

Résultats du trophée des consommateurs

MEILLEUR CENTRE AUTO DE L'ANNÉE 2026*

PAR IN MARKETING SL

PÉRIODE DU VOTE : 25/11/2025-10/12/2025

ENQUÊTE RÉALISÉE AUPRÈS DE CONSOMMATEURS FRANÇAIS.

TOTAL ÉVALUATIONS REÇUES (HOMMES ET FEMMES DE + 18 ANS) : **4 500**

*DISTINCTION FONDÉE SUR UNE ENQUÊTE CONSOMMATEURS. MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE DANS LE PRÉSENT RAPPORT.



Meilleur Centre Auto 2026

décerné à :



IN MARKETING SL
& QUISONTLESMEILLEURES.COM

ERIC MERKES

A handwritten signature in black ink.

ÉLU PAR LES CONSOMMATEURS FRANÇAIS

DISTINCTION FONDÉE SUR UNE ENQUÊTE CONSOMMATEURS INDÉPENDANTE. NE CONSTITUE PAS UNE CERTIFICATION RÉGLEMENTAIRE



Lauréat 2026

01

QUI SOMMES-NOUS ?

Qui sommes-nous ?

IN Marketing Survey, filiale de INMA StratMarketing, est une entreprise spécialisée dans le domaine des enquêtes de consommateurs.

Inma imagine, crée et développe des élections de consommateurs depuis de nombreuses années, en France, en Espagne, en Italie.

Notre objectif est de participer à l'amélioration des habitudes de ventes et d'achats.

Les consommateurs trouvent, grâce à nous, les enseignes qui s'engagent vraiment et donnent le maximum pour les satisfaire.

Notre logo constitue un repère de confiance pour les consommateurs et les oriente vers des enseignes, marques reconnus par leurs clients.

Les enseignes qui remportent nos élections sont plébiscitées par les consommateurs.

Elles peuvent s'enorgueillir de ce trophée et, grâce à notre logo, afficher dans leur communication cette marque de confiance, récompense méritée pour les efforts réalisés au quotidien.

Déontologie de la profession.

Nous sommes membres de AEDEMO, INSIGHTS + ANALYTICS ESPAÑA et de ESOMAR International.

La déontologie de notre métier est basée sur les directives de la charte internationale des études sociales et marketing (ICC/ESOMAR)

Nos principes de base sont :

- Organisation d'études indépendantes et libres de toute influence des marques ou enseignes.
- Respect de l'anonymat des personnes interrogées, et non divulgation des données collectées.
- Analyse des données et retranscription fidèle des avis et attentes des consommateurs



MÉTHODOLOGIE

—
FONCTIONNEMENT

02

02.1

MÉTHODOLOGIE

L'étude est réalisée selon une méthodologie indépendante, sans intervention des enseignes évaluées dans la collecte, l'analyse ou l'interprétation des résultats.

Le concours est basé sur une enquête menée auprès des consommateurs, évaluant les enseignes ou marques selon **huit ou dix critères**, en fonction de la catégorie étudiée. En parallèle, des contrôles sont réalisés afin de garantir la fiabilité et la représentativité de l'échantillon.

- **1.1 Détermination des finalistes**

Les consommateurs choisissent l'enseigne ou la marque qu'ils souhaitent évaluer sur le site

www.quisontlesmeilleures.com, à condition de l'avoir visitée ou testée au cours des **6 derniers mois**. Ils répondent à la question suivante : « *Quelle est votre marque ou enseigne préférée ?* ». L'ensemble des enseignes du secteur était éligible au vote initial.

Les trois enseignes ou marques les plus citées sont sélectionnées pour la finale. Le lauréat de l'année précédente est automatiquement qualifié.

- **1.2 Enquête finale**

La phase finale repose sur l'analyse de **4 500 évaluations consommateurs**, réparties équitablement entre les trois finalistes (**1 500 répondants par enseigne**). Les données sont recueillies principalement via des enquêtes de rue, en sortie de magasin et dans des lieux de grand passage.

- **1.3 Pondération des réponses**

Conformément aux principes de la charte internationale **ICC/ESOMAR**, aucune pondération statistique n'a été appliquée. Les trois finalistes disposant d'un nombre strictement équivalent de questionnaires exploitables, seuls des contrôles qualité standards ont été réalisés (cohérence des réponses, exclusion des questionnaires incomplets ou incohérents, respect de l'anonymat).

Les résultats présentés reflètent fidèlement et sans ajustement l'opinion exprimée par les consommateurs interrogés.



02.2

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

L'évolution des outils d'intelligence artificielle (IA) et de leurs applications dans l'analyse des comportements consommateurs contribue à faire évoluer les méthodes d'exploitation des études.

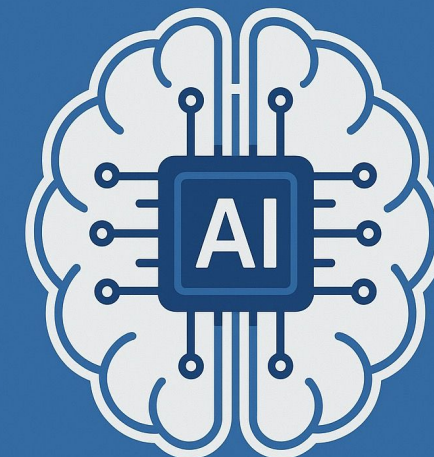
Dans le cadre de cette étude, l'IA est utilisée pour **faciliter le traitement, l'organisation et la lecture des données collectées**, et pour **renforcer les contrôles de cohérence et de qualité des réponses**.

Depuis 2024, IN Marketing Survey a développé un agent d'intelligence artificielle propriétaire, spécifiquement conçu pour le **traitement technique et l'analyse des évaluations consommateurs** dans le secteur de la distribution.

Cet agent IA intervient notamment sur :

- l'analyse sémantique des réponses libres, afin d'identifier les thématiques récurrentes, attentes et points de vigilance exprimés par les consommateurs ;
- l'analyse statistique descriptive, visant à observer des tendances et profils de sensibilité aux différents critères évalués ;
- l'agrégation technique des données et la vérification de la cohérence statistique des résultats.

Les outils d'intelligence artificielle sont **exclusivement utilisés à des fins d'analyse, d'assemblage technique, de contrôle de cohérence et de lecture des données, sans modification des réponses ni des scores attribués par les consommateurs**, et sans intervention sur le contenu du questionnaire ou sur les résultats finaux.



03

LE RAPPORT D'ÉTUDE

"UN RAPPORT CLAIR ET CONCIS EST SOUVENT PLUS PUISSANT QUE DES MILLIERS DE MOTS INUTILES."
— *WINSTON CHURCHILL*

03.1

LE RAPPORT D'ÉTUDE

Préambule

INMA est heureuse de vous présenter les résultats de cette enquête consommateurs.

Le présent rapport d'étude concerne les **trois enseignes finalistes**, sélectionnées par les consommateurs français. Chaque édition met en lumière de nouveaux enseignements et évolutions des attentes clients.

À travers l'ensemble de ses études consommateurs, INMA analyse chaque année les évaluations portant sur plus de **600 enseignes**, représentant plus de **120 000 évaluations**.

Cette étude met en évidence les motivations, tendances et habitudes d'achat exprimées par les consommateurs.

Félicitations au lauréat et à l'ensemble des participants.

Des questions essentielles

Quelles enseignes répondent le mieux aux attentes des consommateurs ? Quelles enseignes présentent des niveaux de satisfaction plus contrastés ?

Les réponses apportées permettent de mieux appréhender la dynamique concurrentielle du marché.

À partir des réponses exprimées par les consommateurs, INMA propose une analyse indépendante, offrant une lecture structurée et fiable des résultats.

Cette étude constitue une cartographie à un instant donné, permettant d'identifier forces et axes de progression, et d'éclairer les stratégies futures en matière de satisfaction client.

Nous espérons que ces résultats vous accompagneront dans la définition de vos orientations stratégiques et dans le maintien d'un haut niveau de performance lors des prochaines éditions.

Bonne lecture.

