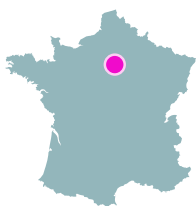


REPÈRES

- **Melun**  
40 000 habitants
- **L'agglomération**  
150 000 habitants
- **L'appareil commercial**  
3 hypers  
9 supermarchés  
5 hard-discount



1<sup>er</sup>



Carrefour Villiers-en-Bière  
24 700 m<sup>2</sup>

**8,52/10**

Carrefour écrase la concurrence, qualitativement et sur les prix. Hormis une relative froideur du personnel en trad, on n'y trouve rien à redire. Résultat : six premières places sur sept critères. Du rarement vu !

2<sup>e</sup>



Leclerc Dammarie-les-Lys  
9 000 m<sup>2</sup>

**7,42/10**

Malgré une seule première place, ce Leclerc s'en tire bien. Avec une étonnante avant-dernière place sur les prix, la faute au SRP mais pas que. Il corrige le tir de justesse grâce à une offre de qualité.

3<sup>e</sup>



Auchan Cesson  
14 000 m<sup>2</sup>

**7,35/10**

Avec trois dernières places, dont une sur les prix, Auchan Cesson pêche par l'irrégularité de ses performances. Sur le reste, il pourrait convaincre... avec un regain de dynamisme et un vrai rafraîchissement.

Accueil	1 <sup>er</sup>	↑	<b>8,7</b>	3 <sup>e</sup>	<b>7,6</b>	2 <sup>e</sup>	<b>8,2</b>
Compétence personnel	3 <sup>e</sup>		<b>7,2</b>	5 <sup>e</sup>	<b>6,2</b>	6 <sup>e</sup>	↓ <b>6,1</b>
Confort	1 <sup>er</sup>	↑	<b>8,3</b>	2 <sup>e</sup>	<b>7,7</b>	2 <sup>e</sup>	<b>7,7</b>
Fraîcheur	1 <sup>er</sup>	↑	<b>9,2</b>	2 <sup>e</sup>	<b>8,0</b>	6 <sup>e</sup>	↓ <b>6,5</b>
Propreté	1 <sup>er</sup>	↑	<b>8,6</b>	3 <sup>e</sup>	<b>6,8</b>	2 <sup>e</sup>	<b>7,6</b>
Service	1 <sup>er</sup>	↑	<b>7,7</b>	1 <sup>er</sup>	↑ <b>7,7</b>	1 <sup>er</sup>	↑ <b>7,7</b>
Prix	1 <sup>er</sup>	↑	<b>10,0</b>	5 <sup>e</sup>	<b>7,9</b>	6 <sup>e</sup>	↓ <b>7,6</b>

# QUALISCOPE

## Melun (77)

### 6 MAGASINS PASSÉS AU CRIBLE

Tous les mois, Linéaires visite six magasins d'une même ville. Objectif : porter un regard de client. D'un mois à l'autre, la grille d'évaluation est identique, composée de 100 critères d'observation.

Villiers-en-Bière, le plus grand hypermarché de Carrefour à avoir été récemment rénové (et le plus grand hyper de France tout court), emporte haut la main cette visite de l'agglomération de Melun. Pour nuancer son gigantisme, il est structuré en univers bien repérés par une signalétique élégante, avec un grand espace « Bio & bien plus ». Si sa zone PGC se montre assez prudente, à l'exception d'une large allée centrale finissant sur une très belle cave, la zone marché s'impose facilement. D'abord surpris par sa relative pénombre, en raison d'un carrelage taupe et d'un éclairage tamisé, on s'y sent très bien une fois accoutumé. L'offre est qualitative, présentée de façon très professionnelle, avec beaucoup de frais-emballé, des îlots - outre

4<sup>e</sup>

Market Rubelles  
2 400 m<sup>2</sup>

**6,78/10**

Bien que très moyenne, l'exécution n'est pas catastrophique dans ce Market un peu ringard. Son implantation est surprenante mais son grand espace « bons plans et promos » témoigne d'un positionnement discount.

