



Le Journal du Dimanche

Le regard des Français sur leurs entreprises préférées

Sondage Ifop pour le Journal du Dimanche

Vague 5 | Mars 2024

Contacts Ifop :

Frédéric Dabi / Flora Baumlin
Département Opinion et Stratégies
d'Entreprise
01 45 84 14 44
prenom.nom@ifop.com



01

MÉTHODOLOGIE

MÉTHODOLOGIE

Etude réalisée par l'ifop pour le Journal du Dimanche



L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **3007 personnes**, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.



Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du **22 février au 5 mars 2024**.

Rappel de la méthodologie des précédentes vagues :

Rappel Vague Septembre 2022 : L'enquête a été menée auprès d'un échantillon global de **3011** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 21 au 28 septembre 2022, selon la méthode des quotas.

Rappel Vague Octobre 2021 : L'enquête a été menée auprès d'un échantillon global de **3005** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 28 septembre au 7 octobre 2021, selon la méthode des quotas.

Les atouts de ce dispositif



Une évaluation exhaustive du rapport à l'entreprise qui prend en compte **6** types de représentations qui lui sont associées : performance, responsabilité environnementale, innovation, statut, utilité / proximité, attractivité



Une différenciation forte par rapport à la plupart des enquêtes sur ce sujet souvent conçues autour d'une simple question de préférence



Un classement principal des entreprises préférées mais aussi 6 autres classements par dimension



Un protocole d'enquête transparent et participatif



20



0

Une évaluation de 77 entreprises françaises selon 6 dimensions (note de 0 à 20).

Possibilité de répondre « NSP » si l'entreprise n'est pas connue ou si l'interviewé ne parvient pas à se positionner sur un critère donné. Dans ce cas, l'entreprise se voit alors affectée la note 0.

Le classement principal est issu d'une moyenne pondérée des notes aux 6 critères. Le poids respectif de chacun de ces critères est déterminé par les interviewés eux-mêmes.

Chaque interviewé classe en effet les 6 dimensions en fonction du rôle qu'elles jouent dans leur appréciation d'une entreprise française. La moyenne obtenue au final sert de poids de pondération.



Afin de ne pas engendrer de lassitude dans l'évaluation des entreprises par les interviewés (77 entreprises à évaluer), l'échantillon global de 3007 individus a été divisé en 3 sous-échantillons équivalents, chaque sous-échantillon évaluant un tiers des marques (méthode des échantillons appariés). Ces sous-échantillons sont eux-mêmes nationaux représentatifs, avec pour chacun d'eux, une représentativité assurée par la méthode des quotas au regard des critères de sexe, d'âge, de profession de la personne interrogée après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Les 6 dimensions évaluées pour chaque entreprise



Performance



**Responsabilité
environnementale**



Innovation



Statut



**Utilité au
quotidien**



**Marque
employeur**

Quelle note de 0 à 20 donneriez-vous à cette entreprise en fonction de...

son impact sur
l'économie
française
(croissance,
emploi...) ?

son implication en
matière
environnementale ?

sa capacité à
proposer des
produits ou des
services innovants ?

sa capacité à
donner une bonne
image de la France
?

sa capacité à
améliorer le
quotidien des
Français ?

l'envie qu'elle suscite
d'y travailler ?