VUE GÉNÉRALE

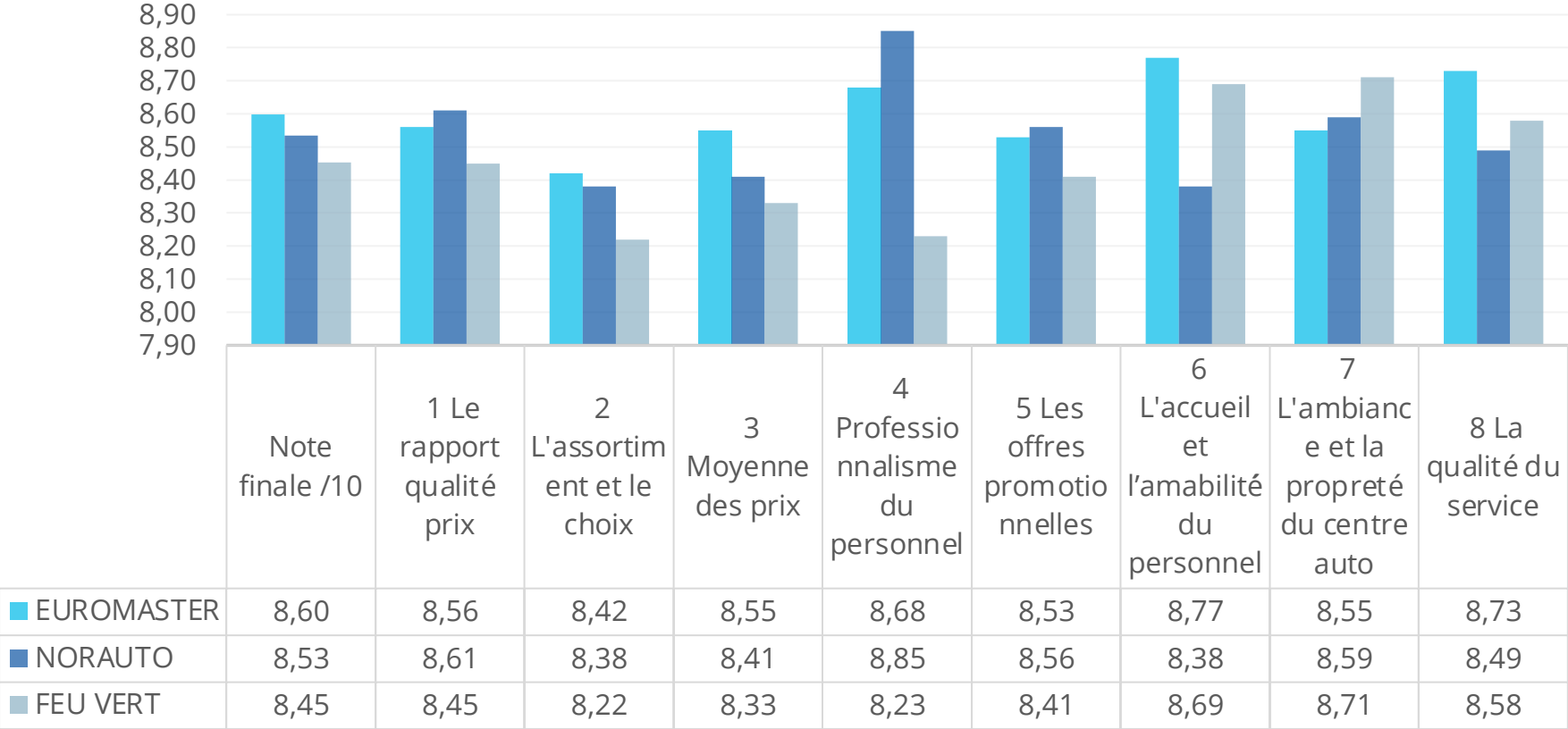
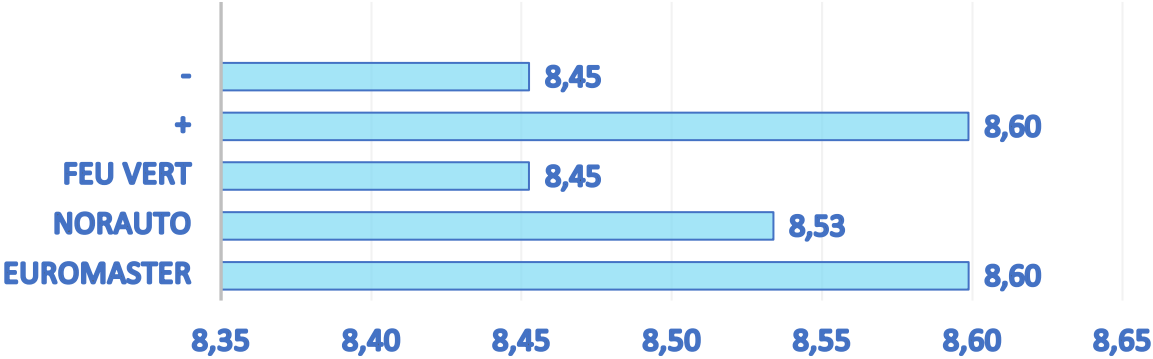
Avec une note finale de **8,60/10** , **EUROMASTER** remporte le trophée 2026.

	EUROMASTER	NORAUTO	FEU VERT	+	-
Note finale /10	8,60	8,53	8,45	8,55	8,45
1 Le rapport qualité prix	8,56	8,61	8,45	8,61	8,36
2 L'assortiment et le choix	8,42	8,38	8,22	8,42	8,22
3 Moyenne des prix	8,55	8,41	8,33	8,55	8,33
4 Professionnalisme du personnel	8,68	8,85	8,23	8,85	8,23
5 Les offres promotionnelles	8,53	8,56	8,41	8,56	8,33
6 L'accueil et l'amabilité du personnel	8,77	8,38	8,69	8,77	8,38
7 L'ambiance et la propreté du centre auto	8,55	8,59	8,71	8,71	8,55
8 La qualité du service	8,73	8,49	8,58	8,73	8,49
Ranking	1	2	3		
Evaluations reçues	1500	1500	1500		

Lauréat



EVALUATION FINALE



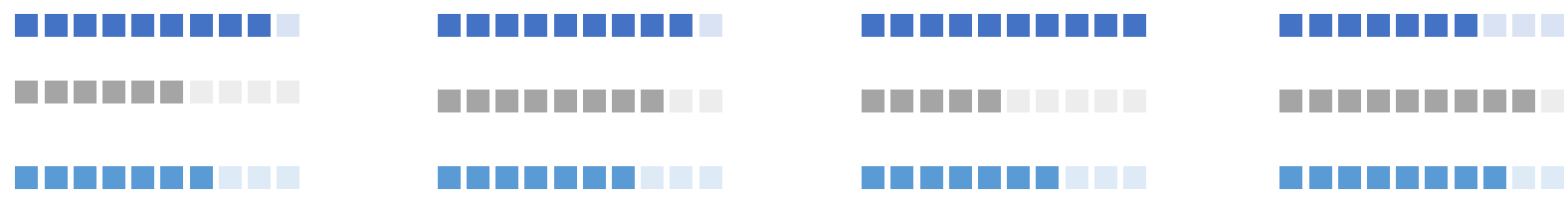
1er - 8,60 /10
2 e - 8,53 /10
3 e - 8,45 /10

