

Barilla, leader mondial des pâtes, est réélue Marque Préférée des Français

La marque familiale italienne Barilla est réélue Marque Préférée des Français dans la catégorie « pâtes », à l'issue d'une étude OpinionWay* menée pour Marque Préférée des Français®. Cette élection récompense l'attention continue portée par Barilla à la qualité et à l'accessibilité de ses produits, aux attentes des consommateurs, ainsi qu'à son impact environnemental et au bien-être de ses collaborateurs.

() Barilla est arrivée sur la 1ère marche du podium en obtenant le plus grand nombre de « J'aime » (74 %) après une étude réalisée du 19 au 20 juin 2025, sur le panel d'OpinionWay, auprès d'un échantillon représentatif de 1 049 personnes de la population française de 18 ans et plus, dans la catégorie « pâtes ».*

Barilla, une marque de confiance reconnue mondialement

Entreprise alimentaire la plus réputée au monde en 2024 et 2025 selon le classement RepTrack® 100, Barilla est une marque italienne créée en 1877 à Parme par Pietro Barilla, implantée en France depuis 55 ans. Présent dans plus de 100 pays, Barilla détient aujourd'hui **20% de parts de marché en volume**, et **22,6 % des parts de marché en valeur des pâtes**. Barilla est aujourd'hui le leader mondial des pâtes et un acteur majeur dans les sauces, le pain et la pâtisserie. Parmi ses produits les plus plébiscités : les spaghettis n°5 et les Linguines Collezione, incontournables des repas en famille.

Cet attachement des consommateurs français se traduit aujourd'hui par sa réélection comme Marque Préférée des Français, gage supplémentaire de son **statut de marque la plus dynamique du marché des pâtes**. *« Cette distinction met en lumière l'image d'une marque de confiance en constante évolution. Elle vient récompenser nos efforts permanents pour proposer aux Français des aliments de qualité et accessibles, adaptés à leurs attentes ainsi qu'aux nouvelles habitudes de consommation. C'est un engagement pour le futur, qui nous encourage à continuer d'innover et à être toujours plus à l'écoute des besoins des Français »,* détaille Giulia Becuzzi, Marketing Director Western Europe Pasta Category de Barilla.

Une marque innovante

Preuve de son évolution constante, Barilla propose depuis mai 2025 une nouvelle gamme de pâtes, unique dans le secteur : Barilla PROTEIN+. Enrichie en protéines végétales, elle permet de couvrir 40 % de l'apport journalier recommandé par portion de 100 g (soit 20 g de protéines). « *Disponible en trois formes - spaghetti, penne et fusilli - cette gamme offre le goût unique Barilla tout en garantissant un apport de protéines 100 % végétales. Cela en fait un produit idéal pour les personnes qui cherchent un apport protéique végétale sans compromis sur le goût.* », explique Giulia Becuzzi. En quatre mois, Barilla a déjà conquis 500 000 foyers français avec cette nouvelle gamme.

Une marque engagée pour l'humain et l'environnement

Au-delà de la qualité de ses produits, Barilla porte également une attention particulière au bien-être de ses collaborateurs et à son impact environnemental. Engagée sur les sujets de diversité et d'inclusion, l'entreprise a été reconnue, en 2024, pour la 11e année consécutive, comme **meilleur lieu de travail pour l'égalité LGBTQ+** et est **notée 100/100 sur l'index de l'égalité hommes/femmes**.

Sur le plan environnemental, la marque s'engage dans des actions concrètes. Au cours des dix dernières années, elle a accompli des avancées importantes au sein de ses sites de production : réduction de 56 % des émissions de CO2 et de 28 % de la consommation d'eau depuis 2009, diminution de 29 % de l'utilisation de gaz depuis 2016. Enfin, avec « Grano duro », sa filière durable de blé dur créée il y a plus de 30 ans aux côtés de 6 000 agriculteurs engagés dans des projets d'agriculture responsable en Italie, Barilla détient de nombreuses certifications environnementales, dont la prestigieuse certification SBTi 1.5°C.

À propos de Barilla

Barilla est une entreprise familiale, non cotée en bourse, présidée par les frères Guido, Luca et Paolo Barilla. Elle a été fondée par leur arrière-grand-père Pietro Barilla, qui avait ouvert une boulangerie à Parme en 1877. Aujourd'hui Barilla est réputée en Italie et dans le monde pour l'excellence de ses produits alimentaires. Avec ses marques – Barilla, Mulino Bianco, Pan di Stelle, Gran Cereale, Harrys, Pavesi, Wasa, Filiz, Yemina and Vesta, Misko, Voiello, Academia Barilla, First, Catelli, Lancia, Splendor, Tolerant, Pasta Evangelists et Back to Nature – prône une alimentation saine et savoureuse, inspirée du régime méditerranéen et du mode de vie italien.

Quand Pietro Barilla a ouvert sa boutique il y a 145 ans, son premier objectif était de faire de la nourriture de qualité. Ce principe est devenu la façon de faire des affaires de Barilla, avec 8700 personnes travaillant pour l'entreprise et une chaîne d'approvisionnement qui partage ses valeurs et sa passion pour la qualité.

À propos Marque Préférée des Français

Depuis 2015, la Marque Préférée des Français est une distinction qui récompense une marque d'un gage de qualité et d'un niveau de recommandation par les consommateurs Français. Basée sur des études réalisées par un institut de sondage externe qui compare toutes les marques existantes du marché, elle récompense la marque préférée des Français dans sa catégorie, c'est-à-dire la marque ayant le taux d'empathie le plus élevé du marché. A l'issue des résultats de l'étude sectorielle, une seule marque est élue pour une durée de 2 ans, comme l'est aujourd'hui Barilla.

Pour en savoir plus : www.marqueprefereedesfrancais.fr