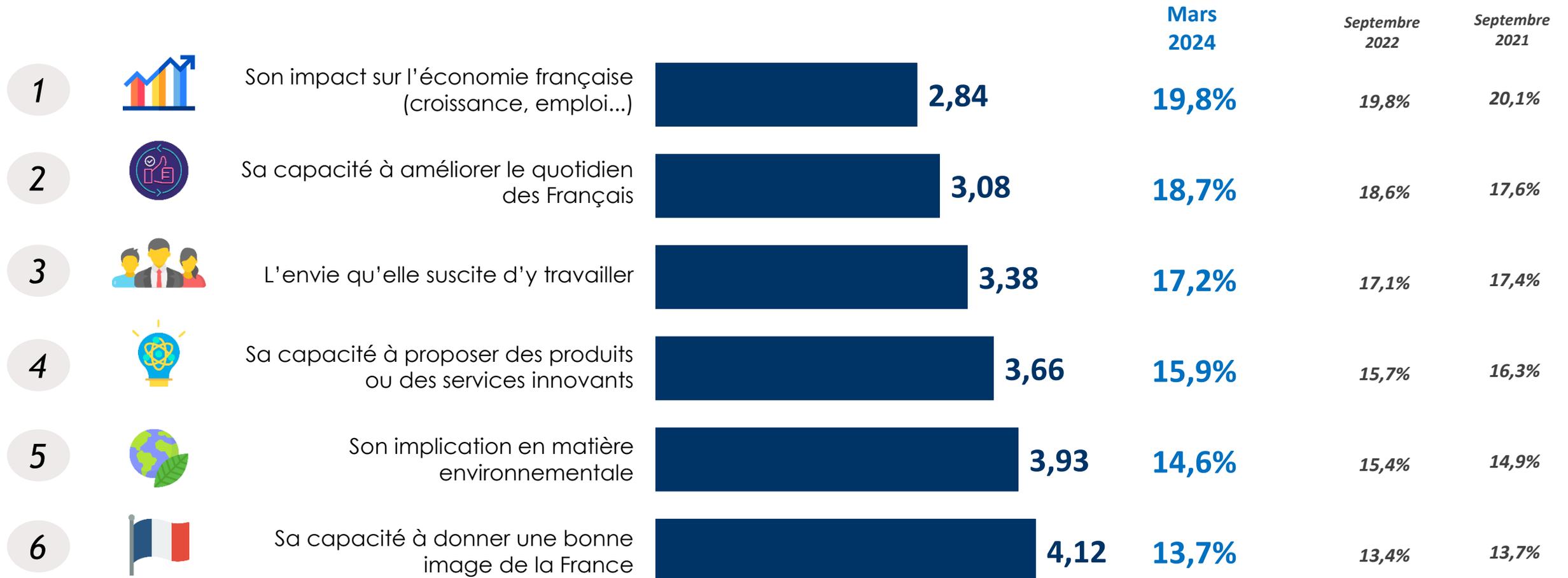
02

RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

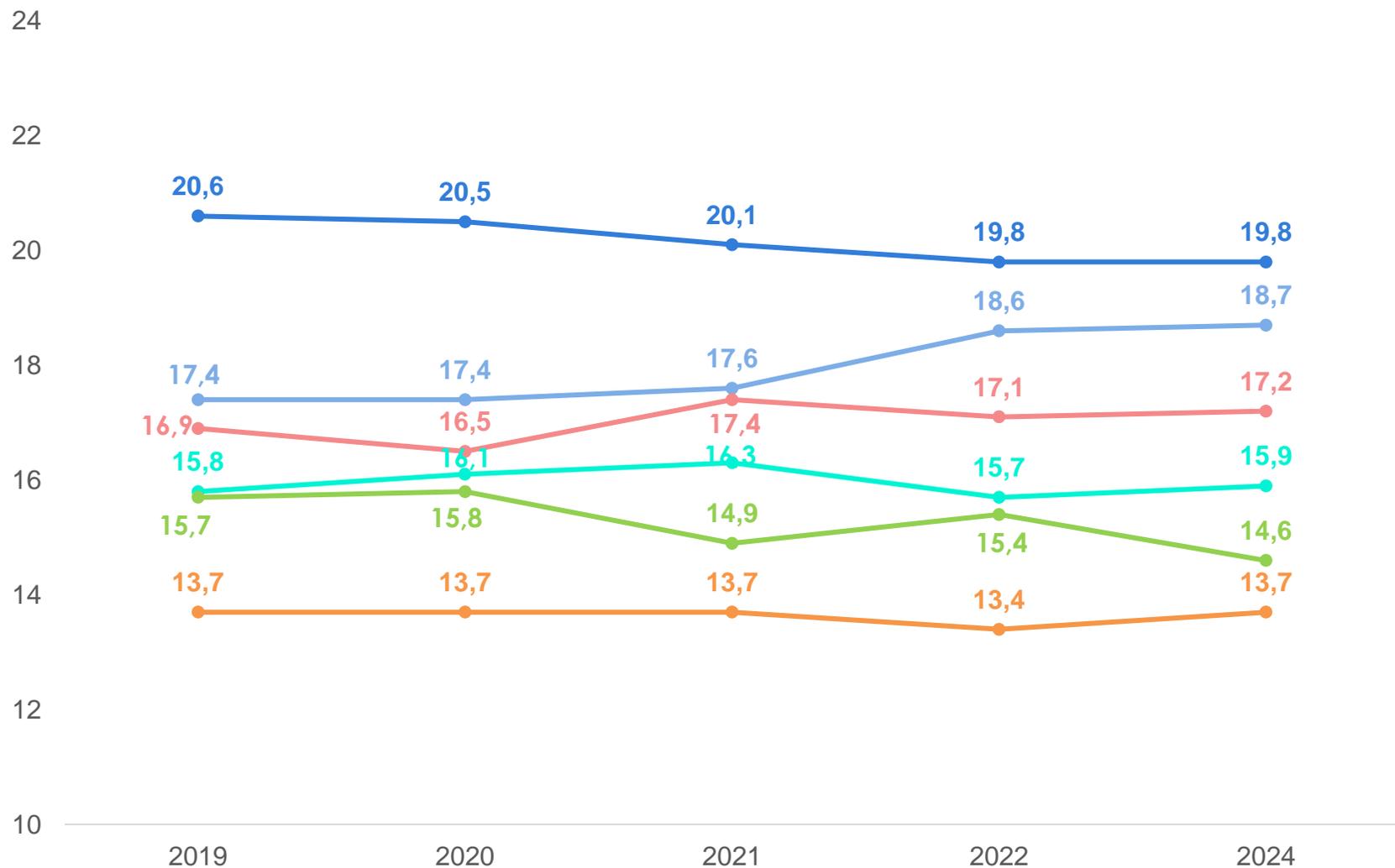
Le classement des 6 dimensions en fonction de leur contribution à l'appréciation d'une entreprise (1/2)

QUESTION : Nous allons parler de grandes entreprises françaises. Pouvez-vous classer les 6 critères suivants en fonction du rôle qu'ils jouent dans votre appréciation d'une entreprise française ? Vous classerez en 1 le critère qui contribue le plus à vous faire apprécier une entreprise française et ainsi de suite jusqu'à 6 pour le critère qui y contribue le moins.

COEFFICIENT DE PONDÉRATION



Le classement des 6 dimensions en fonction de leur contribution à l'appréciation d'une entreprise (2/2)



Son impact sur l'économie française

Sa capacité à améliorer le quotidien des Français

L'envie qu'elle suscite d'y travailler

Sa capacité à proposer des produits ou des services innovants

Son implication en matière environnementale

Sa capacité à donner une bonne image de la France

Le classement général des entreprises les plus admirées (1/2)

QUESTION : Quelle note de 0 à 20 donneriez-vous à cette entreprise en fonction de *...