NOTES PAR CRITÈRES

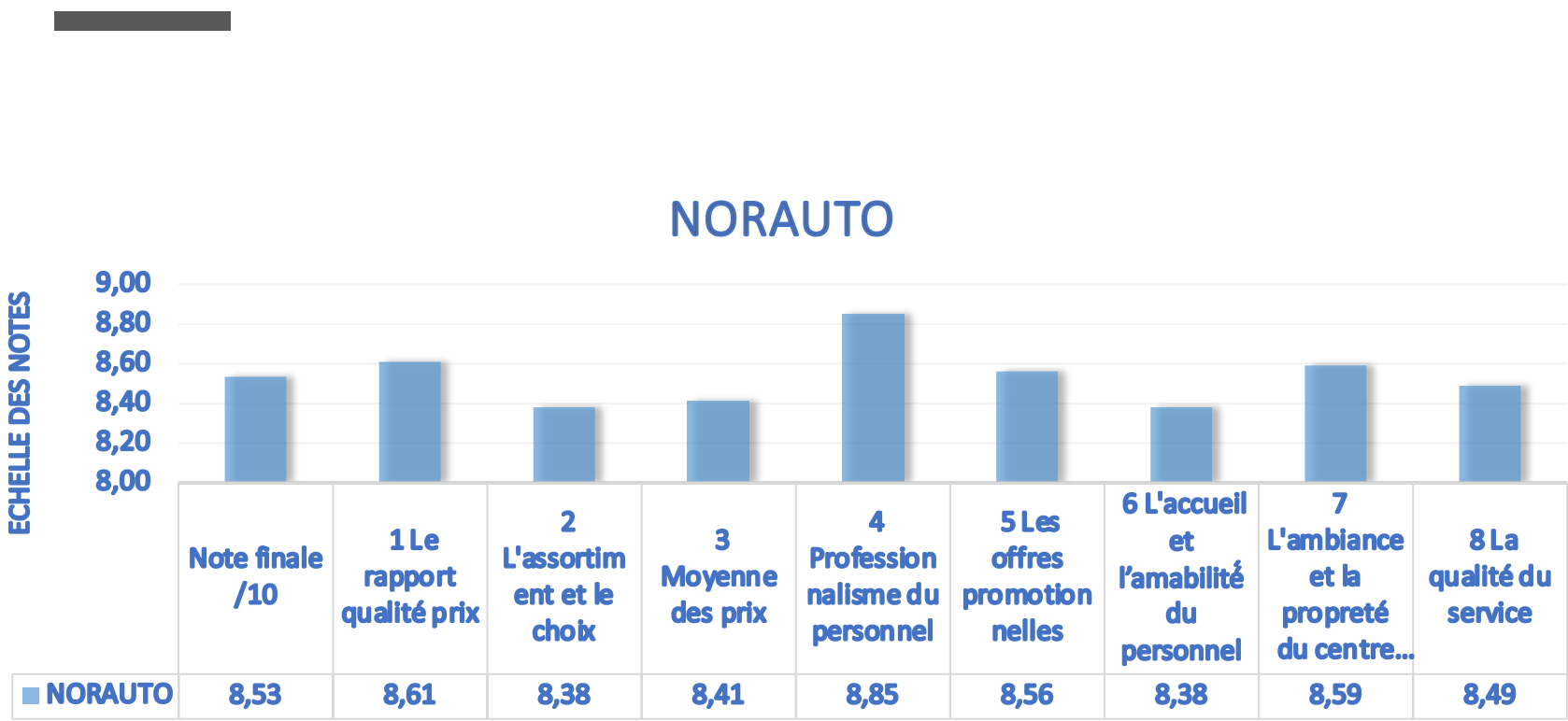


LAURÉAT

8,60 /10



NOTES PAR CRITÈRES

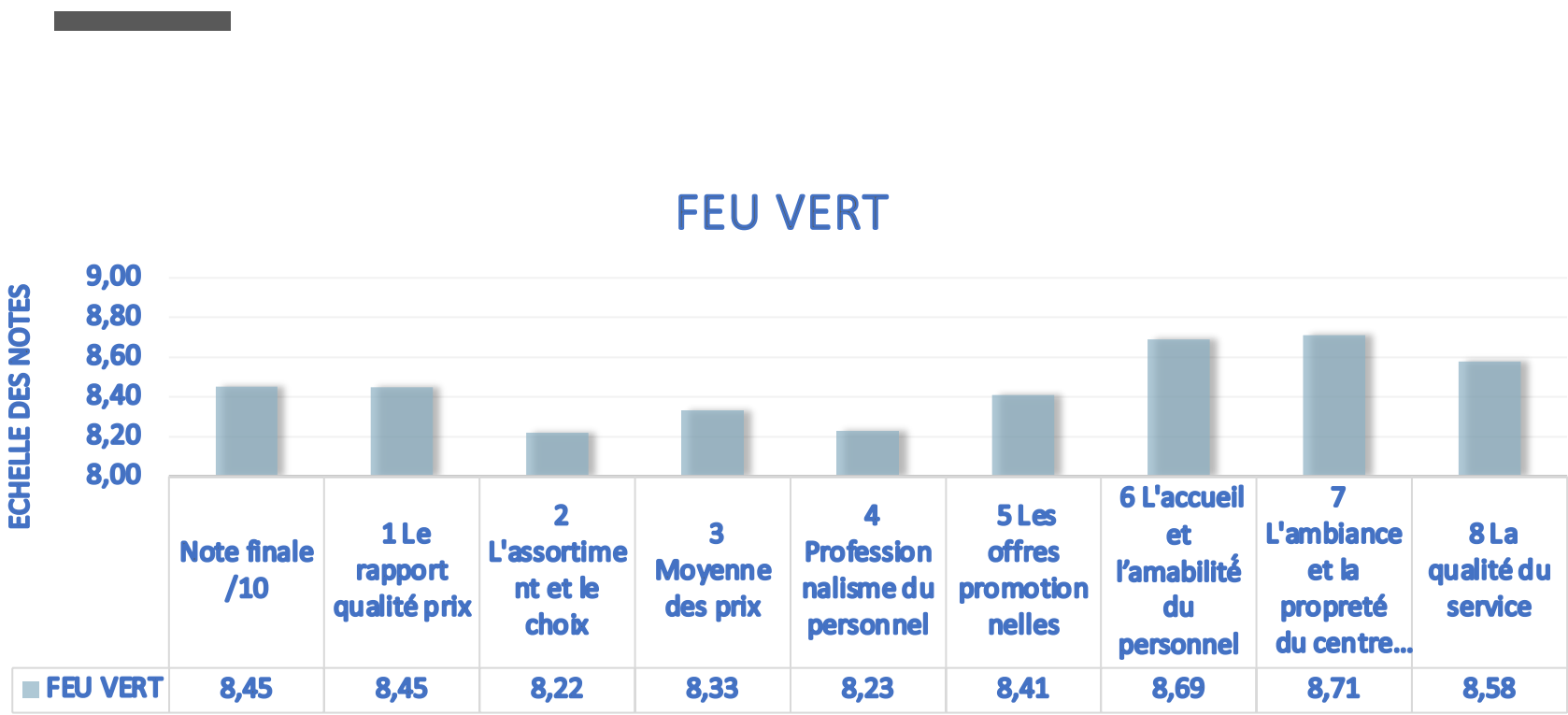


Norauto

8,53 /10



NOTES PAR CRITÈRES



Feu Vert

8,45 /10



04

QUESTIONNAIRE MEILLEUR CENTRE AUTO DE L'ANNÉE

- **Échantillon : 4 500 évaluations – 8 questions**

Barème de notation : 1 = Très insatisfaisant / 10 = Excellent

- **1 Rapport qualité / prix**

Pensez-vous que la qualité des prestations (entretien, réparations, conseils) et des produits proposés par ce centre auto est à la hauteur du prix payé ?

- **2 Assortiment et choix**

Ce centre auto propose-t-il un choix suffisamment large, varié et adapté de produits et services automobiles (pièces, accessoires, pneumatiques, entretien, réparations, etc.) ?

- **3 Moyenne des prix**

Comment évaluez-vous le niveau moyen des prix pratiqués par ce centre auto par rapport à vos attentes et à ceux des autres centres auto ?

- **4 Professionnalisme du personnel**

Comment évaluez-vous les compétences techniques, les connaissances automobiles et la capacité de conseil du personnel de ce centre auto ?

- **5 Offres promotionnelles**

Comment jugez-vous la pertinence, la fréquence et l'attractivité des offres promotionnelles proposées par ce centre auto ?

- **6 Accueil et amabilité du personnel**

Comment jugez-vous la qualité de l'accueil et l'amabilité du personnel lors de votre passage ou de vos échanges avec ce centre auto ?

- **7 Ambiance et propreté du centre auto**

Comment évaluez-vous la propreté, l'organisation, le rangement et l'ambiance générale du centre auto lors de votre visite ?

- **8 Qualité du service**

Comment jugez-vous la qualité globale du service rendu par ce centre auto (prise en charge, respect des délais, clarté des explications, satisfaction globale) ?

8

QUESTIONS
PRÉCISES

LES CRITÈRES : QUI SE PLACE #1 ?

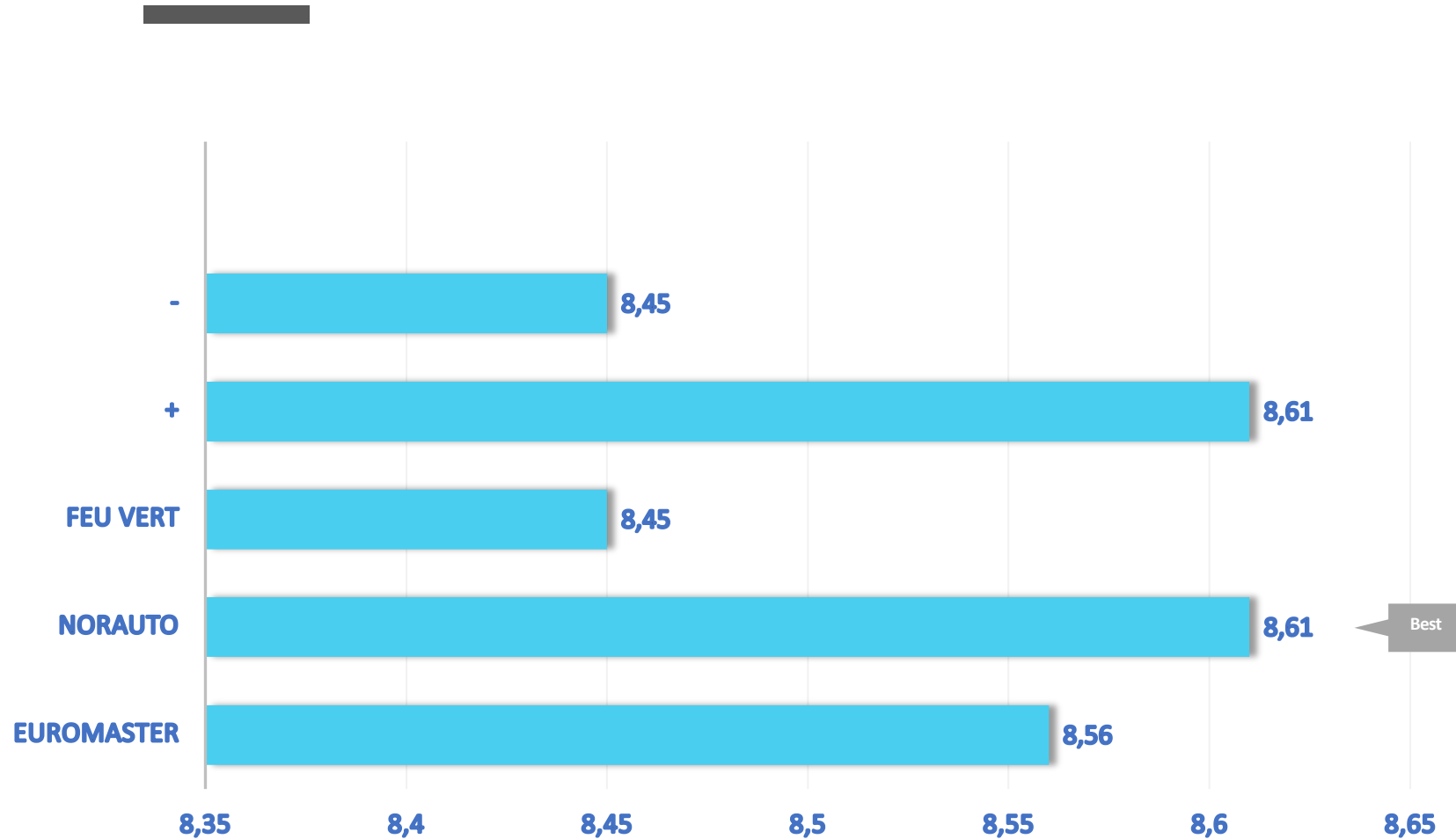


NOTE :
EUROMASTER : obtient la meilleure note pour 4 des 8 critères.
NORAUTO : 3 critères.
FEU VERT : 1 critère.