5<sup>e</sup>

Intermarché Melun  
1 700 m<sup>2</sup>

**6,74/10**

Malgré deux points forts, son personnel et ses prix, cet Inter n'entraîne guère l'adhésion. En dehors de ces deux items, il reste souvent parmi les élèves médiocres, notamment en matière de services.

6<sup>e</sup>

Carrefour Market Melun  
2 000 m<sup>2</sup>

**6,38/10**

Avec une belle façade, ce magasin de ville est pénalisé par ses faibles capacités d'accueil et l'absence de rayons traditionnels. Son manque de rigueur sur la fraîcheur et la propreté le place en dernière position.

4 <sup>e</sup>	<b>6,8</b>
4 <sup>e</sup>	<b>6,4</b>
5 <sup>e</sup>	<b>5,5</b>
3 <sup>e</sup>	<b>7,9</b>
4 <sup>e</sup>	<b>6,5</b>
5 <sup>e</sup>	<b>6,2</b>
3 <sup>e</sup>	<b>8,3</b>

5 <sup>e</sup>	<b>5,9</b>
1 <sup>er</sup>	<b>7,6</b>
5 <sup>e</sup>	<b>5,5</b>
4 <sup>e</sup>	<b>7,7</b>
5 <sup>e</sup>	<b>6,0</b>
6 <sup>e</sup>	<b>4,5</b>
2 <sup>e</sup>	<b>9,9</b>

6 <sup>e</sup>	<b>4,2</b>
2 <sup>e</sup>	<b>7,2</b>
4 <sup>e</sup>	<b>6,8</b>
5 <sup>e</sup>	<b>7,3</b>
6 <sup>e</sup>	<b>5,0</b>
4 <sup>e</sup>	<b>6,3</b>
4 <sup>e</sup>	<b>7,9</b>

## PALMARÈS

## LES MEILLEURS SCORES DEPUIS UN AN



**8,52/10**

Carrefour Villiers-en-Bière (77)



**8,45/10**

Leclerc  
Saint-Brice-Courcelles (51)



**8,25/10**

Super U Besançon (25)

les sushis – dédiés au traiteur de l'Asie ou italien, des fruits et légumes impeccables, un bar à coquillages devant la mer, etc. Bref, le flagship reconfiguré en 2016 (de façon trop dispendieuse au goût de l'actuel PDG Alexandre Bompard) continue de faire belle impression. Leclerc Dammarie-les-Lys suit de loin. Plus d'un point d'écart avec le premier, c'est assez rare dans le Qualiscope de Linéaires. Il faut dire que, face à Carrefour, cet hyper prend un sacré coup de vieux. Son offre trad est intéressante mais pâtit d'une mise en scène à l'ancienne. Malgré une animation assez présente, le point de vente se montre à la fois désordonné et, un peu, négligé.

Auchan Cesson laisse une impression légèrement plus favorable, quoiqu'un peu triste. Sa

cave à vins est minimaliste, ses vitrines froides sont embuées, voire ruisselantes. La zone marché remonte un peu le moral par la largeur de son offre, avec une marée à la fois fournie et très fréquentée. Mais ces efforts, visibles aussi en fruits et légumes ou en fromagerie, sont pénalisés par une communication trop discrète. Carrefour Market Rubelles présente une apparence très (trop ?) classique et ses rayons sont bizarrement organisés : épicerie et liquides à droite en entrée de magasins, non alimentaire en seconde partie. On n'y trouve pas de fromage à la coupe et peu de frais-emballés. Je n'y ai vu qu'une borne prix... qui ne fonctionnait pas. Reste qu'en matière de tarifs, le magasin se hisse en troisième position.

