



ATTACHEMENT, EXIGENCE, BESOIN DE RÉCONFORT : CE QUE RÉVÈLE L'OBSERVATOIRE 2026 DES MARQUES PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS

Chaque année, l'Observatoire des Marques Préférées des Français, réalisé avec OpinionWay, sonde 4900 Français sur le rapport qu'ils entretiennent à 1300 marques. Cette édition 2026 est riche d'enseignements :

- La **cote d'amour** moyenne des marques (leur taux de « j'aime ») confirme sa reprise en atteignant son **plus haut niveau** depuis la période post-covid.
- Les marques sont plus que jamais un repère clé pour les Français : **81% des Français leur font confiance** et leur importance dans les arbitrages de consommation **gagne en intensité** (les Français qui y accordent une importance forte sont en hausse de + 3 points).
- Les marques agissent comme des **marqueurs identitaires**, au niveau générationnel comme géographique. « Dis-moi **quelles marques tu aimes, et je te dirai qui tu es** », pour ainsi dire !
- Les **marques gourmandes**, synonymes de réconfort, regagnent du terrain dans le TOP 30 avec **La Laitière qui revient en tête du palmarès**, marque française du quotidien des Français et authentique.
- Les Français expriment également vis-à-vis des marques des **attentes accrues en matière d'engagement et de prix**. Plus que jamais, le rapport des Français aux marques est donc le **reflet de leurs préoccupations – voire inquiétudes quotidiennes** !



LE REGARD DE L'EXPERT

« Dans un environnement marqué par les incertitudes économiques et géopolitiques, les marques alimentaires jouent un rôle particulier : elles incarnent des repères familiers et accessibles et des moments de partage au quotidien. Le retour affirmé des marques gourmandes dans le Top 30 peut ainsi être lu comme l'indice d'une recherche de réconfort, en réaction à un monde anxieux et instable »

Frédéric Micheau, Directeur général adjoint, OpinionWay

LE TOP 30 DE L'OBSERVATOIRE 2026



2	ST MICHEL
3	SAMSUNG
4	PANZANI
5	BIC
6	BONNE MAMAN
7	AMORA
8	BARILLA
9	MOULINEX
10	LUSTUCRU

11	AMAZON
12	LINDT
13	ALSA
14	LU
15	NESTLÉ DESSERT
16	GOOGLE
17	MAGNUM
18	LE PETIT MARSEILLAIS
19	DECATHLON
20	CRISTALINE

21	DANONE YAOURT NATURE
22	PRÉSIDENT
23	ELLE & VIRE
24	TEFAL
25	MAILLE
26	YOPLAIT
27	BOSCH
28	DUCROS
29	VAHINÉ
30	CÔTE D'OR

**Ce classement repose sur une appréciation de la marque au global – à distinguer des études Marques Préférées des Français par catégorie.*

En 2026, **La Laitière s'impose à nouveau en tête du classement** avec une belle progression de 6 places par rapport à l'an dernier. Déjà n°1 en 2017 et 2023, la marque confirme sa place unique à la croisée de la **gourmandise**, de la **qualité** perçue et de la référence à un **patrimoine évocateur**. Elle est suivie de **St Michel (n°2)** et de **Samsung (n°3)**, seule marque technologique sur le podium.

Cet attrait pour la gourmandise se confirme avec 4 nouvelles marques alimentaires qui font à nouveau leur entrée dans le top 30 cette année :

- Danone Yaourt Nature (n°21) et Yoplait (n°26), avec leurs yaourts réconfortants
- Ducros (n°28) et Vahiné (n°29), deux marques d'aide culinaire du groupe McCormick.

À l'inverse, Les Français sont également de plus en plus attachés aux deux géants du numérique **Amazon (+4 places)** et **Google (+ 6 places)** qui gagnent du terrain chaque année.

3 TENDANCES GÉNÉRALES

1. UNE REPRISE PROGRESSIVE ET TRANSVERSALE DE L'ATTACHEMENT

En 2026, la hausse de la cote d'amour des marques **bénéficie à tous les secteurs**. Cette dynamique s'apparente davantage à une consolidation qu'à un rebond, confirmant une reconstruction progressive du lien entre consommateurs et marques.

Les **niveaux d'attachement les plus élevés demeurent concentrés dans l'alimentaire** :

- Les marques d'épicerie affichent ainsi un taux de j'aime moyen de 47%
- Et les boissons, alcools et produits frais un taux de j'aime moyen de 45%.

Il faut noter que depuis 2024, **les croissances les plus marquées** concernent :

- La catégorie **hygiène / beauté / santé / mode** (+ 7 points)
- Les **services** (+3 points), qui prennent une part de plus en plus importante dans la vie quotidienne des Français.

2. DES CONSOMMATEURS PLUS EXIGEANTS : ENGAGEMENT ET PRIX EN PROGRESSION

D'année en année, les fondamentaux restent inchangés : le **goût** (pour les marques alimentaires), la **proximité**, la **confiance** et la **qualité** restent les **4 premiers facteurs de l'attachement** des Français pour les marques.

Mais en 2026, deux dimensions progressent sensiblement dans leur corrélation avec le fait d'aimer ou non une marque :

- L'**engagement** (+5 points de corrélation)
- Le **prix** (+2 points).