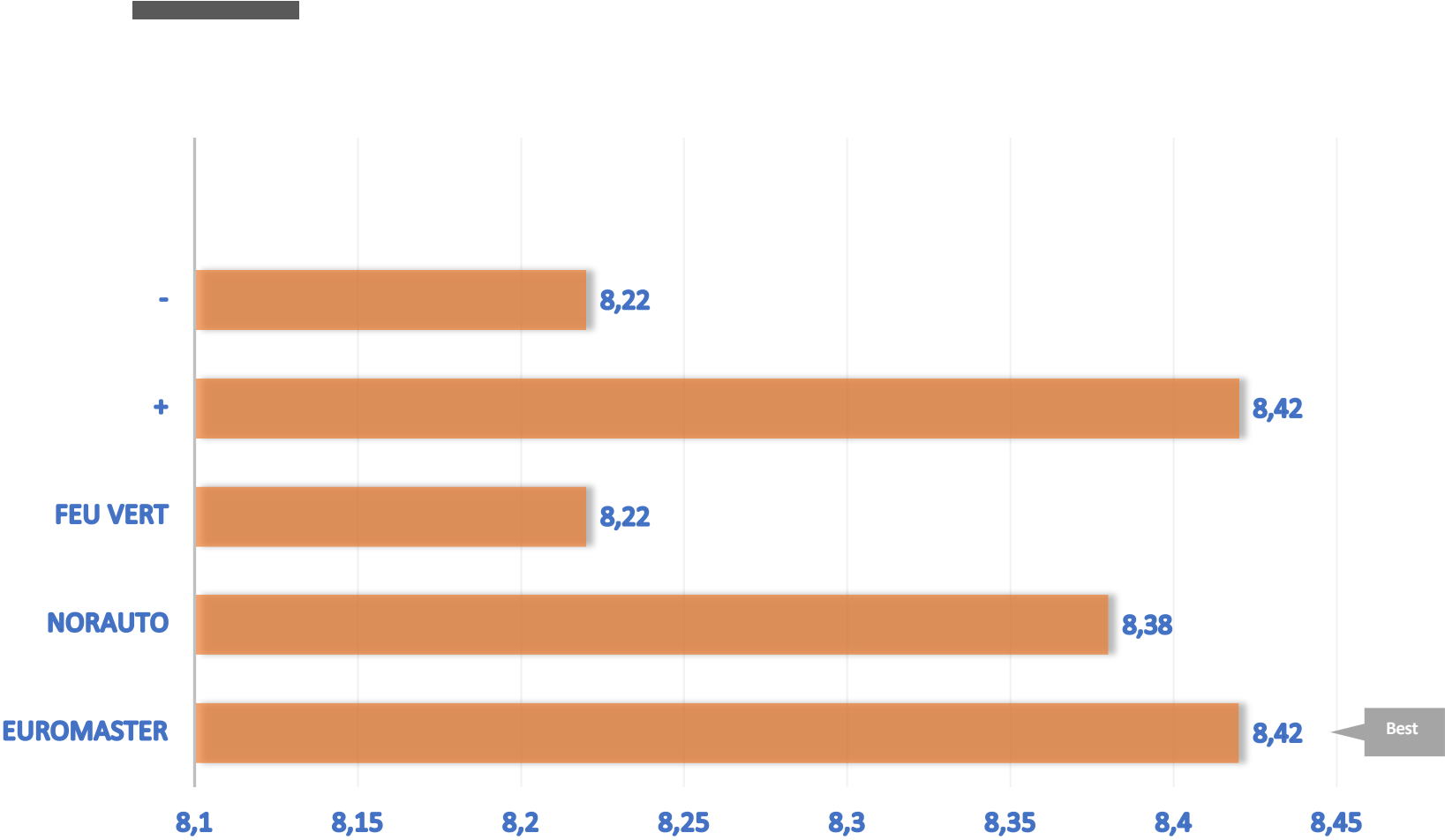
4 critères remportés

1 Le rapport qualité prix



Norauto
8,61 / 10

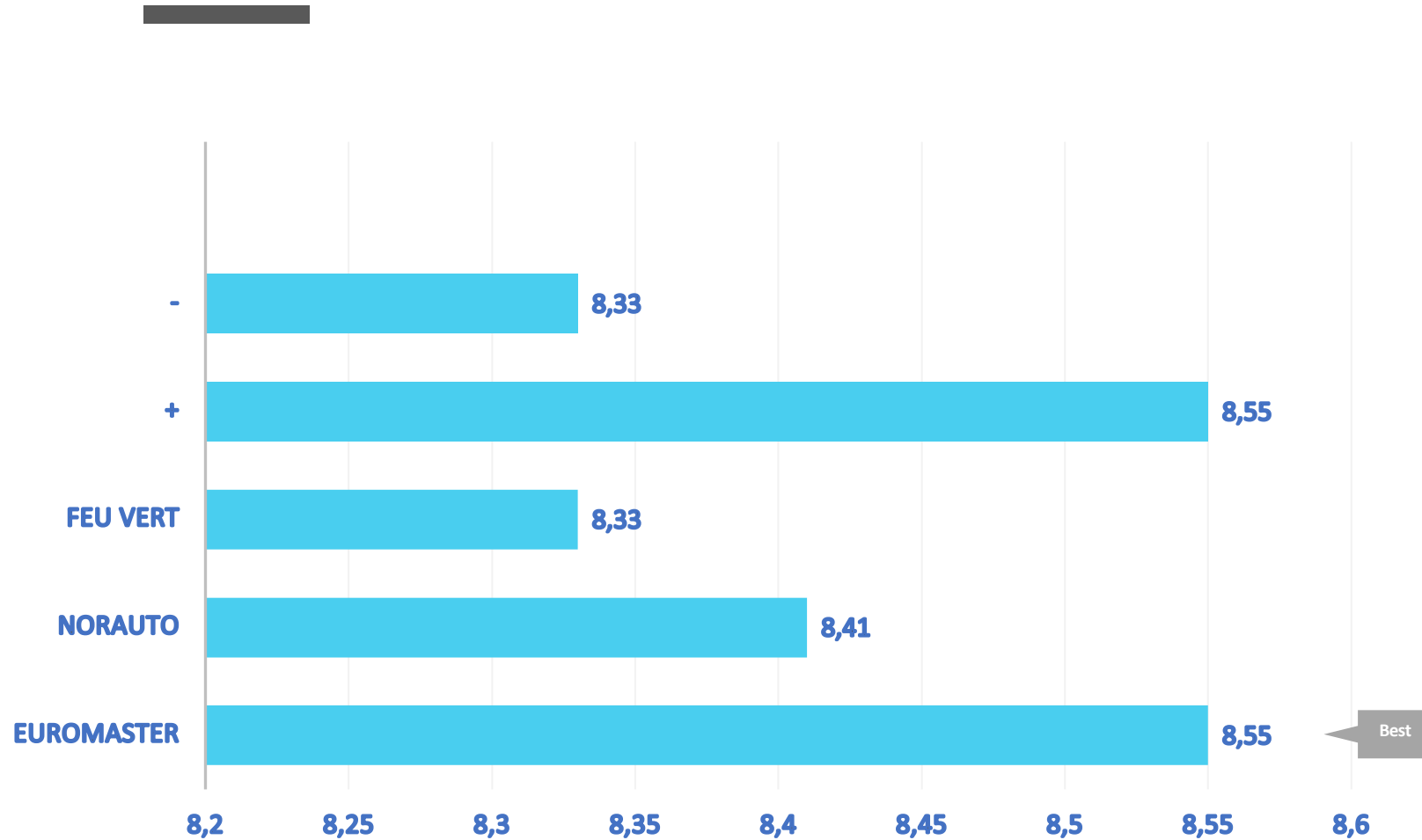
2 L'assortiment et le choix



 **EUROMASTER**

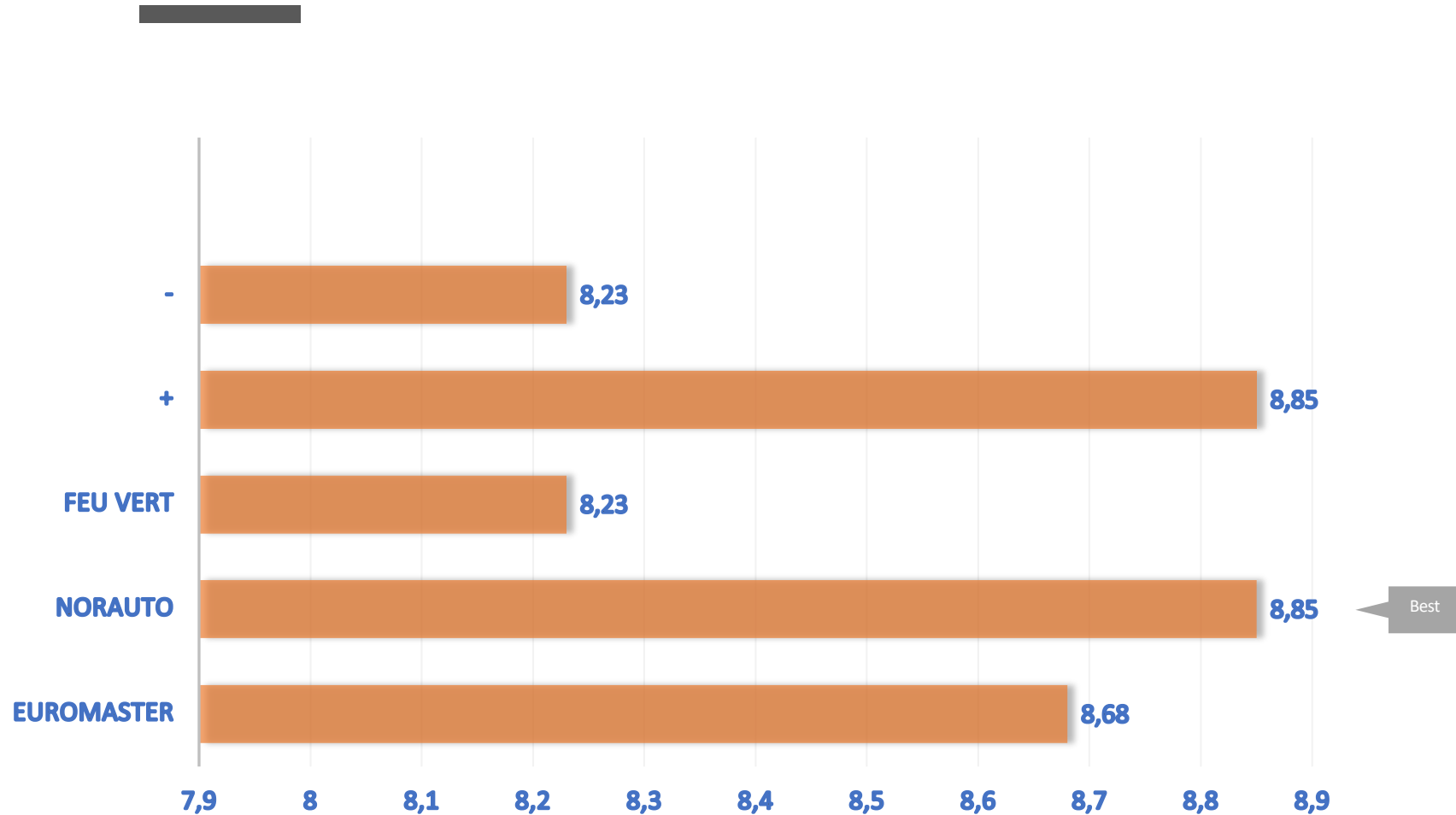
8,42 / 10

3 Moyenne des prix



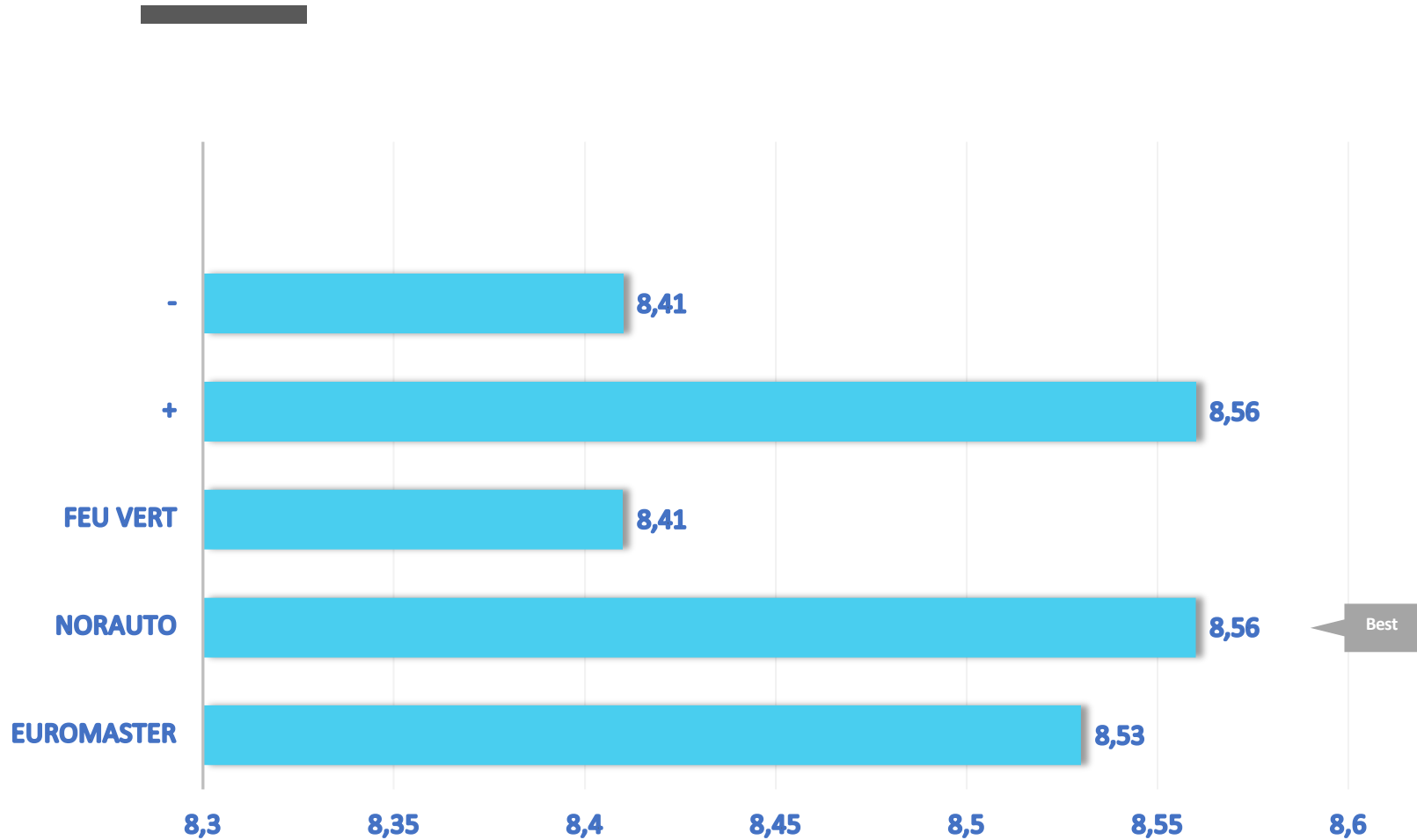
8,55 / 10

4 Professionnalisme du personnel



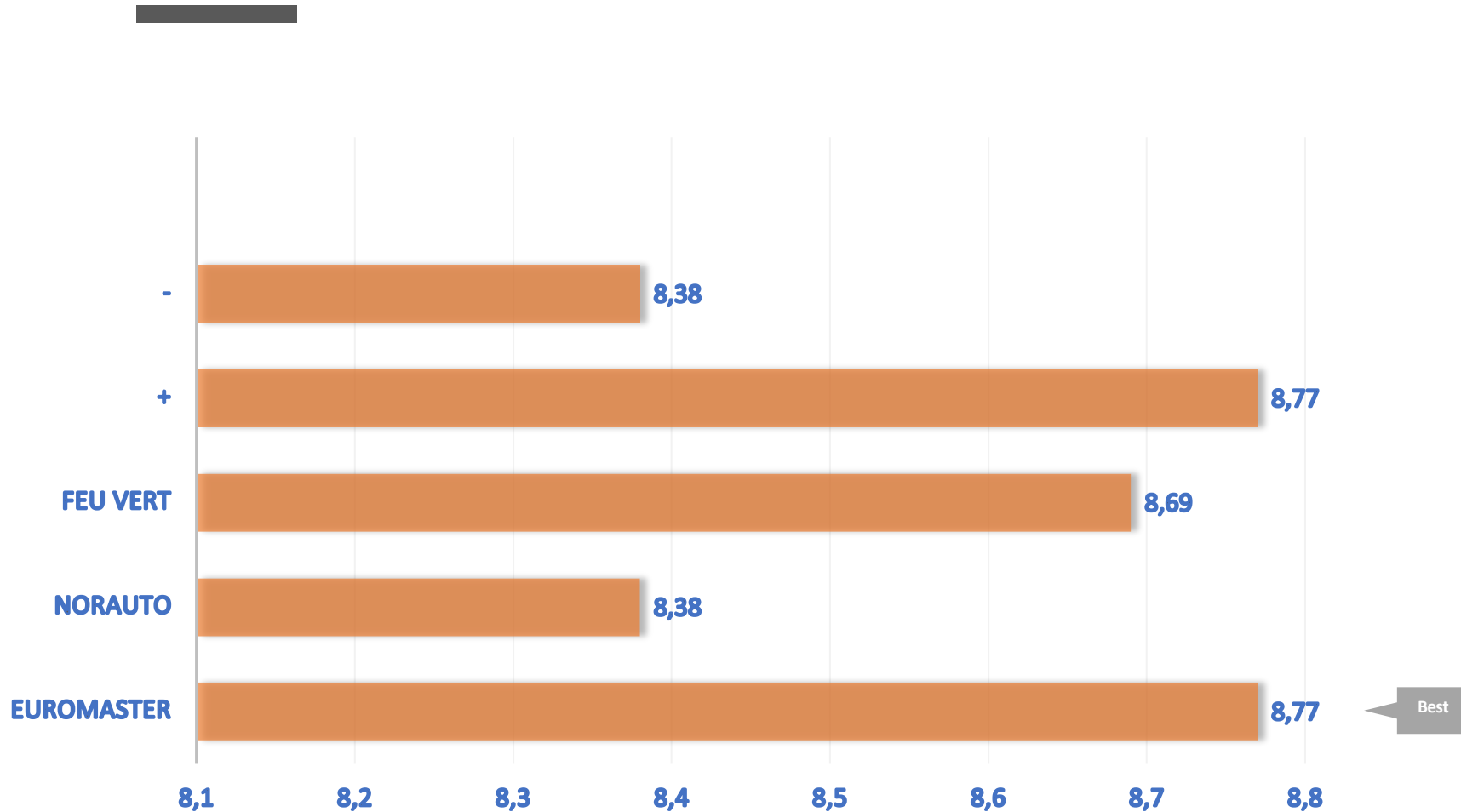
Norauto
8,85 / 10

5 Les offres promotionnelles



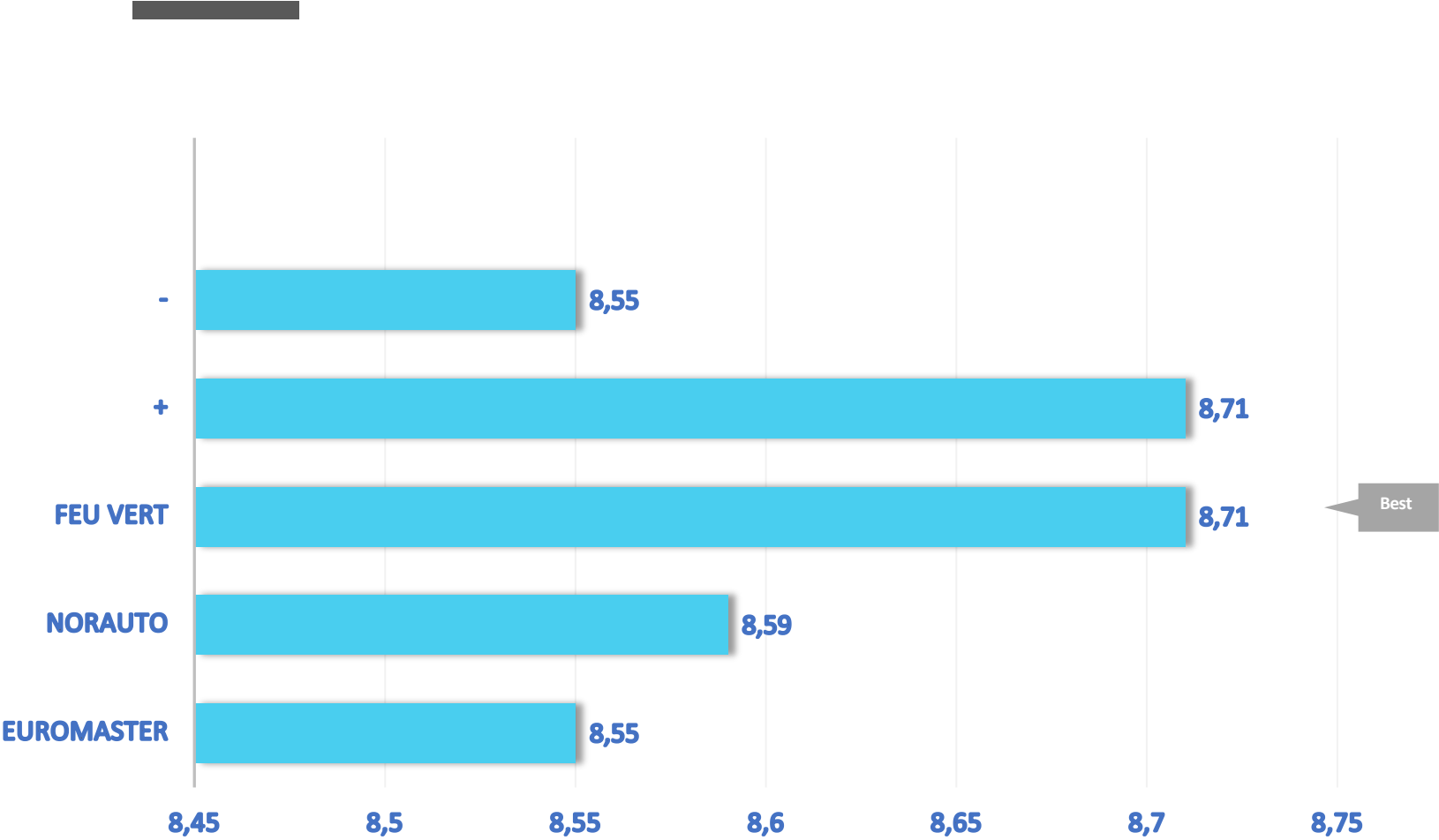
Norauto
8,56 / 10