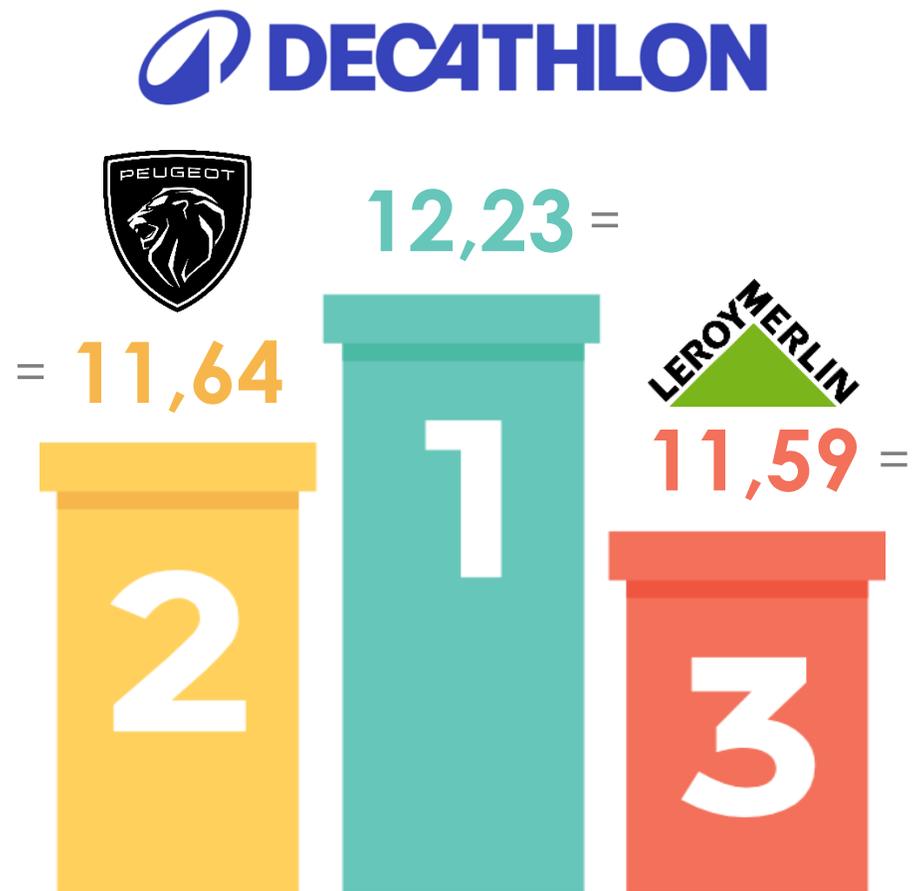
2024 2022 2021 Evol vs 2022				2024 2022 2021			2024 2022 2021			2024 2022 2021			2024 2022 2021			2024 2022 2021			NOTE GLOBALE / 20						
1	1	1	=	Decathlon	12,27	12,19	12,06	11,14	11,03	10,99	12,91	13,26	13,16	12,56	12,53	12,33	12,84	12,89	12,95	11,59	11,68	11,55	12,23	12,27	12,18
2	2	2	=	Peugeot	12,31	12,18	12,24	10,15	10,05	10,36	12,12	12,1	12,34	12,68	12,6	12,66	11,79	11,79	12,05	10,76	10,57	10,83	11,64	11,55	11,75
3	3	4	=	Leroy Merlin	11,80	11,48	11,69	10,26	10	9,94	12,3	12,15	12,3	11,54	11,45	11,45	12,58	12,65	12,9	10,82	10,6	10,8	11,59	11,42	11,55
4	6	6	↗	2 EDF	12,15	11,84	11,78	10,94	10,59	10,93	11,23	10,74	11,06	11,67	11,54	11,6	11,87	11,84	11,99	11,33	10,83	10,96	11,56	11,26	11,41
5	5	7	=	Renault	12,24	12,07	11,93	10,19	10	10,27	12,02	11,92	11,92	12,33	12,26	12,16	11,71	11,56	11,69	10,47	10,17	10,38	11,51	11,33	11,4
6	8	8	↗	2 Michelin	11,93	11,65	11,38	9,44	9,44	9,67	11,93	11,78	12,03	12,44	12,43	12,23	11,68	11,38	11,51	10,5	10,33	10,14	11,34	11,16	11,15
7	3	3	↘	-4 Leclerc	12,35	12,34	12,4	9,99	10,3	10,63	11,24	11,3	11,85	11,32	11,58	11,86	12,3	12,74	12,84	9,88	9,94	10,25	11,25	11,42	11,67
8	10	15	↗	2 Airbus	12,07	11,75	11,78	8,66	8,66	8,88	11,62	11,41	11,34	12,77	12,24	12,18	10,7	10,38	10,49	11,49	10,86	11,07	11,24	10,88	10,98
9	14	10	↗	5 L'Oréal	11,99	11,2	11,5	9,33	8,53	9,22	11,82	11,13	11,82	12,46	11,92	12,55	10,69	10,27	10,9	10,93	10,34	10,86	11,21	10,55	11,14
10	11	13	↗	1 Fnac	11,34	10,9	11,22	9,39	8,94	8,99	11,84	11,57	11,81	11,48	11,23	11,45	11,53	11,42	11,72	11,01	10,65	10,72	11,13	10,8	11,02
11	9	12	↘	-2 Citroën	11,67	11,59	11,53	9,73	9,69	9,74	11,71	11,56	11,6	12,07	11,99	11,88	11,34	11,18	11,12	10,16	10,19	10,29	11,12	11,03	11,03
12	7	5	↘	-5 Yves Rocher	10,83	11,06	11,33	11,08	11,11	11,52	11,48	11,5	11,72	11,74	11,94	11,99	11,08	11,25	11,36	10,49	10,53	10,88	11,08	11,2	11,44
