



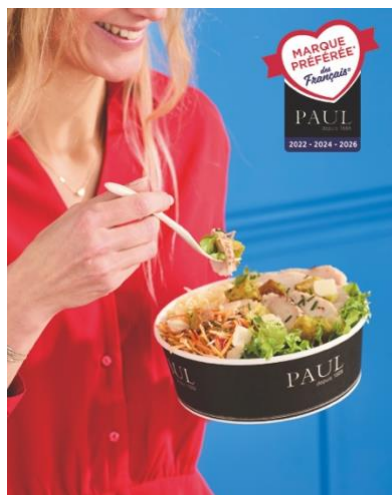
« SANDWICHS & RESTAURATION RAPIDE À LA FRANÇAISE » :
PAUL À NOUVEAU ÉLU MARQUE PRÉFÉRÉE DES FRANÇAIS !

9 avril 2026 – Paul a l’immense plaisir d’annoncer son élection en tant que « Marque Préférée des Français » dans sa catégorie pour la troisième fois consécutive depuis 2022. Un titre qui récompense une marque du quotidien devenue un repère pour des générations de clients. Car c’est notamment en se classant numéro un en termes de qualité, de confiance et de goût que l’enseigne se hisse, une fois de plus, à la première place dans le cœur des Français.

Parmi les 21 marques du secteur évaluées, PAUL arrive en tête en obtenant le plus grand nombre de « j’aime » dans l’étude réalisée en février 2026 par OpinionWay, auprès d’un échantillon de 1013 personnes de 18 ans et plus représentatif de la population française.

« Avec plus de 150 000 clients par jour, nous faisons véritablement partie du quotidien des Français qui ont bien souvent une petite madeleine de Proust chez nous... un produit cher à leur cœur depuis des années », souligne Maxime Holder, Directeur Général du Groupe Holder. « C’est aussi une marque de confiance renouvelée ! Au-delà du plaisir et de la gourmandise, nous travaillons au quotidien pour conserver ce lien de confiance, offrir à chacun des plaisirs responsables et mériter encore longtemps notre réputation de « Maison de Qualité depuis 1889 » ».

La qualité au cœur



Si les Français ont placé PAUL en tête, c’est avant tout pour la **qualité**, critère sur lequel PAUL est placé en tête par 30 % des répondants de l’étude.

Une exigence de qualité qui, au-delà de la gourmandise des produits, se traduit par des choix forts et transparents au quotidien. La Maison s’appuie d’abord sur sa propre **filière blé 100 % française** pour l’ensemble de ses pains, garantissant l’utilisation de farines issues de nos terroirs et sans traitement insecticide après récolte. C’est aussi le choix d’une alimentation plus naturelle et respectueuse : la marque a ainsi banni les colorants et arômes artificiels de ses recettes, sélectionne des cafés et thés responsables et utilise des œufs de poules 100% élevées en plein air. Des engagements mis en œuvre grâce à un Comité Scientifique (initiative inédite dans le secteur) et inscrits dans les statuts mêmes de la Marque devenue « Entreprise à

Mission » en 2024. Autant de preuves concrètes qui donnent aux Français une certitude : **chez PAUL, on sait ce qu’on mange, et c’est du bon.**

Ce point d’appui très différenciant sur la qualité et la tradition permet à PAUL de se renouveler en permanence y compris là où on ne l’attendait pas.

C'est ainsi que PAUL a relevé le défi du Sans Gluten. PAUL a lancé une collection inédite de viennoiseries (croissant, pain au chocolat, palmier) à base de farines de riz et de pois. Une vraie prouesse en boulangerie traditionnelle ! (Produits fabriqués dans des ateliers dédiés et vendus sous sachet transparent scellé).

Même sens de l'innovation côté végétalisation de l'alimentation. Aujourd'hui, 16 % des produits de la gamme permanente sont **végétaliens** et 69% **végétariens**. L'enseigne prouve que le végétal peut être synonyme de plaisir, à l'image du nouveau sandwich "curcuma falafel" très apprécié pour son pain jaune soleil et ses saveurs méditerranéennes.

Plus qu'une boulangerie, un acteur de confiance engagé au quotidien

Si les Français témoignent leur confiance à PAUL pour la troisième fois consécutive dans ce palmarès, c'est aussi pour son ancrage local et ses engagements citoyens. L'enseigne multiplie les actions de bon sens et de solidarité qui parlent à tous.

« Notre proximité avec toutes les générations permet de soutenir des causes ou mettre en lumière des sujets de société qui nous concernent tous : la santé, les violences intra familiales... » souligne Maxime Holder.

L'enseigne soutient notamment les femmes touchées par le cancer du sein (avec l'association Mon Bonnet Rose qui a reçu plus de 250 000 euros ces dernières années) ou en orchestrant une campagne inédite contre les violences intrafamiliales avec la Gendarmerie Nationale, en imprimant les numéros d'urgence sur 800 000 sachets de pain et de viennoiseries.



À propos de PAUL :

PAUL fait rayonner la boulangerie et l'art de vivre à la française dans le monde entier avec, à fin 2025, plus de 860 boulangeries, restaurants et coffee shops répartis dans 57 pays, dont 370 en France. En 2025, le chiffre d'affaires sous enseigne de la Marque PAUL dans le monde était de 970M€, majoritairement en franchises. Un chiffre d'affaires aujourd'hui porté à près de 55% par l'international où la marque vient de franchir début 2026 le cap symbolique du 500^{ème} magasin. Pour en savoir plus : www.paul.fr

À propos de 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 à nouveau aujourd'hui PAUL. www.marquepreferee.fr