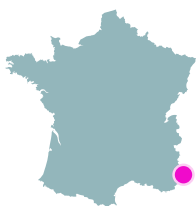


REPÈRES

- **Nice**
343 000 habitants
- **L'agglomération**
540 000 habitants
- **L'appareil commercial**
10 hypers
39 supermarchés
15 hard discount



1^{er}



Leclerc
Pont Michel
3 300 m²

7,85/10

Numéro un de justesse sur la zone, ce Leclerc prend quatre premières places dans notre palmarès, dont celle sur les prix. L'hyper est bien tenu mais présente des faiblesses, à commencer par une propreté défailante.

2^e



Leclerc
Saint-Isidore
6 000 m²

7,74/10

Rénové avec soin, ce point de vente réalise une performance homogène et adopte des initiatives originales. La majorité de sa zone marché propose une offre de qualité. Il lui manque seulement un peu d'audace.

3^e



Auchan
La Trinité
13 000 m²

7,70/10

Une première place sur le service et une dernière sur la fraîcheur témoignent d'une exécution inégale. Mais cet hyper est très animé et se distingue par des prix efficaces en produits frais. Sa rénovation devra être poursuivie.

Accueil	3 ^e	8,3	4 ^e	8,2	5 ^e	8,1
Compétence personnel	1 ^{er}	↑ 7,7	1 ^{er}	↑ 7,7	5 ^e	7,1
Confort	1 ^{er}	↑ 7,7	2 ^e	7,6	4 ^e	6,9
Fraîcheur	1 ^{er}	↑ 9,2	4 ^e	8,0	6 ^e	↓ 7,8
Propreté	6 ^e	↓ 6,5	1 ^{er}	↑ 8,3	2 ^e	7,7
Service	4 ^e	5,6	5 ^e	5,0	1 ^{er}	↑ 8,0
Prix	1 ^{er}	↑ 10,0	2 ^e	9,5	3 ^e	8,3

QUALISCOPE

Nice (06)

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.

Doublé de Leclerc sur l'agglomération niçoise. À l'exception de Monoprix, tous les hypers visités se tiennent d'assez près (moins d'un demi-point d'écart sur leur note moyenne), tant en termes de performances qualitatives que de prix. Leclerc Pont Michel prend la première marche du podium d'une courte tête. Ce point de vente laisse pourtant une impression mitigée. Partiellement rénové – un changement de carrelage et des toilettes dignes de ce nom seraient bienvenus –, il se montre sobre, avec un non-alimentaire restreint, sans stand marée ni fromagerie à la coupe. La charcuterie est regroupée avec la boucherie traditionnelle et l'offre de fromages frais-emballés reste très standardisée. On remarque un grand espace bio (avec les produits

4^e



Carrefour
Nice TNL
8 600 m²

7,55/10

Un peu vieillot mais très fréquenté, ce Carrefour attire la sympathie malgré des performances qualitatives un peu limite. La fromagerie propose des spécialités originales. On regrette des erreurs d'étiquetage.

1 ^{er}	↑	8,7
4 ^e		7,2
3 ^e		7,3
5 ^e		7,9
5 ^e		6,7
2 ^e		7,3
5 ^e		7,8

5^e



Carrefour
Lingostière
16 300 m²

7,42/10

Son avant-dernière place est à relativiser tant les cinq premiers magasins sont proches en performances. Mais le plus grand hyper de la zone déçoit. Exemple : deux bornes prix hors service et une indiquée, mais absente.

1 ^{er}	↑	8,7
3 ^e		7,4
5 ^e		6,7
2 ^e		8,9
3 ^e		7,4
5 ^e		5,0
4 ^e		7,8

6^e



Monoprix
Nice
3 150 m²

5,48/10

Bien que très fréquenté grâce à sa position centrale, ce Monoprix ne tire pas vraiment parti des atouts de son enseigne. Sa tenue négligée réduit à néant ses (quelques) efforts de présentation et de qualité produit.

