

5^a ÉDITION

Value for Money 2026

Les marques qui en donnent le plus à leurs clients

éditions
DAUVERS

Shopadvizor

345 marques • +41.000 réponses consommateurs • France

Ce classement ne mesure pas la qualité intrinsèque des produits.
Il ne mesure pas la notoriété, la préférence, ni l'intention d'achat.

Une seule question.

**"Avec cette marque, ai-je vraiment
l'impression d'en avoir pour mon argent ?"**

Une question simple. Une réponse directe sur la valeur perçue.

« Le prix n'est plus le sujet. La valeur, oui. »

CE QUE "EN AVOIR POUR SON ARGENT" VEUT DIRE EN 2026

Pendant plusieurs années, le prix a dominé les décisions d'achat. L'inflation a fragilisé la relation entre les consommateurs et les marques.

Aujourd'hui, la question a évolué : ce n'est plus "combien ça coûte ?" mais "est-ce que ça vaut ce que ça coûte ?"

👉 Ce réflexe est devenu un véritable arbitre silencieux en rayon

Le Value for Money 2026 mesure précisément cela :
non pas la qualité objective, mais la valeur perçue par les consommateurs.
+41 000 réponses - 345 marques - 5 catégories

👉 Un baromètre fondé sur l'expérience réelle des consommateurs

*« Pas une promesse de marque.
Une conviction de consommateur. »*



Comment mesure-t-on la valeur perçue ?

*« Avec cette marque, ai-je vraiment
l'impression d'en avoir pour mon argent ? »*

Les répondants expriment leur accord sur une échelle de 1 à 5. Le score retenu – le **TTB (Top Two Boxes)** – agrège les réponses « tout à fait d'accord » et « d'accord ». Il mesure la proportion de consommateurs convaincus que la marque offre une valeur juste par rapport à son prix.

LES CINQ CATÉGORIES

Boissons • Épicerie • Produits Laitiers & Surgelés • Parfumerie & Hygiène •
Entretien & Nettoyage

CETTE ÉDITION 2026 EN CHIFFRES

Marques mesurées **345**

Réponses collectées **+41.000**

Réponses min. par marque **100**

Catégories couvertes **5**

Période de référence **Mai 2026**

Seules les marques ayant atteint le seuil minimum de 100 réponses vérifiées sont intégrées au classement.

Ce que révèle le Value for Money 2026

01 Un Top 50 plus sélect qu'il n'y paraît

Entre la première marque du classement et la cinquantième, la différence n'est que de douze points de pourcentage. Sur 345 marques mesurées, ce chiffre prend tout son sens : figurer dans le Top 50, c'est appartenir à un groupe genuinely sélect au sommet d'une distribution très large. Les positions sont méritées. Elles ne sont pas confortables.

02 Même score, réalités différentes

Un même score TTB peut recouvrir deux profils très distincts. Certaines marques sont portées par une conviction forte : leurs acheteurs disent « tout à fait d'accord », sans nuance. D'autres bénéficient d'une approbation large, mais plus modérée. Les deux coexistent dans ce classement. C'est une lecture que le score global seul ne permet pas de faire.

03 La catégorie influence — mais ne détermine pas tout

La catégorie d'appartenance influence la perception de valeur. L'entretien ménager place six marques dans le Top 50 – c'est la catégorie la plus efficace du classement. Les boissons n'en placent que trois, mais la première est en tête du classement général. Pourquoi certaines catégories génèrent-elles naturellement plus de conviction que d'autres ?

Top 50 France • Positions 1 à 10

1 / 3

#	Marque	Catégorie	TTB %	Totalement d'accord • D'accord • Reste
1	 Cristaline	Boissons	78%	
2	 Paysan Breton	Produits Laitiers & Surgelés	75%	
3	 Bonne Maman	Épicerie	75%	
4	 Ariel	Entretien & Nettoyage	74%	
5	 Barilla	Épicerie	74%	
6	 Panzani	Épicerie	74%	
7	 Président	Produits Laitiers & Surgelés	74%	
8	 Paic	Entretien & Nettoyage	73%	
9	 Elmex	Parfumerie & Hygiène	72%	
10	 Entremont	Produits Laitiers & Surgelés	72%	