13	14	9	↗	1 Danone	11,46	11,22	11,72	9,5	9,21	10,06	11,07	10,88	11,38	11,45	11,33	11,73	11,07	10,9	11,28	9,88	9,67	10,59	10,76	10,55	11,14
14	27	24	↗	13 Air France	11,51	10,99	10,95	8,13	7,95	8,49	10,33	9,77	9,95	12,29	11,62	11,61	10,91	10,36	10,28	11,1	10,21	10,68	10,75	10,16	10,35
14	23	17	↗	9 Darty	10,95	10,64	10,97	9,37	8,86	9,36	11,38	11,01	11,32	10,99	10,58	10,81	11,59	11,16	11,37	10,05	9,57	9,95	10,75	10,33	10,66
16	11	11	↘	-5 Doctolib	10,03	9,87	10,05	9,13	9,4	9,32	11,65	11,89	12,43	10,87	10,89	11,42	13,1	13,3	13,76	9,34	9,37	9,63	10,72	10,8	11,09
17	24	35	↗	7 Grand Frais	10,87	10,29	9,91	10,13	9,63	9,66	10,67	10,27	10,18	10,74	10,4	10,12	11,53	11,16	10,93	9,89	9,49	9,24	10,66	10,22	10,01
17	13	14	↘	-4 Intermarché	11,66	11,31	11,63	9,71	9,83	10,14	10,3	10,6	10,79	10,72	10,94	11,05	11,75	11,87	12,21	9,48	9,72	9,89	10,66	10,75	10,99
19	28	23	↗	9 La Poste	11,03	10,54	10,52	10,39	9,7	10,04	10,80	10,35	10,65	10,54	9,99	10,22	11,16	10,97	11,29	9,65	8,98	9,33	10,61	10,12	10,36
19	21	20	↗	2 Picard surgelés	10,59	10,24	10,5	9,21	9,09	9,42	11,42	11,19	11,3	10,86	10,68	10,86	11,83	11,66	11,86	9,61	9,34	9,79	10,61	10,38	10,63
21	30	22	↗	9 Chanel	11,39	10,86	11,15	8,44	8,17	8,52	10,7	10,09	10,52	13,09	12,91	12,95	8,99	8,48	8,92	11,2	10,6	10,85	10,59	10,11	10,46
22	28	30	↗	6 Christian Dior	11,52	10,9	10,83	8,4	8,18	8,42	10,66	10,11	10,19	13,09	12,81	12,58	8,68	8,46	8,64	11,17	10,67	10,69	10,55	10,12	10,19
23	16	16	↘	-7 Orange	11,1	11,16	11,32	9,14	8,73	9,2	11,24	11,33	11,6	10,8	11,01	11,24	11,3	11,37	11,67	9,38	9,4	9,7	10,53	10,53	10,82
24	32	25	↗	8 Engie	11,16	10,52	10,77	10,09	9,38	10,17	10,47	9,9	10,36	10,50	10,1	10,36	10,84	10,4	10,76	9,90	9,2	9,45	10,52	9,94	10,32
25	18	18	↘	-7 Carrefour	11,34	11,33	11,52	9,09	9,44	9,63	10,54	10,49	10,6	10,92	10,81	11,02	11,44	11,32	11,44	9,43	9,19	9,51	10,51	10,47	10,66