6 ^e	↓	5,8
6 ^e	↓	6,3
6 ^e	↓	4,8
3 ^e		8,1
4 ^e		7,3
3 ^e		6,0
6 ^e	↓	0,0

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)

pour bébé d'ailleurs) ainsi qu'un univers fruits et légumes agréable. L'épicerie est très bien garnie et la boucherie LS organisée avec rigueur. Son homologue de Saint-Isidore est beaucoup plus moderne. Aéré et clair, il bénéficie d'une implantation originale avec une ligne de caisses en « L », reléguant l'épicerie et les liquides en bout de parcours, séparés de la zone marché par le DPH. La signalétique est élégante... mais pas toujours respectée : il faut viser les lardons pour trouver le traiteur de la mer ! Professionnel dans l'ensemble, mais pas convaincant à 100 %. Les extérieurs d'Auchan La Trinité étaient en pleins travaux lors de ma visite. On ne peut que lui souhaiter de poursuivre aussi à l'intérieur. Une déco un peu ringarde (les sempiternels bal-

lons gonflables) ne font que renforcer son côté vieillot et ses TG débordantes donnent une impression de fouillis. L'implantation des produits est parfois approximative et l'offre trad souvent tristounette. Relevant le niveau, les fruits et légumes mériteraient d'être mieux valorisés. Situé dans un centre commercial de centre-ville, Carrefour TNL est un magasin attachant et, d'ailleurs, jouissant d'une forte affluente dès le début de la matinée. Lui aussi mériterait un bon rafraîchissement. Mais son personnel se montre très accueillant : durant ma visite, j'ai pu constater à trois reprises sa sollicitude pour des clientes âgées. Son banc marée est attirant, agrémenté d'un vivier. L'autre Carrefour de Nice, Lingostière, est une

« grosse machine » de plus de 16 000 mètres carrés, réservant une grande place au non-al. Les opérations de picking pour le drive et de réassort s'y révèlent assez gênantes. Des produits sont difficiles à trouver, comme les plats cuisinés appertisés implantés non pas avec les autres conserves mais en bout d'allée de l'épicerie exotique. Un bon point toutefois pour la boucherie LS et sa double gamme bovine (Filière qualité Carrefour et standard). Monoprix, enfin, est largement distancé. Trop négligé, il compte surtout sur sa position (l'avenue Jean-Médécine est hyper-passante) pour assurer son trafic. ●


BENOÎT JULLIEN

Enquête réalisée du 16 au 18 octobre 2019.

LE PANIER LINÉAIRES

MONOPRIX ▶
Monoprix Nice
114,2
(Frais : 112,5 – PGC : 115,9)


Auchan La Trinité
97,7
(Frais : 95,3 – PGC : 100,1) ▶


Leclerc Pont Michel
94,3
(Frais : 92,2 – PGC : 96,5)



Carrefour Nice TNL
98,7
(Frais : 99,2 – PGC : 98,2)



Carrefour Lingostière
98,6
(Frais : 99,4 – PGC : 97,9)



Leclerc Saint-Isidore
95,4
(Frais : 95,4 – PGC : 95,3)

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.

LECLERC FIDÈLE A LUI-MÊME

À Nice, Leclerc justifie sa réputation. Pont Michel se montre particulièrement efficace dans ses rayons traditionnels. Un point plus cher, Saint-Isidore affiche quant à lui une homogénéité quasi parfaite entre ses PGC et ses produits frais. Même si leurs concurrents sont assez pugnaces, les deux indépendants dominent largement.

AUCHAN PERFORME SUR LE FRAIS

Auchan affiche un indice prix performant grâce à la combativité de sa zone marché. Sa marée joue bien de la promotion alors que les autres stands coupe affichent de nombreuses réductions. Mais ce sont surtout les fruits et légumes qui impressionnent avec près des trois quarts des étiquettes relevées inférieures à la moyenne et près de la moitié en dessous de l'indice 90.