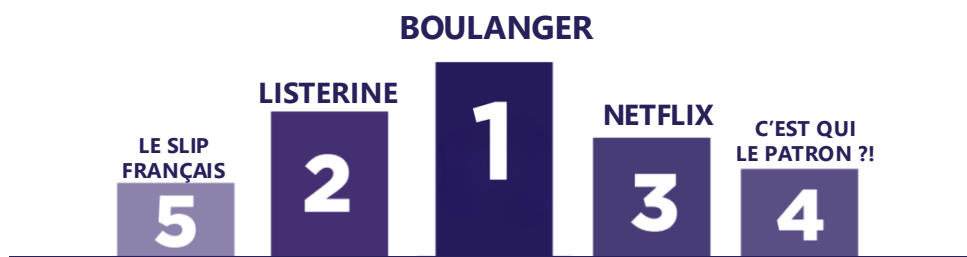
L'étude montre également que, pour les Français, engagement et prix ne s'opposent pas. Les consommateurs attendent à la fois des marques plus responsables et plus accessibles en termes de prix.

3. LES MARQUES, MIROIR GÉNÉRATIONNEL DES FRANÇAIS

Cette année, l'Observatoire permet une lecture particulièrement générationnelle des marques préférées des Français.

- Chez les **moins de 35 ans**, le divertissement numérique et l'alimentation plaisir dominent avec des marques comme **Burger King, Netflix, Milka, YouTube, Magnum ...**
- Chez les **plus de 35 ans**, les marques préférées traduisent un équilibre entre praticité et gourmandise familiale avec **La Laitière, Amazon, Bonne Maman, Panzani ...** Elles facilitent le quotidien et conservent en même temps une forte dimension plaisir.

LE TOP CROISSANCE 2026



- Parmi les marques qui affichent les plus belles croissances de la cote d'amour, on retrouve **Boulangier, C'est qui le patron ?** et **Le Slip Français** : trois marques françaises très dynamiques. Chacune a amorcé un ajustement stratégique ces dernières années (positionnement, communication, choix éthiques ...) et cela semble porter des fruits.
- Deux marques américaines occupent les 2^e et 3^e places : **Listerine** (bains de bouche antiseptique) et **Netflix**. La plateforme de divertissement est manifestement récompensée dans son choix de proposer de plus en plus de productions françaises dans l'Hexagone.

1.MÉTHODOLOGIE

Sondage réalisé online sur 1 300 marques du 6 au 21 janvier 2026 par l'institut d'études OpinionWay pour la récompense Marque Préférée des Français auprès d'un échantillon représentatif de 4 900 répondants français de 18 ans et plus.

Les répondants ont été soumis à une liste de marques avec leur logo et ils ont répondu à 2 questions :

- Parmi ces marques, quelles sont celles que vous aimez ? (1 réponse parmi 4 possibles : J'aime/ Je n'aime pas/ Ni l'un ni l'autre /Je ne connais pas).

- Comment qualifieriez-vous ces marques ? (1 à 7 réponses parmi : est une marque utile, engagée, digne de confiance, proche de moi, accessible, de qualité, innovante, aucun de ces qualificatifs)

Tendances et croissances comparées à L'Observatoire 2025 mené en janvier 2025 par OpinionWay sur 1 300 marques auprès d'un échantillon représentatif de 4900 répondants français de 18 ans et plus.

LES PODIUMS

En 2026, les marques apparaissent comme un révélateur particulièrement précis des priorités économiques, culturelles et générationnelles des Français !



1	L'ARBRE VERT
2	BIOCOOP
3	MAISON VERTE
4	C'EST QUI LE PATRON ?!
5	CHOCOLAT ETHIQUABLE

Pour la 5^e année consécutive, **L'Arbre Vert** domine ce classement des marques considérées comme les **plus engagées**. Biocoop et Maison Verte conservent leurs places. **C'est qui le patron ?!** et **Chocolat Ethiquable**, deux marques qui ont bâti leur raison d'être autour d'une meilleure rémunération des producteurs, font leur entrée cette année sur ce podium : signe que l'engagement attendu des marques ne se limite plus au registre environnemental mais s'élargit désormais à la **dimension sociale**.



1	DYSON
2	SAMSUNG
3	MICROSOFT
4	GOOGLE
5	APPLE

Innovation rime toujours avec high-tech : **Samsung** et **Dyson** conservent les 2 premières places du classement, même si Dyson repasse en 1^{ère} position. Apple parvient également à se maintenir malgré un recul de 2 places. Google et Microsoft font leur entrée dans ce podium, signe de la puissance croissante des « GAFAM ».



1	MICHELIN
2	SAMSUNG
3	BOSCH
4	LA ROCHE POSAY
5	SEB

L'industrie est toujours synonyme de confiance, aux yeux des Français. Samsung cède cette année la 1^{ère} place au profit de **Michelin** (2^e l'an dernier). Bosch conserve sa 3^e place. Cette année, le classement est complété par La Roche Posay et Seb, deux incontournables du paysage industriel français.



1	LECLERC
2	AMAZON
3	DECATHLON
4	CARREFOUR
5	INTERMARCHÉ

Les enseignes de distribution demeurent les stars de la **proximité**. Leclerc, Amazon et Decathlon restent aux mêmes places cette année sur le podium. Carrefour gagne une place pour venir se placer en 4^e position tandis qu'Intermarché occupe la 5^e place du classement.



Depuis 2015, **Marque Préférée des Français** identifie, récompense et valorise les **Marque Préférées des Français** par catégorie en s'appuyant sur des datas certifiées et récoltées par un institut de sondage externe.

CONTACTS

CLAIRE DOIN

06.30.03.84.39

clairedoin@marquepreferee.fr

BENJAMIN FAGOT

06.50.75.65.61

benjaminfagot@marquepreferee.fr

MARINE LEVESQUE - Attachée de presse

06.63.12.69.05

marinelevesque@marquepreferee.fr