Le classement général des entreprises les plus admirées (2/2)

QUESTION : Quelle note de 0 à 20 donneriez-vous à cette entreprise en fonction de *...

2024 2022 2021				Evol vs 2022			2024 2022 2021			2024 2022 2021			2024 2022 2021			2024 2022 2021			NOTE GLOBALE / 20							
26	22	28	↓	-4	Boulangier	10,7	10,67	10,53	9	8,9	9,03	11,31	11,2	10,74	10,54	10,39	10,28	11,4	11,05	10,92	9,84	9,63	9,94	10,5	10,34	10,27
27	26	42	↓	-1	BlaBlaCar	9,85	9,71	9,12	11,14	10,77	10,07	10,63	10,47	9,94	10,58	10,1	9,6	12,22	11,64	11,16	8,65	8,56	8,24	10,49	10,21	9,67
28	34	38	↑	6	Groupe Bouygues (construction, médias, télécoms)	11,25	10,82	10,85	8,67	8,35	8,28	10,59	10,22	10,36	10,63	10,47	10,17	10,54	10,39	10,26	9,68	8,97	9,07	10,27	9,9	9,88
28	20	21	↓	-8	Yoplait	10,89	10,97	10,94	9,23	9,2	9,64	10,57	10,59	10,9	10,85	11,07	11,27	10,63	10,81	11	9,35	9,64	9,82	10,27	10,39	10,6
30	25	29	↓	-5	LeBonCoin	10,14	10,23	10,15	9,63	9,27	9,38	10,35	10,4	10,38	10,14	10,16	10,23	12,01	12,27	12,19	8,92	8,66	8,86	10,23	10,21	10,22
31	19	27	↓	-12	Bic	10,22	10,51	10,35	8,61	8,9	9,04	10,67	10,83	10,52	11,07	11,47	11,23	10,9	11,21	10,93	9,4	9,53	9,67	10,15	10,4	10,28
32	47	33	↑	15	Louis Vuitton	11,29	10,13	10,85	8,14	7,32	8,01	10,27	9,12	9,98	12,66	12,04	12,58	8	7,41	8,24	10,74	9,79	10,67	10,14	9,23	10,03
33	36	32	↑	3	Veolia	10,44	10,2	10,42	10,14	9,66	10,22	9,83	9,49	9,79	10,19	10	10,22	10,5	10,12	10,29	9,29	9,03	9,35	10,07	9,76	10,05
34	31	26	↓	-3	Auchan	10,84	10,78	11,12	8,79	8,86	9,26	10,04	10,07	10,18	10,27	10,36	10,52	10,98	10,87	11,17	9,09	8,96	9,33	10,05	10,02	10,31
35	35	34	=	=	Rungis (Marché de Rungis)	11,22	10,91	11,08	8,75	8,38	8,56	9,44	9,02	9,37	11,04	10,79	11,16	10,88	10,8	10,92	8,61	8,57	8,8	10,03	9,79	10,01
36	33	31	↓	-3	Total Energies (Groupe Total)	11,6	11,39	11,1	8,25	7,99	8,69	9,88	9,73	9,96	10,14	10,1	10,44	10	10,4	10,3	9,72	9,4	9,57	10,01	9,91	10,05
37	39	48	↑	2	Free	10,26	9,88	9,7	8,25	7,89	7,82	10,97	10,67	10,59	9,78	9,57	9,43	11,12	10,76	10,64	8,82	8,55	8,38	9,92	9,59	9,46
37	50	44	↑	13	Hermès	10,95	9,81	10,18	8,16	7,47	7,73	9,82	8,94	9,46	12,08	11,67	11,84	8,15	7,64	8,03	10,55	9,72	10,11	9,92	9,14	9,53
39	41	43	↑	2	Crédit agricole	10,45	10,22	10,23	8,86	8,59	8,71	9,87	9,46	9,5	10,39	10	9,98	10,02	9,64	9,69	9,58	9,12	9,4	9,88	9,52	9,61
40	NT	NT	NT	NT	Dassault	11,15	NT	NT	7,63	NT	NT	10,65	NT	NT	10,99	NT	NT	8,48	NT	NT	10,1	NT	NT	9,85	NT	NT
41	41	40	=	=	Système U	10,41	10,23	10,36	8,98	8,62	9,18	9,72	9,26	9,74	9,85	9,68	9,95	10,67	10,4	10,71	8,83	8,65	9,07	9,79	9,52	9,87
42	37	37	↓	-5	Andros	9,9	9,96	10	9,08	9,13	9,28	9,99	9,84	10,03	10,34	10,35	10,35	10,06	10,01	10,23	9,2	9,2	9,41	9,76	9,74	9,88
43	17	19	↓	-26	SNCF	10,59	11,26	11,23	10,17	10,25	10,31	9,46	10,23	10,38	8,73	10,32	10,42	9,61	10,85	11,22	9,51	9,95	10,13	9,72	10,52	10,65
44	44	41	=	=	Galeries Lafayette	10,33	10,04	10,28	8,02	7,61	7,98	9,66	9,39	9,67	11,37	11,42	11,57	9,3	9,2	9,55	9,54	9,45	9,81	9,69	9,49	9,8
45	43	45	↓	-2	Club Med	9,67	9,72	9,65	8,03	8,01	8,23	9,54	9,58	9,42	10,67	10,41	10,42	9,68	9,62	9,56	10,02	9,67	9,88	9,61	9,5	9,53
46	40	39	↓	-6	C discount	9,97	10,11	10,27	8,15	7,82	8,5	10,38	10,36	10,52	9,56	9,54	9,81	10,83	10,75	10,94	8,42	8,3	8,97	9,6	9,53	9,87
47	38	36	↓	-9	Sephora	9,8	9,94	10,02	8,37	8,31	8,5	10,15	10,11	10,43	10,23	10,53	10,64	9,58	9,84	10,12	9,24	9,46	9,77	9,56	9,7	9,92
48	45	47	↓	-3	Aéroports de Paris (ADP)	10,52	10,35	10,4	7,66	7,55	7,6	9,22	9,04	8,99	10,37	10,37	10,45	9,8	9,66	9,66	9,28	9,11	9,46	9,52	9,38	9,46
49	49	51	=	=	Crédit Mutuel	9,94	9,62	9,69	8,36	8,18	8,27	9,48	9,19	9,2	9,72	9,37	9,58	9,89	9,5	9,48	9,32	8,97	9,22	9,48	9,16	9,26
50	56	53	↑	6	La Française des jeux	10,24	9,56	10,11	7,80	7,36	7,45	10,29	9,66	9,92	9,68	9,32	9,58	9,01	8,62	8,97	9,37	9,02	9,03	9,43	8,94	9,22

Le podium des entreprises les plus admirées



Les podiums par dimension



	Performance	Responsabilité environnementale	Innovation	Statut	Utilité au quotidien	Marque employeur
1	 12,35	 11,137	 12,91	Dior 13,089	 13,10	 11,59
2	 12,31	 11,136	 12,30	 13,086	 12,84	 11,49
3	 12,27	 11,08	 12,12	 12,77 ↑ ENTRÉE DANS LE PODIUM	 12,58 ↑ ENTRÉE DANS LE PODIUM	 11,33