QUELQUES DÉRAPAGES CHEZ CARREFOUR

Les deux Carrefour présentent des niveaux de prix comparables et globalement assez compétitifs. Mais l'on remarque quelques dérapages en produits frais où certains indices dépassent allégrement les 120 et ce, dans les deux magasins. Monoprix, fidèle à son positionnement, n'entre pas dans la compétition.

APÉRICUBE EN AMBIANT !

Chez Auchan La Trinité, les Apéricube sont présentés sur des étagères ambiantes fixées à un pilier du rayon frais. Techniquement, aucun problème. Commercialement, certains clients pourraient se méfier. Mais la marque gagne ainsi beaucoup de facings avec plus d'une vingtaine d'emplacements, ce qu'elle n'obtiendrait jamais dans un meuble réfrigéré.

**PAS LA FRITE...** ↓

Opération sur les pommes de terre en grand conditionnement à Carrefour TNL. Est-ce pour montrer son caractère exceptionnel que les palettes ont été à peine déballées ? La terre tombée au sol, c'est pour faire plus authentique ? Au beau milieu de l'univers fruits et légumes, ce triste spectacle n'est guère engageant.

ELLE EST PAS BELLE, MA LOTTE ? ↑

« Ce n'est pas très beau, en effet, mais cela montre bien que nous avons travaillé le produit nous-mêmes », m'explique fièrement le poissonnier de Carrefour TNL. Cette tête de lotte (voisine d'une tête de thon, avec la même logique) est un peu effrayante. Mais elle interpelle le client et souligne le professionnalisme de l'équipe. Un minimum, quand on est en bord de mer.



ET AVEC ÇA, ↑ QU'EST-CE QUE JE VOUS CUIS ?

Leclerc Saint-Isidore dispose d'un four vapeur à haute pression pour cuire à la demande coquillages et crustacés. Plus original, le magasin propose également de cuire du poisson : le jour de ma visite, une dorade accompagnée de petits légumes à 8,90 euros qui sera ensuite conditionnée dans une barquette. On commande au début de ses courses et on récupère son achat avant de passer en caisse.



LE PRIX NE FAIT PAS TOUT ↓



Oui, du caviar baeri italien à 500 €/kg, c'est un très bon prix. Même si tous les clients n'en ont pas conscience. Mais cela reste osé de la part de Carrefour TNL de le proposer dans de grandes boîtes de 100 g, donc à 50 € pièce. Et c'est surtout très maladroit d'afficher en grand ce prix, forcément dissuasif, en laissant en miniature toutes les autres informations : qui aura envie de s'approcher ?

1 €, C'EST TROP CHER ↑

Quand la concurrence travaille son image prix aux fruits et légumes avec des îlots à « moins d'un euro », Leclerc Saint-Isidore se place à... 0,95€. Un prix à la pièce, à chaque fois, pour des produits conditionnés : filets d'oranges, pommes en barquettes, mâche, brocoli, etc. L'ensemble est bien présenté, avec la signalétique propre au magasin. Efficace.



ON A AIMÉ

UN BEAU STAND



Belle réalisation au Leclerc Pont Michel avec ce stand de fraîche découpe accompagné d'un bar à olives et de fruits secs. Le tout est animé par un vendeur assez jovial qui vend bien l'article.

LA MAIRIE À LA CAISSE



À côté des caisses du Leclerc Saint-Isidore, une originale box « Stop mairie » propose d'aider les clients dans leurs démarches administratives. L'installation est aménagée par les pouvoirs publics régionaux avec le soutien de l'Union européenne.

ON N'A PAS AIMÉ

LA TROP BONNE AMBIANCE

L'ambiance est bonne au Carrefour Lingostière. Un peu trop même. Les vendeuses et vendeurs des rayons coupe semblent préférer s'apostropher gaiement plutôt que de s'occuper de leurs clients. Dans une allée de l'épicerie, des employés ont installé une enceinte pour faire le réassort en musique. D'accord, on est dans le Sud... mais on se sentirait presque de trop !