Top 50 France • Positions 11 à 30

2 / 3

#	Marque	Catégorie	TTB %	Totalement d'accord • D'accord • Reste
11	 Alsa	Épicerie	72%	
12	 Biolane	Parfumerie & Hygiène	71%	
13	 Amora	Épicerie	71%	
14	 Arbre Vert	Entretien & Nettoyage	71%	
15	 Danone	Produits Laitiers & Surgelés	71%	
16	 Lindt	Épicerie	70%	
17	 Delacre	Épicerie	70%	
18	 Petit Navire	Épicerie	70%	
19	 Puget	Épicerie	70%	
20	 Société	Produits Laitiers & Surgelés	70%	
21	 Mixa	Parfumerie & Hygiène	70%	
22	 Mir	Entretien & Nettoyage	70%	
23	 Père Dodu	Épicerie	70%	
24	 Maille	Épicerie	70%	
25	 Fairy	Entretien & Nettoyage	69%	
26	 Magnum	Produits Laitiers & Surgelés	69%	
27	 K2r	Entretien & Nettoyage	69%	
28	 Sensodyne	Parfumerie & Hygiène	69%	
29	 Maïzena	Épicerie	69%	
30	 Nescafé	Épicerie	68%	

Top 50 France • Positions 31 à 50

3 / 3

#	Marque	Catégorie	TTB %	Totalement d'accord • D'accord • Reste
31	 Carte Noire	Épicerie	68%	
32	 Côte d'Or	Épicerie	68%	
33	 Capri-Sun	Boissons	68%	
34	 Oral-B	Parfumerie & Hygiène	68%	
35	 La Croix	Entretien & Nettoyage	68%	
36	 Signal	Parfumerie & Hygiène	68%	
37	 Nivea	Parfumerie & Hygiène	68%	
38	 Maggi	Épicerie	68%	
39	 d'Aucy	Épicerie	68%	
40	 BIC	—	67%	
41	 Mulino Bianco	Épicerie	67%	
42	 Décolor Stop	Entretien & Nettoyage	67%	
43	 Cœur de Lion	Produits Laitiers & Surgelés	67%	
44	 Carte d'Or	Produits Laitiers & Surgelés	67%	
45	 Materne	Produits Laitiers & Surgelés	67%	
46	 Les 2 Vaches	Produits Laitiers & Surgelés	67%	
47	 Saint Louis	Épicerie	66%	
48	 Héritier Guyot	Boissons	66%	
49	 Caprice des Dieux	Produits Laitiers & Surgelés	66%	
50	 Always	Parfumerie & Hygiène	66%	

Les leaders par catégorie

La marque dont la perception du rapport qualité-prix est la plus élevée dans chaque catégorie.

BOISSONS

Cristaline



78%

Tout à fait



D'accord

ÉPICERIE

Bonne Maman



75%

Tout à fait



D'accord

PRODUITS LAITIERS

Paysan Breton



75%

Tout à fait



D'accord

PARFUMERIE & HYGIÈNE

Elmex



72%

Tout à fait



D'accord

ENTRETIEN & NETTOYAGE

Ariel



74%

Tout à fait



D'accord

Boissons

Une catégorie fragmentée, dominée par un seul score véritablement exceptionnel.

82

marques
mesurées

8.257

réponses
consommateurs

☐ Tout à fait d'accord

☐ D'accord

☐ Reste

En partenariat avec Éditions Dauvers
Value for Money 2026 · 5^e Édition

#	# Gén.	Marque	TTB %	Totalement d'accord · D'accord · Reste
1	#1	 Cristaline	78%	
2	#33	 Capri-Sun	68%	
3	#48	 Héritier Guyot	66%	
4	#54	 Negrita	66%	
5	#61	 Volvic	65%	
6	#63	 Pepsi	65%	
7	#77	 Joker	64%	
8	#88	 San Pellegrino	63%	
9	#104	 Chivas Regal	62%	
10	#122	 Saint James	60%	

Épicerie

L'univers où la confiance dans la valeur des marques s'exprime avec le plus de constance – et de diversité.

110

marques
mesurées

14.178

réponses
consommateurs

☐ Tout à fait d'accord

☐ D'accord

☐ Reste

En partenariat avec Éditions Dauvers
Value for Money 2026 · 5^e Édition

#	# Gén.	Marque	TTB %	Totalement d'accord · D'accord · Reste
1	#3	 Bonne Maman	75%	
2	#5	 Barilla	74%	
3	#6	 Panzani	74%	
4	#11	 Alsa	72%	
5	#13	 Amora	71%	
6	#16	 Lindt	70%	
7	#17	 Delacre	70%	
8	#18	 Petit Navire	70%	
9	#19	 Puget	70%	
10	#23	 Père Dodu	70%	

Produits Laitiers & Surgelés

Des scores solides et homogènes, dans une catégorie sans extrêmes.