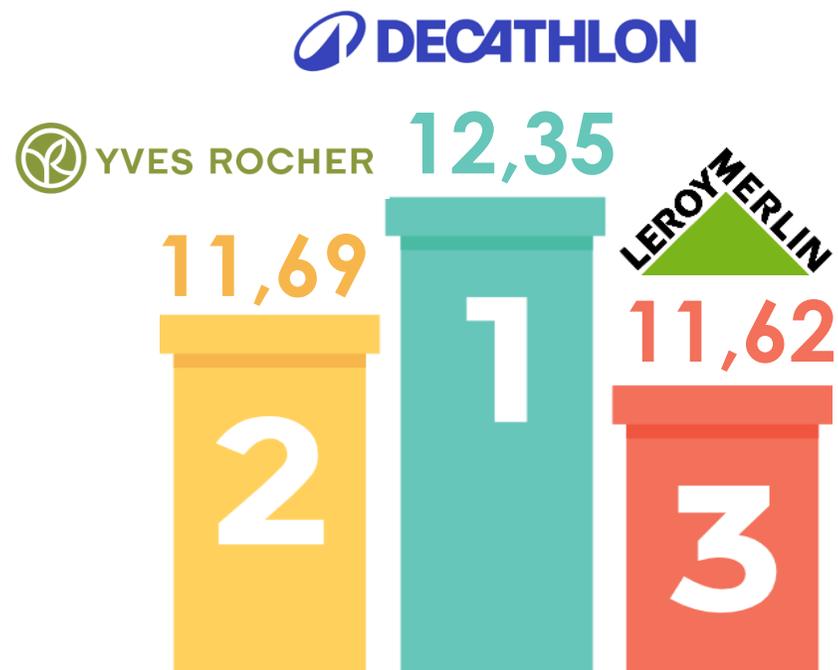
Les podiums des hommes et des femmes



Le classement des hommes



Le classement des femmes



Les podiums des moins de 35 ans et des plus de 35 ans



Le classement des moins de 35 ans



Le classement des plus de 35 ans



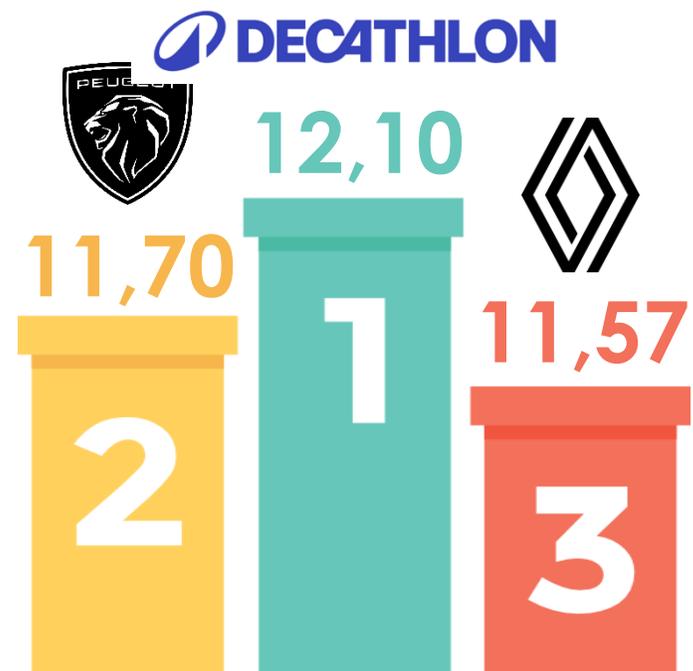
Les podiums de l'Île-de-France et de la Province