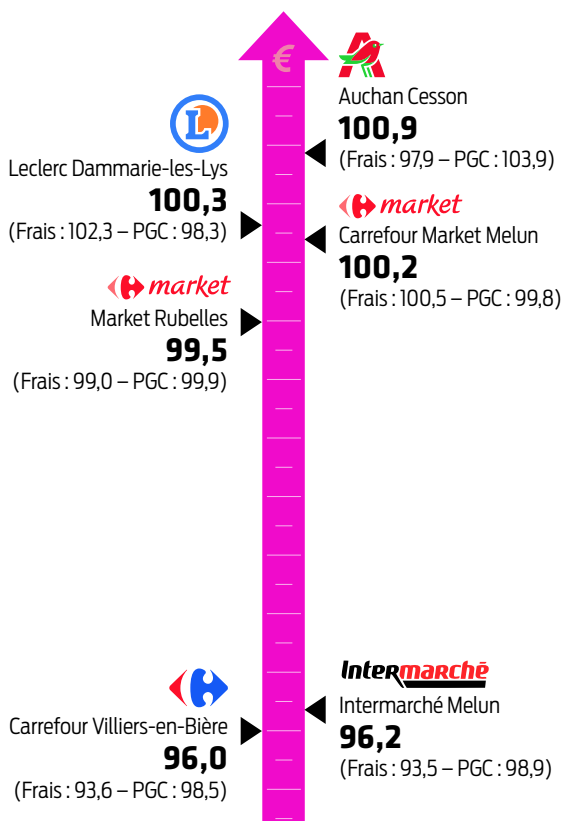
Intermarché Melun refroidit d'avance avec les néons désagréables de son univers LS. Sa zone marché corrige cette impression, avec des promos très attractives en fruits et légumes. Mais sa boucherie LS minuscule, sans rayon coupe pour compenser, encourage les amateurs de viande à aller voir ailleurs.

Carrefour Market Melun, enfin, ferme la marche malgré une image globale plus qualitative. Son renoncement aux rayons trad peut s'expliquer par la présence d'un marché couvert à ses portes le mercredi et le samedi matin. Mais son sol sale ou ses salades vertes en piteux état, eux, ne trouveront pas d'excuse. ●

**BENOÎT JULLIEN**

Enquête réalisée du 25 au 27 septembre 2019.

## LE PANIER LINÉAIRES



Pour les produits PGC au LS, les magasins sont comparés à la moyenne des six unités relevées sur la ville. Même chose pour les produits « zone marché », après calcul d'un indice de cherté en comparaison avec les relevés « RNM/France Agrimer » la même semaine sur les catégories concernées.

## CARREFOUR EN TÊTE

Carrefour premier sur les prix, c'est assez rare pour être souligné. Il distance Intermarché sur le libre-service et ne lui cède que 0,1 point sur les produits frais. On remarque notamment ses promos en fruits et légumes, à l'image des variétés de pommes à un euro le kilo. Intermarché se distingue d'ailleurs aussi par sa combativité en primeur.

## LECLERC DISTANCÉ

Les Carrefour Market de Rubelles et Melun arrivent à un équilibre tarifaire qui démontre une vigilance certaine. La place de Leclerc, en revanche, est une vraie surprise. Il sauve (de peu, nouveau SRP oblige) son leadership en PGC. Mais il se laisse joyeusement aller dans sa zone marché. Près d'un tiers de ses étiquettes sont 10 % plus chères que la moyenne !

## AUCHAN À LA TRAÎNE AU LS

Auchan reste dans la course en produits frais avec, lui aussi, beaucoup de promos en F & L. Mais il perd au moins 4 points sur ses concurrents au libre-service. Moins d'une référence sur cinq est en dessous de l'indice 100. Placé au nord de l'agglomération, tourne-t-il à ce point le dos à Melun et à son offre commerciale ?

## VENDEURS MUETS

Trois bornes jalonnent l'allée centrale d'Auchan Cesson. Elles permettent de consulter les prix (comme en rayon), elles relaient quelques opérations promo (« C'est Waaah !!! d'être fidèle ») et proposent de faire appel à un vendeur. Une façon, pourquoi pas, d'humaniser un peu les grands hypers... sauf quand elles sont en panne (une sur trois lors de mon passage).



