs chaines de magasins favorites sur les aspects suivants: Rapport Qualité /Prix, Niveau de Prix, Promotions & Offres, Assortiment, Service, Expertise du Personnel, Innovation, Amabilité du Personnel envers le Client, et Atmosphère du Magasin.

Un échantillon est sélectionné au commencement de l’enquête, pour déterminer l’importance à donner à chaque aspect. De cette façon, les gagnants par catégorie sont determinés de façon honnête et fiable.

**Yves Rocher est la Chaîne de Magasins de l’Année France 2012**

Yves Rocher est choisi par les consommateurs Français comme le gagnant toutes catégories de l’élection. L’an dernier, Lidl avait terminé premier et Yves Rocher 8e. Cette année, Lidl est second, et Orchestra est troisième. Yves Rocher est numéro 1 grâce a son score exceptionnel sur les aspects Prix.

**Vainqueurs par Catégorie**

Cette année, les gagnants ont reçu leurs prix des mains de nos partenaires: Havas 360, Les Affranchis, Newim et Q&A.

Les Vainqueurs des 20 catégories sont les suivants:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Catégorie | Enseigne | Note globale /10 |
| Agences de voyage | Thomas Cook | 6,15 |
| Beauté et Parfumerie | Yves Rocher | 7,28 |
| Bébé et enfant | Orchestra | 7,19 |
| Bricolage et Jardinage | BRICO DÉPÔT | 6,90 |
| Chaussures | La Halle aux chaussures | 6,34 |
| Hypermarchés et Supermarchés | Lidl | 7,25 |
| Joaillerie | Maty | 6,44 |
| Jouets | TOYS “R” US | 6,73 |
| Lingerie | Etam lingerie | 6,86 |
| Livres, Culture et Jeux | Fnac | 6,58 |
| Maison et Décoration | IKEA | 7,01 |
| Mode et Accessoires | Claire's | 6,13 |
| Multimédia et Electroménager | Darty | 6,24 |
| Opticien | Générale d'Optique | 6,51 |
| Restauration à emporter | Quick | 5,69 |
| Sandwicherie et Croissanterie | La Brioche dorée | 6,52 |
| Sport | DECATHLON | 6,98 |
| Téléphonie | Bouygues Telecom | 5,77 |
| Vêtements femme | MS Mode | 7,14 |
| Vêtements homme | Kiabi | 6,48 |

**Les aspects Prix ont le plus d’influence.**

Les résultats de la recherche menée par Q&A Research & Consultancy, montrent que les aspect Prix (Rapport Qualité/Prix, Niveau de Prix, Promotions et Offres) determinent la performance à 60%. Ceci représente une légère baisse de 1%. Alors que le score moyen a diminué, la note moyenne concernant l’Amabilité envers le Client a augmenté. La note moyenne sur cet aspect est de 7.06. Les aspects service obtiennent une meilleure note par rapport à l’an dernier.

**Structure de l’étude**

Les évaluations des consommateurs sont transmises sur le site internet [www.meilleurechainedemagasins.fr](http://www.meilleurechainedemagasins.fr). Durant trois mois, les retailers ont demandé aux consommateurs de participer à l’élection par l’usage de newsletters, banners sur leur site internet, et sur divers supports en magasin. En plus d’évaluer leur chaine de magasins favorite, les consommateurs avaient la possibilité d’évaluer deux autres enseignes dans la même catégorie ou dans une catégorie différente sur les neuf différents critères. Au préalable un échantillon représentatif est selectionné dans un panel pour détreminer l’importance des différents critères, pour chacune des catégories.

Contact:



Eric Merkes

[**merkes@meilleurechainedemagasins.com**](x-msg://50/merkes@meilleurechainedemagasins.fr)

<http://www.meilleurechainedemagasins.fr/>

Tel+34 65 888 3662

 C/ Castella 40, local 1

 08018 Barcelona Spain