Le classement de l'Île-de-France



Le classement de la Province



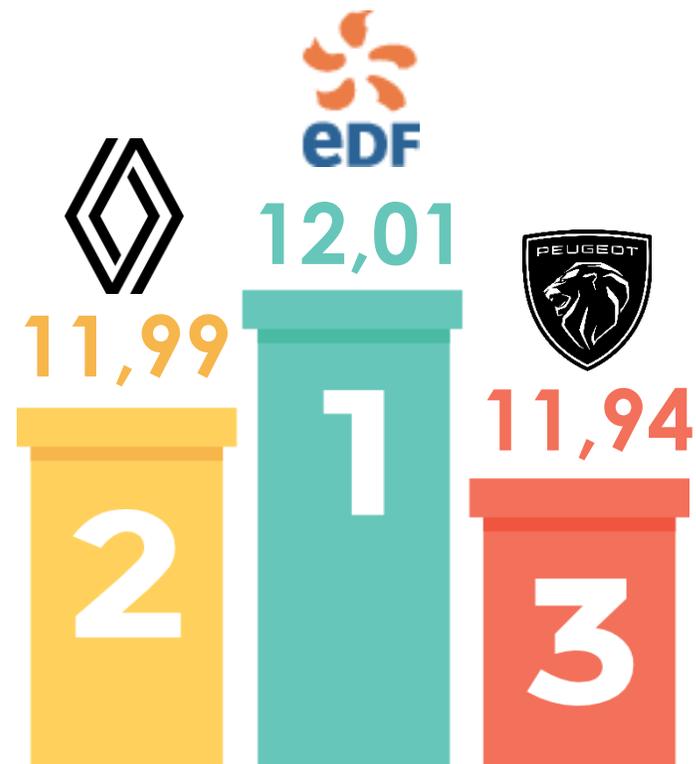
Les podiums des actifs et des inactifs



Le classement des actifs



Le classement des inactifs





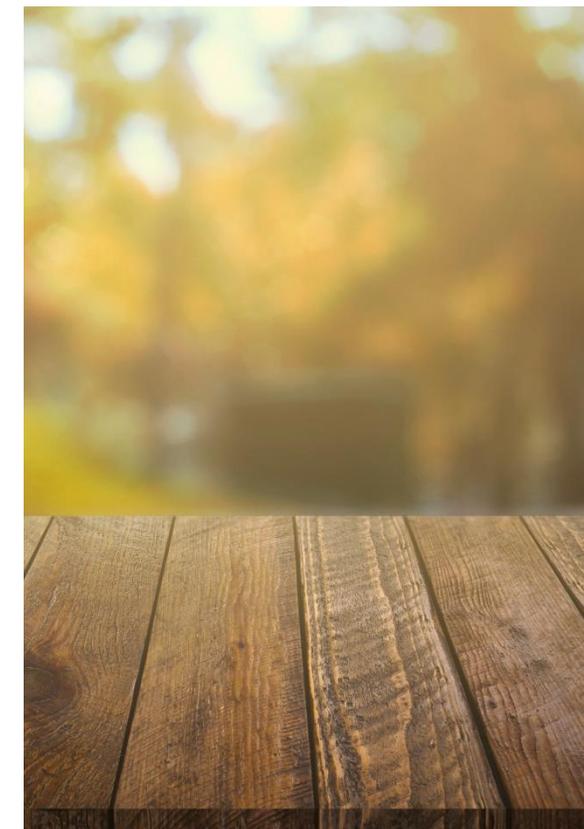
03

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

1 Capacité à améliorer leur quotidien et impact sur l'économie demeurent au fondement de l'appréciation qu'ont les Français des entreprises



- **Le classement de la contribution de 6 dimensions à l'appréciation d'une entreprise française reste stable depuis 2019.** L'impact sur l'économie demeure le point le plus important (contribution à hauteur de 19,8%, comme la vague précédente). Cette année, le rôle déterminant de la capacité d'une entreprise à améliorer le quotidien des Français se confirme (contribution à hauteur de 18,7% vs 18,6% en 2022), tout comme l'envie qu'elle suscite d'y travailler (17,2% vs 17,1%). En revanche, **l'écart se creuse entre la capacité à proposer des produits innovants (15,9% vs 15,7%) et son implication en matière environnementale, qui décroît (14,6% vs 15,4%),** revenant à un niveau similaire à 2021.
- **En 2024, le pouvoir d'achat reste au cœur des préoccupations des Français.** Selon l'enquête Ifop-Fiducial pour Sud Radio, le recul de l'inflation et l'augmentation du pouvoir d'achat constituent le principal souhait des Français pour l'année 2024 (60% le citent), bien devant les mesures fortes en matière de climat (citées par 21% des répondants)¹, signe que la problématique de la « Fin du mois » prend le pas sur la « Fin du monde ». **Ce constat se ressent dans les priorités des Français vis-à-vis des entreprises : l'impact sur l'économie et la capacité d'une entreprise à améliorer leur quotidien.**
- **La note globale moyenne des 50 premières entreprises du classement atteint 10,46**, en progrès par rapport à 2022 (10,25), et ce après une baisse constante depuis 2020 (10,43 en 2021 et 10,52 en 2020). Il apparaît que les entreprises ont, cette année, davantage répondu aux attentes des Français. On peut également supposer que si la crise inflationniste continue de peser dans le quotidien des Français, ceux-ci commencent à sortir, petit à petit, de leur morosité, ce qui rejaillit sur le regard porté aux entreprises. Si les Français sont encore loin d'être majoritairement optimistes (seulement 32% en janvier 2024, selon une enquête Ifop-Fiducial pour Sud Radio), on observe malgré tout une dynamique plus positive qu'en août 2022. Lors de la précédente vague de ce baromètre JDD, le moral des Français était sur une dynamique négative, chutant à 25%. Aujourd'hui, on observe une dynamique plutôt à la hausse².



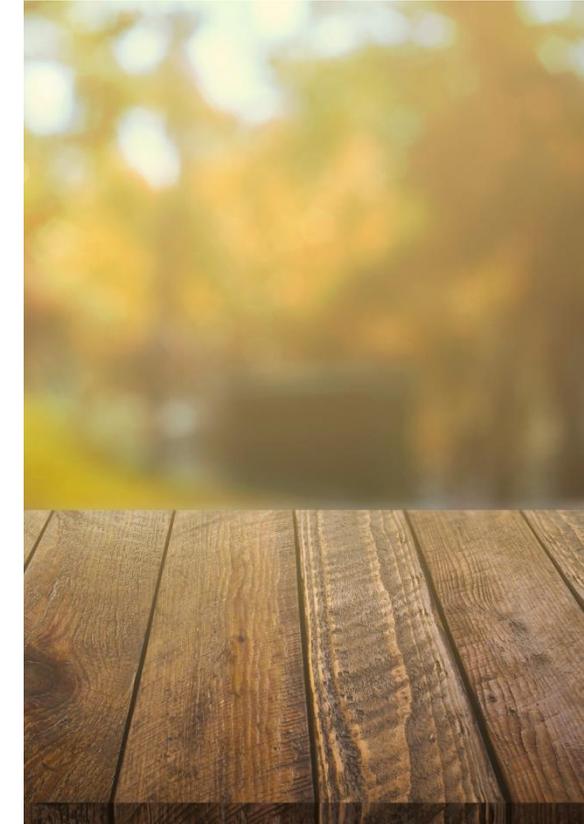
¹ Enquête Ifop-Fiducial pour Sud Radio menée auprès d'un échantillon de 1 002 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 19 au 20 décembre 2023.

² Enquête Ifop-Fiducial pour Sud Radio menée auprès d'un échantillon de 1 002 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 3 au 4 janvier 2024.