54

marques
mesurées

6.697

réponses
consommateurs

☐ Tout à fait d'accord

☐ D'accord

☐ Reste

En partenariat avec Éditions Dauvers
Value for Money 2026 · 5^e Édition

#	# Gén.	Marque	TTB %	Totalement d'accord · D'accord · Reste
1	#2	 Paysan Breton	75%	
2	#7	 Président	74%	
3	#10	 Entremont	72%	
4	#15	 Danone	71%	
5	#20	 Société	70%	
6	#26	 Magnum	69%	
7	#43	 Cœur de Lion	67%	
8	#44	 Carte d'Or	67%	
9	#45	 Les 2 Vaches	67%	
10	#46	 Caprice des Dieux	66%	

Parfumerie & Hygiène

La catégorie où la perception du rapport qualité-prix reste la plus difficile à conquérir.

47

marques
mesurées

5.760

réponses
consommateurs

☐ Tout à fait d'accord

☐ D'accord

☐ Reste

En partenariat avec Éditions Dauvers
Value for Money 2026 · 5^e Édition

#	# Gén.	Marque	TTB %	Totalement d'accord · D'accord · Reste
1	#9	 Elmex	72%	
2	#12	 Biolane	71%	
3	#21	 Mixa	70%	
4	#28	 Sensodyne	69%	
5	#34	 Oral-B	68%	
6	#36	 Signal	68%	
7	#37	 Nivea	68%	
8	#50	 Always	66%	
9	#56	 Tahiti	66%	
10	#69	 Rénova	64%	

Entretien & Nettoyage

Peu de marques, mais une concentration remarquable de scores élevés.

41

marques
mesurées

5.176

réponses
consommateurs

☐ Tout à fait d'accord

☐ D'accord

☐ Reste

En partenariat avec Éditions Dauvers
Value for Money 2026 · 5^e Édition

#	# Gén.	Marque	TTB %	Totalement d'accord · D'accord · Reste
1	#4	 Ariel	74%	
2	#8	 Paic	73%	
3	#14	 Arbre Vert	71%	
4	#22	 Mir	70%	
5	#25	 Fairy	69%	
6	#27	 K2r	69%	
7	#35	 La Croix	68%	
8	#42	 Décolor Stop	67%	
9	#51	 Cajoline	66%	
10	#52	 Soupline	66%	

Les 345 marques relevées – Value for Money 2026

1664	BIC	Cif	Dolce Gusto	Fluocaril	Herbal Essences	Label 5
Absolut	Biolane	Clan Campbell	Domestos	Friskies	Heritier Guyot	Lactel
Ace	Bjorg	Coca cola	Dove	Fulfil	Herta	Lamb Weston
Actimel	Bledina	Coeur De Lion	Dr Pepper	Fuzetea	Hipp Biologique	Landvika
Activia	Bombay Sapphire	Colgate	Dr. Oetker	Gallia	Hipro	Lavazza
Adventuros	Bonduelle	Connétable	Ducros	Garnier	Hooliz	Lay'S
Afligem	Bonne Maman	Contrex	Durex	Gerble	Innocent	Le Chat
Aguaicana	Brooklyn	Cookie Crisp	Eat Natural	Gervais	J&B	Le Gaulois
Air Wick	Budwaiser	Cornetto	Eau Ecarlate	Gervita	Jack Daniels	Le Pt.Marseillais
Ajax	Cajoline	Corona	Elle & Vire	GET	Jacquet	Le Renard
Alpro	Calgon	Cote D'Or	Elmex	Gibson's	Jardin Bio	Le Savoureux
Alsa	Candia	Cristaline	Elseve	Gillette	Jockey	Ieffe
Always	Caprice Des Dieux	Crunch	Entremont	Gillette Venus	Joker	Lenor
Always Discreet	Capri-sun	Danacol	Eristoff	Glamour Paris	K2r	Les 2 Vaches
Amora	Caraïbos	Danette	Evian	Glen Deveron	Kellogg'S	Les Essentiels
Ancel	Carolin	Danone	Fairy	Golden Grahams	Kidibul	Liebig
Andros	Carte D'Or	Danonino	Fanta	Good Goût	Kinder	Lily's Kitchen
Antikal	Carte Noire	Dany	Febreze	Gourmet	King C Gillette	Lindt
Arbre Vert	Casa Azzurra	d'Artigny	Felix	Granola Lu	Kit Kat	Lion
Ariel	Cassegrain	Dash	Ferrero Couscous	Grey Goose	kleenex	Lipton Ice Tea
Aura	Catch	d'Aucy	Ferrero Duplo	Grimbergen	Knorr	L'Or Espresso
Axe	Celsius	Daunat	Ferrero Rocher	Guigoz	Kronenbourg	L'Oreal
Bacardi	Céréal Bio	Decolor Stop	Ficello	Guinness	L'Ortolan	Lotus
Badoit	Charal	Delacre	Fido	H&S	La Bête	Loue
Ballantines	Cheerios	Délichoc	Findus	Haagen-Dazs	La Croix	Love and Green
Banzaï Noodle	Chivas Regal	Dentalife	Finish	Haribo	La French	Lustucru
Barilla	Chocapic	Desperados	Fitness	Harry'S	La Goudale	M&M's
Belin	Chokella	Destop	Fixodent	Heineken	La Laitiere	Maggi
Ben & Jerry's	Cholula	Diadermine	Fjord	Heinz	La Mentheuse	Magnum
Bénédicta	Cien	Dillon	Fleury Michon	Hellmans	La Salvetat	Maille