6 L'accueil et l'amabilité du personnel



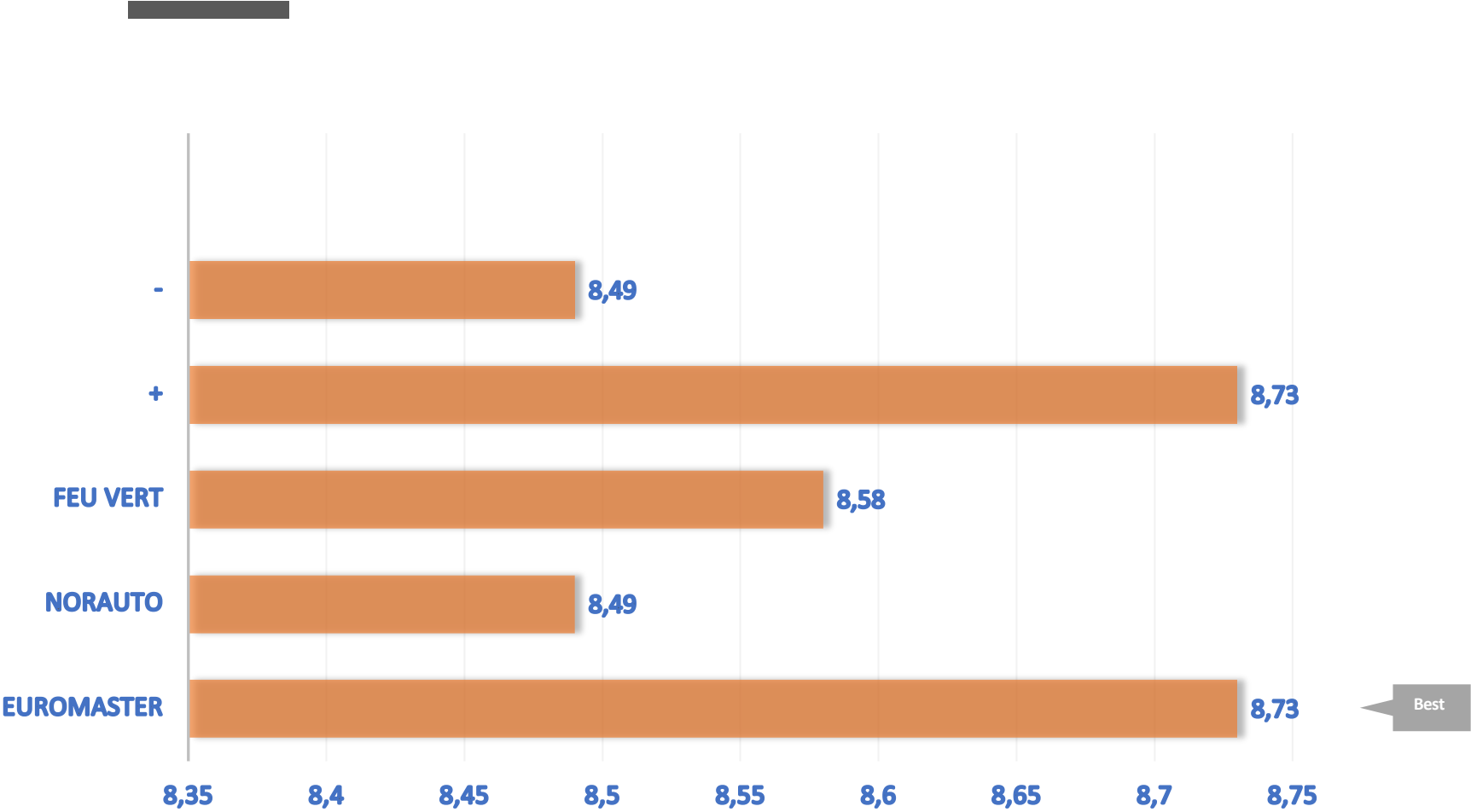
8,77 / 10

7 L'ambiance et la propreté du centre auto



Feu Vert
8,71 / 10

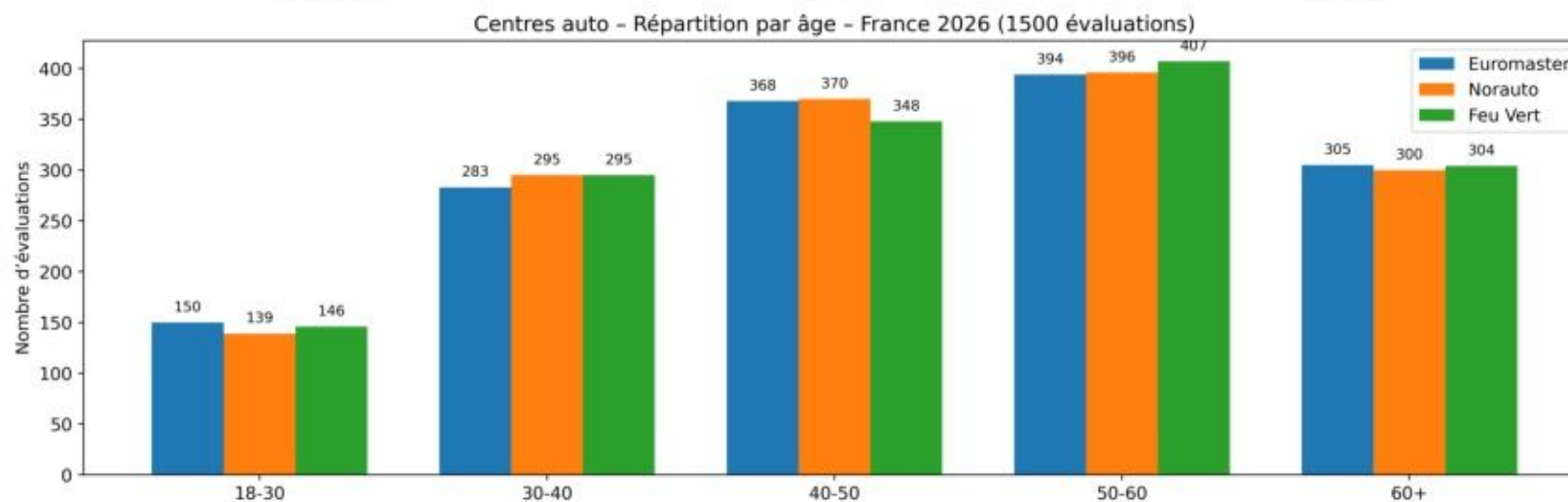
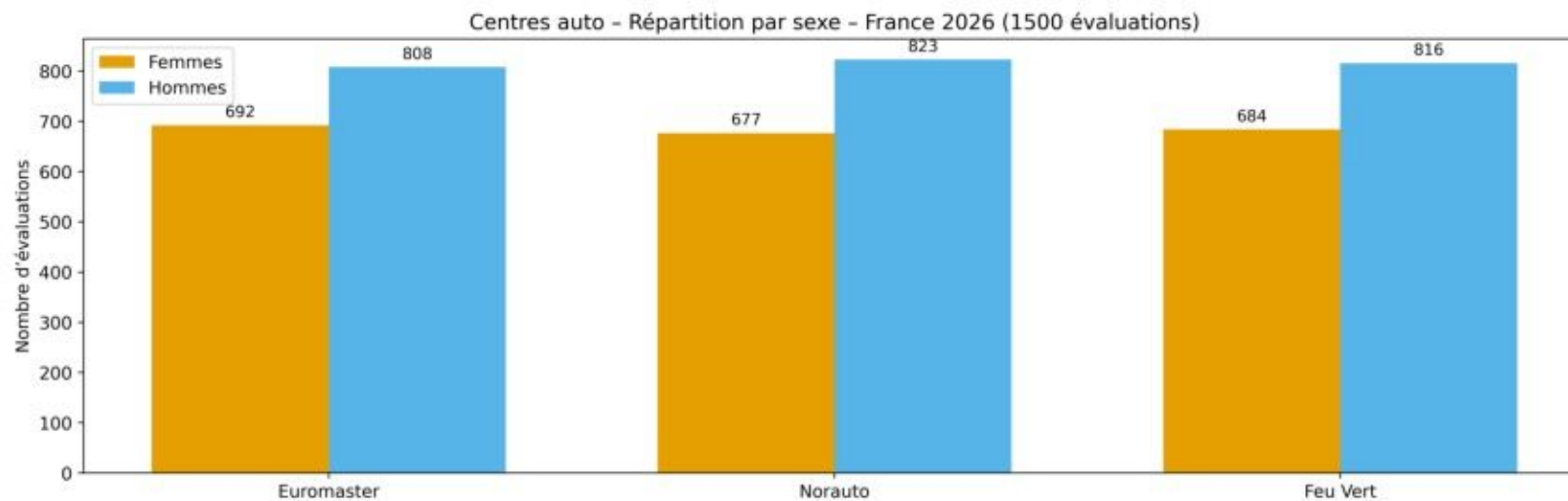
8 Qualité du service



 **EUROMASTER**

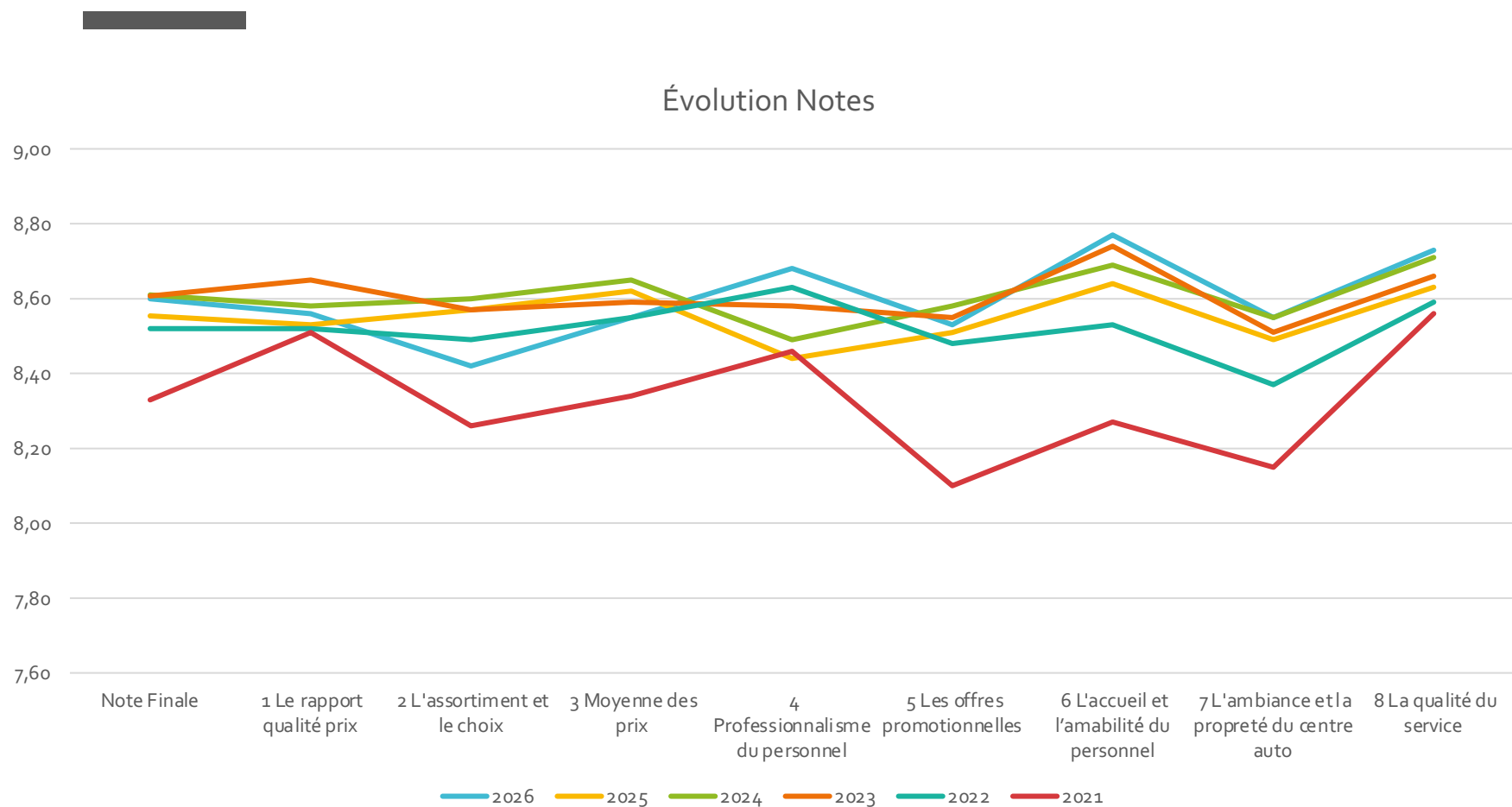
8,73 /10

Répartition des votes



Période du vote :
25/11/2025-
10/12/2025

Rappel des notes des précédentes éditions



CONCLUSION

ET ANALYSE

05

Analyse marketing – Stratégie de marque.

MEILLEUR CENTRE AUTO 2026

Dans un secteur très concurrentiel où les consommateurs comparent systématiquement les **prix**, la **qualité du service**, l'**accueil** et le **professionnalisme des équipes**, l'édition 2026 révèle des tendances fortes : besoin de **réassurance technique**, recherche de **prix justes et lisibles**, et volonté de vivre une expérience en centre **simple, efficace et fiable**.

EUROMASTER – La performance globale la plus équilibrée

Euromaster s'impose comme **lauréat 2026** grâce à ses excellents résultats sur les critères humains et la qualité d'exécution du service.

Forces (preuves par les notes) :

- Accueil et amabilité : **8,77**
- Qualité du service : **8,73**
- Professionnalisme du personnel : **8,68**
- Rapport qualité-prix : **8,56**

Faiblesses (preuves numériques) :

- Assortiment et choix : **8,42** (*plus faible note de l'enseigne*)
- Offres promotionnelles : **8,53**

NORAUTO – L'expertise la plus reconnue

Norauto se distingue par une perception très forte de **compétence technique**, qui tire la satisfaction globale vers le haut.