2 Décathlon et Peugeot demeurent les deux entreprises favorites, Leroy Merlin arrive en 3^{ème} position



- **Décathlon reste sans conteste l'entreprise préférée des Français et conserve sa 1^{ère} place du classement pour la quatrième année consécutive.** Elle obtient une note de 12,27 (contre 12,18 en 2021). Peugeot arrive de nouveau en deuxième place sur le podium avec 11,64, resserrant quelque peu l'écart avec le numéro un (0,59 point, contre 0,72 en 2022). **Les piliers de la bonne image de Décathlon sont pluriels et reposent à la fois sur la capacité à proposer des produits ou des services innovants et l'envie qu'elle suscite d'y travailler.** L'entreprise arrive en tête sur ces deux critères, et en seconde position sur deux autres dimensions (responsabilité environnementale – même si elle est au coude-à-coude avec BlaBlaCar – et utilité au quotidien). Enfin, elle décroche la troisième position sur la dimension de la performance. Preuve de sa domination dans le cœur des Français, Décathlon arrive en première position aussi bien auprès des moins de 35 ans que de leurs aînés, des habitants d'Ile-de-France que de ceux de province, et des actifs comme les femmes. Un point notable, Decathlon n'arrive plus en tête des entreprises préférées des inactifs, contrairement à la vague précédente, et se retrouve en 4^{ème} position.
- **La troisième position revient à Leroy Merlin. Si l'entreprise se disputait cette place avec Leclerc en 2022, l'enseigne s'impose, et Leclerc, pourtant en troisième position depuis 2021, chute en 7^{ème} position.** Comme l'année précédente, Leroy Merlin apparaît très convaincant sur l'innovation de ses services et de ses produits, confirmant sa deuxième position sur cette dimension. Elle rentre également sur le podium des entreprises jugées les plus utiles dans le quotidien des Français, un aspect central dans l'appréciation des Français. Le confinement a pu générer une forme d'engouement pour le bricolage, et aujourd'hui encore, Leroy Merlin demeure une enseigne « du quotidien », ancrée positivement dans l'esprit des Français.
- De nouveau cette année, **les constructeurs automobiles** (Peugeot, Renault, Michelin, Citroën) émergent dans le haut du classement et conservent leur place voire la renforcent – exceptée Citroën qui perd deux places, mais reste assez haut dans le classement à la 11^{ème} position. Le secteur voisin de l'aéronautique progresse également. Airbus gagne deux places (8^{ème} position vs 10^{ème}) et Air France s'illustre par une progression importante (14^{ème} place vs 27^{ème} place). Cette progression d'Air France apparaît également comme un rattrapage, après une période marquée par la crise sanitaire et les restrictions, qui impactaient les voyages. Ces entreprises du secteur automobile et aéronautique participent plus que jamais à faire rayonner les capacités industrielles françaises, et s'illustrent tant sur la performance, l'innovation ou le statut. Les pouvoirs publics ont également à cœur de mettre en lumière ce savoir-faire français.



3 Au sein du Top 50, un nombre conséquent d'entreprises enregistre des fluctuations importantes

- **Si la question du pouvoir d'achat demeure prégnante dans les préoccupations des Français, ces derniers se montrent plus critiques des enseignes de grandes distributions.** Leclerc perd 4 places (passant de la 3^{ème} à la 7^{ème} place), Intermarché 4 également (13^{ème} à la 17^{ème} place), Carrefour 7 places (18^{ème} à la 25^{ème} place), Auchan (-3 places, de la 31^{ème} à la 34^{ème} place) et C discount (-6 places, 40^{ème} à 46^{ème}). Les Français semblent donc déçus par la manière dont la grande distribution s'est emparée d'une crise inflationniste qui s'éternise.
- **Après une année 2022 difficile pour les entreprises dans le secteur du luxe, 2024 est marquée par un regain de ce secteur. Toutes les entreprises testées connaissent une progression (par exemple L'Oréal, 9^{ème} position vs 14^{ème}, Chanel en 21^{ème} position vs 30^{ème}, Dior en 22^{ème} position vs 28^{ème}). Hermès – qui entre dans le top 50 – et Louis Vuitton enregistrent les progressions les plus importantes, toutes entreprises confondues (respectivement +13 et +15 places).** Ces entreprises progressent sur l'ensemble des dimensions testées, et on peut y voir une dynamique inversée par rapport à la grande distribution.
- **Yves Rocher perd 5 places, passant de la 7^{ème} place à la 12^{ème}. Mais surtout, il n'est plus à la première place sur le podium des entreprises les mieux évaluées sur leur impact environnemental, au profit de BlaBlacar. Et ce alors qu'Yves Rocher était resté invaincu depuis la création de ce baromètre.** L'entreprise de cosmétiques ne perd que 0,03 point sur cette dimension, mais se retrouve rattrapée par d'autres, qui paraissent peut-être plus dynamiques et volontaires sur la question. En moyenne, parmi les 50 entreprises préférées des Français, on mesure une augmentation de 0,22 point, signe que les entreprises françaises paraissent un peu plus crédibles aux yeux des Français sur ces enjeux environnementaux.
- **SNCF connaît la baisse la plus importante dans cette vague : l'entreprise perd 26 places et chute à la 43^{ème} position. Si les Français se montrent plus critiques à l'égard de SNCF sur l'ensemble des dimensions testées, leurs reproches se concentrent plus particulièrement sur sa capacité à donner une bonne image de la France (-1,59) et sa capacité à améliorer leur quotidien (-1,24).** Cette chute peut notamment s'expliquer par le contexte pendant lequel les Français ont été interrogés : le début des vacances d'hiver a été marqué par des grèves à la SNCF. En outre, des syndicats ayant fait planer un mouvement de grève durant les JOP de Paris, cet élément peut expliquer également que certains Français estiment que l'entreprise ne participe pas au rayonnement de la France, lors d'un évènement d'envergure internationale.