## LA SÉLECTION DES BOUCHERS

« Sélectionné par nos bouchers » promet Leclerc sur quelques barquettes. Parce que les autres morceaux ne le sont pas ? Il s'agit en réalité d'une offre premium : ici des porcs nourris sans OGM et soignés sans antibiotiques après le premier âge. Le slogan de la gamme est d'autant plus maladroit que les barquettes sont conditionnées...



en Bretagne (dans une usine Leclerc, certes, mais ce n'est même pas dit sur l'étiquette).

## DES POMMES, DES POIRES, ET DES...?

On la voit de loin, la signalétique pomme-poire des fruits et légumes du Carrefour de Villiers-en-Bière. Manque de chance : elle balise une offre de pâtes et d'ananas. Un détail, certes, mais qui gâche un peu tous les beaux efforts de l'hyper pour vanter son professionnalisme sur les produits frais...





## LES FRUITS ET LÉGUMES EN GANTS BLANCS

Fruits et légumes d'exception : ne pas toucher ! Au Carrefour de Villiers-en-Bière, c'est une employée en gants blancs qui vous sert cette offre particulière, mieux que dans un primeur de quartier. L'exception, en l'occurrence, tient surtout à la maturité optimale des produits, ce qui explique leur fragilité. De fait, le rayon est bien tenu et les ventes ont l'air d'être au rendez-vous.



## BONNE PÂTE



Le rayon boul-pat d'Auchan Cesson occupe une place de choix dans l'hyper. Sans vente servie, mais avec une impressionnante galerie de portraits présentant toute l'équipe. Une trentaine de boulangers et pâtisseries posent fièrement sur les murs, donnant corps aux slogans comme « le plus grand choix de baguettes de Seine-et-Marne » ou « nos pains sont fabriqués et cuits sur place depuis 1977 ».

## UN CENTIME, C'EST TOUT?

Ah, l'étiquetage des prix avant-après... Carrefour Market continue d'y avoir recours massivement, ce qui donne lieu à des dérapages réguliers. Comment comprendre, ici, que le magasin s'extasie d'un effort aussi minime : un centime de baisse de prix sur la pâte Herta ? Sérieusement, qui a décidé qu'il fallait passer du temps à imprimer puis poser une telle étiquette ?



## ON A AIMÉ

### LE POTAGER SUR LE TOIT

À l'occasion de sa rénovation, Carrefour Villiers-en-Bière s'est doté d'un « potager pédagogique » de 1 000 mètres carrés sur le toit de son parking. Entretenu par le lycée agricole Bougainville de Briec-Comte-Robert, ce dernier destine sa production au restaurant « La Table » que l'hyper a aménagé à son étage. Il ne surjoue pas la communication à son égard, mais s'inscrit dans la logique d'agriculture urbaine qui tend à s'imposer dans la périphérie des grandes villes.

### L'ANIMATION NICKEL



Opération Sodebo chez Carrefour Villiers-en-Bière. Parfaitement agencé, l'espace s'apparente à un stand de salon professionnel et s'inscrit si bien à l'entrée de l'univers charcuterie-traiteur LS qu'on le prendrait pour un corner permanent. Renseignement pris, il ne s'agit pourtant que d'une animation pour quinze jours. Du beau boulot.

## ON N'A PAS AIMÉ

### LA PROMO INCOMPRÉHENSIBLE

En TG fruits et légumes, Leclerc Dammarie-les-Lys propose un sachet 1 kg de courgettes espagnoles à 1,69 €. Pas vraiment percutant, alors qu'on trouve déjà un autre sachet 1 kg de courgettes espagnoles à 1,49 € en fond de rayon, signé Eco+. De catégorie II, certes, mais combien de clients accordent de l'importance à ce critère ?