Forces (preuves par les notes) :

- Professionnalisme du personnel (meilleure note du panel) : **8,85**
- Rapport qualité-prix : **8,61**
- Offres promotionnelles : **8,56**
- Qualité du service : **8,49**

Faiblesses (preuves numériques) :

- Assortiment et choix : **8,38** (*plus faible ex æquo*)
- Accueil et amabilité : **8,38** (*plus faible ex æquo*)

FEU VERT – Une très bonne expérience "centre", mais des fondamentaux à renforcer

Feu Vert bénéficie d'une excellente perception de l'**expérience sur place**, mais reste en retrait sur des critères structurants liés à l'offre et à l'expertise.

Forces (preuve par la note) :

- Ambiance et propreté du centre auto : **8,71** (*meilleur score de l'enseigne*)
- Accueil et amabilité : **8,69**

Faiblesses (preuves numériques) :

- Assortiment et choix : **8,22** (*plus faible note du panel*)
- Professionnalisme du personnel : **8,23**
- Moyenne des prix : **8,33**

👉 **Euromaster** bénéficie d'un positionnement rassurant et expert. Les principales marges de progression se situent davantage dans la visibilité et l'animation commerciale, le cœur du service affichant déjà des niveaux de satisfaction élevés et homogènes.



Pistes stratégiques de valorisation

Recommandations :

Pistes stratégiques de valorisation – Euromaster

- ✓ Lancer une campagne nationale « **Élu MEILLEUR CENTRE AUTO 2026 par les consommateurs français** » sur l'ensemble des points de contact : vitrines, affichage local, presse, web, réseaux sociaux et télévision.
- ✓ Mettre en avant les **critères les mieux notés**, véritables piliers du leadership d'Euromaster :
 - Accueil et amabilité (8,77)
 - Qualité du service (8,73)
 - Professionnalisme du personnel (8,68)
 - Rapport qualité-prix (8,56)
- ✓ Déployer en centre une **charte visible "Nos engagements service"**, directement inspirée des critères de l'étude (accueil, expertise, transparence, qualité d'exécution).
- ✓ Valoriser les équipes via un programme interne type **"Ambassadeurs Service 2026"**, récompensant les centres les mieux notés par les clients.
- ✓ Renforcer la **visibilité des offres promotionnelles** (critère le plus faible à 8,42) par une signalétique plus claire et pédagogique, sans dégrader l'image de qualité de service.

Pistes stratégiques de valorisation – NORAUTO

- ✓ Capitaliser sur le **professionnalisme du personnel**, critère n°1 du panel (8,85), comme axe central de communication et de réassurance.
- ✓ Mettre en scène l'**expertise technique** en centre : diagnostics expliqués, conseils personnalisés, pédagogie sur les interventions et les pièces.
- ✓ Valoriser le **rapport qualité-prix (8,61)** et la qualité du service (8,49) à travers des messages simples, orientés confiance et transparence.
- ✓ Améliorer l'**accueil et l'amabilité (8,38)** via des actions ciblées : posture relationnelle, prise en charge dès l'entrée, disponibilité en zone d'attente.
- ✓ Travailler la **lisibilité de l'assortiment (8,38)** pour éviter toute perception de complexité ou de choix contraint pour le client.

Pistes stratégiques de valorisation – FEU VERT

- ✓ Mettre en avant la **force principale de l'enseigne : l'ambiance et la propreté du centre (8,64)**, levier clé de réassurance et de confort client.
- ✓ Structurer et clarifier les **offres promotionnelles (8,15)**, perçues comme le principal point faible, notamment lors des temps forts commerciaux.
- ✓ Renforcer la **qualité du service en centre (8,32)** : clarté des explications, suivi client, respect des engagements annoncés.
- ✓ Travailler la **perception des prix (8,48)** et du **rapport qualité-prix**, en expliquant davantage la valeur des prestations réalisées.
- ✓ Déployer des actions de formation continue pour améliorer le **professionnalisme (8,23)** et l'**accueil (8,20)**, afin d'élever l'expérience globale.

Impact d'une distinction nationale reconnue par les consommateurs

Le logo officiel « **Élu MEILLEUR CENTRE AUTO 2026** » est un véritable accélérateur de confiance.

Issu d'une étude indépendante menée auprès de 4 500 consommateurs, il transforme immédiatement une reconnaissance consommateurs en avantage concurrentiel visible.

Dans un marché où les automobilistes hésitent, comparent et recherchent des repères fiables, ce logo joue un rôle clé :

il simplifie la décision, **rassure sur la qualité du service, et valorise l'expertise des équipes ainsi que le juste rapport qualité-prix.**

Présent sur vos supports — vitrine, devis, ticket, site web, email ou communication locale — le logo devient un signal fort, immédiatement compris, qui crédibilise votre promesse et renforce l'attractivité de l'enseigne.

5 BONNES RAISONS D'UTILISER LE LOGO DANS TOUTE COMMUNICATION

Crédibilité instantanée

4 500 évaluations consommateurs vérifiées font du logo un label reconnu, indépendant et immédiatement rassurant.

Réassurance décisive au moment du choix

Le logo déclenche un réflexe de confiance, particulièrement déterminant pour des prestations techniques ou engageantes.

Différenciation claire face à la concurrence

Dans un univers très concurrentiel, il met en avant ce qui fait la différence : service, accueil, professionnalisme et rapport qualité-prix.

Impact direct sur la performance commerciale

L'intégration d'un label consommateur reconnu renforce l'attention, améliore la mémorisation et favorise la conversion, en magasin comme en digital.

Fierté interne et dynamique d'équipe

Le logo valorise le travail des équipes, renforce l'engagement des collaborateurs et nourrit un sentiment de fierté collective.

Conseil pour maximiser l'impact à télévision

Afficher le logo dès les premières secondes de toute prise de parole visuelle (vidéo, affichage, digital), accompagné de la mention officielle :

« **Élu MEILLEUR CENTRE AUTO 2026** ».

Sur les supports imprimés (devis, tickets, vitrines, brochures, emails), le positionner en zone stratégique pour en faire un repère immédiat de confiance.

 **Résultat : meilleure mémorisation, hausse de la confiance perçue et préférence renforcée pour l'enseigne.**

4

Conclusion générale 2026

L'édition 2026 du trophée **MEILLEUR CENTRE AUTO de l'Année** illustre la transformation profonde d'un secteur désormais guidé par une exigence majeure : **inspirer confiance à chaque étape du parcours client**.

Dans un contexte marqué par la montée en puissance du digital, la comparaison systématique des offres et la recherche de prix justes, les consommateurs attendent des centres auto bien plus qu'une simple prestation. Ils recherchent un partenaire fiable, capable de les accompagner avec clarté, expertise et humanité.

L'enquête menée auprès de 4 500 Français confirme cette évolution : le choix d'un centre auto repose avant tout sur la qualité du service, la compétence des équipes, la transparence des tarifs et la capacité à instaurer une relation de confiance durable.

Les résultats 2026 mettent en lumière trois positionnements distincts :

- **EUROMASTER**, lauréat 2026, se distingue par l'excellence de son **service**, la qualité de son **accueil** et le **professionnalisme reconnu de ses équipes**.
- **NORAUTO** affirme sa force historique : une **expertise technique** fortement perçue, véritable repère pour les automobilistes.
- **FEU VERT** s'appuie sur une **expérience en centre agréable**, tout en disposant de leviers clairs pour renforcer son niveau de service.

Ces performances reposent sur trois piliers essentiels :

- **La confiance**, socle de toute relation durable.
- **L'efficacité opérationnelle**, attendue sur chaque intervention.
- **La dimension humaine**, désormais décisive dans l'acte de choix.

Plus que jamais, les Français n'attendent pas seulement un réparateur : ils veulent un **repère**, un **engagement**, une **preuve tangible de qualité**.

Le trophée **MEILLEUR CENTRE AUTO de l'Année 2026** devient ainsi un marqueur fort de préférence, révélateur des attentes actuelles et futures du marché.

Félicitations aux trois enseignes finalistes.

Rendez-vous en 2027 !


Votre trophée enregistré sur la Blockchain

Une première en France !

INMA est le premier institut d'études marketing à inscrire ses trophées sur la blockchain, comme le font les crypto-monnaies (Bitcoin, Ethereum) ou les systèmes de traçabilité alimentaire et de certification d'œuvres d'art. Cette technologie permet d'archiver à vie un certificat numérique, assurant l'immutabilité du palmarès final, la preuve de la date d'émission, et l'origine des données agrégées.

Le lien horodaté authentifie le palmarès déclaré, sa source (4500 évaluations) et sa période de validité.



 Scannez le QR Code pour accéder au registre horodaté.


Ou


 Consultez le certificat officiel :


<https://polygonscan.com/tx/ox5808fbf26df7a45a720a4d9e186d43ecb8e0940827f4653cfod56bdc81d56bba>






 Send your message, advice, and suggestion at merkes@stratmarketing.es

 Avenida Sofia 18
ES 08870 Sitges

 Give us a call at
+34 658 371 371

Follow and like us
 <https://www.linkedin.com/in/inmastratmarketing/>

 HANK  OU!



aedemo



&

ESOMAR
| member