Vous souhaitez connaître la position de votre marque ?

Écrivez-nous : info@shopadvizor.com

Les 345 marques relevées – Value for Money 2026

Maison Perrier
Maison Verte
Maitre Coq
Maïzena
Marie
Materne
Maybelline
Men Expert
Menguy's
Michel Et Augustin
Miko
Milka
Mir
Mister Cocktail
Mixa
Mon Chéri
Monster
Mr. Propre
Mulino Bianco
NAT
Natessance
Negrita
NEO
Nescafe
Nesquik
Nestle
Nicolas Feullate
Nidal
Nivea
Nutella

Oasis
Okay
Old El Paso
Old Nick
Omo
ONE
Oral B
Orangina
Ovive
Paic
Pampers
Panzani
Parmareggio
Pasquier
Paysan Breton
Pedigree
Pepsi
Père Dodu
Perlino
Perrier
Persil
Petit Navire
Pierre Martinet
Pietra
Poliakov
Pom'Pote
Porto Cruz
President
Pringles
Puget

Pulco
Raffaello
Raid
Red bull
Rénova
Rexona
Ricard
Rivière du Mât
Saint James
Saint Jean
Saint Louis
Sam Barton
Samia
San Pellegrino
Sanex
Sanytol
Saupiquet
Schaebens
Schweppes
Senseo
Sensodyne
Signal
Sir Edwards
Sir James 101
Sirop Sport
Skip
Skyr
Snickers
So'Bio Etic
Société

Sodebo
Soignon
Solero
Soupline
Special K
Spontex
St Hubert
St Mamet
Starbucks
Sun
Super croix
Swiffer
Tabasco
Tahiti
Tassimo
Taureau Aile
Tena
Tic Tac
Tipp-Ex
Tourtel
Trésor
Trix
Tropicana
Twister
Ultra Doux
Un pêcheur sachant pêcher
Vahiné
Vanish
Veet
Venezio

Vico
Viennetta
Vittel
Volvic
Vrai
Weleda
Wilkinson
William Peel
Xtra
Yakult
Yaos
Yogi
Yop
Zakia
Zendium

Vous souhaitez connaître la position de votre marque ?

Écrivez-nous : info@shopadvizor.com

À propos



EN EXCLUSIVITÉ POUR



À propos de Shopadvizor

Shopadvizor est une plateforme spécialisée dans la collecte et l'analyse de l'expérience consommateur sur les produits de grande consommation. Ses études reposent sur des avis vérifiés d'acheteurs réels, garantissant une lecture fidèle de la perception des marques et des produits en rayon. Opérant en France et en Europe, Shopadvizor accompagne fabricants et distributeurs dans la compréhension des attentes consommateurs, de la satisfaction produit et des dynamiques de valeur perçue.

Le Value for Money est une publication annuelle réalisée en exclusivité pour Éditions Dauvers, référence du secteur du grand consommation en France.



Sarah Alonso

Growth Marketing Manager

Sarah.Alonso@shopadvizor.com

Julie Gerardeaux

Senior Account Executive

Julie.Gerardeaux@shopadvizor.com