Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Laurent Garcia le 3 avril 2025

Ces marques vauclusiennes préférées des Français



Alors que L'Arbre Vert, leader français des produits d'entretien et d'hygiène corporelle écologiques basé aux Taillades, vient d'être élue Marque de l'année 2025 dans la catégorie des marques engagées, d'autres marques vauclusiennes figurent aussi dans ce classement.

Ce palmarès initié depuis 15 maintenant par l'institut d'études Opinion way regroupe près de 1 300 marques. Pour l'établir, l'enquête 2025* s'est appuyé sur un échantillon représentatif de 4 900 personnes.
Ainsi, pour la première fois c'est une marque non alimentaire (la marque BIC) qui se hisse à la 1re place. Elle devance Samsung, (qui conserve sa 2e place) et Bonne Maman. Les marques Barilla, Saint-Michel, Lu, La Laitière Côte-d'Or, Moulinex et Lindt complètent le top 10 national.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Laurent Garcia le 3 avril 2025

LE TOP 30 DE L'OBSERVATOIRE 2025

N°1 BIC

2	SAMSUNG
3	BONNE MAMAN
4	BARILLA
5	ST MICHEL
6	LU
7	LA LAITIÈRE
8	CÔTE D'OR
9	MOULINEX
10	LINDT
11	PANZANI
12	AMORA
13	CRISTALINE
14	TEFAL
15	AMAZON
16	NESTLÉ DESSERT
17	PRÉSIDENT
18	ALSA
19	BOSCH
20	DECATHLON
21	GOOGLE
22	SEB
23	LE PETIT MARSEILLAIS
24	MAILLE
25	PETIT NAVIRE
26	MAGNUM
27	PHILIPS
28	LUSTUCRU
29	ELLE & VIRE
30	NIVEA

Les consommateurs refont confiance aux marques

Après une tendance générale à la baisse depuis 15 ans sauf pendant les années covid, suivie d'une certaine prudence en 2024, la côte d'amour des Français pour les marques repart à la hausse. Cet Observatoire 2025 révèle ainsi que 81% des Français font confiance aux marques et près de 3 Français sur 4 attachent de l'importance aux marques qu'ils achètent. Cette importance est encore plus prononcée : dans chez les jeunes de18 à 24 ans les produits d'hygiène-beauté et l'alimentaire, marquant une recherche de réassurance sur la qualité sanitaire des produits, (83%) qui sont particulièrement en attente d'innovation, d'engagement et d'écoute de la part des marques.

« Les marques du quotidien reprennent cette année subtilement des places dans le cœur des Français, confirme Frédéric Micheau, directeur adjoint chez Opinion way. Les attentes des consommateurs sont en pleine mutation, notamment celles des jeunes générations qui attendent de l'engagement et de l'innovation. Mais on saisit aussi à travers ces chiffres l'attachement réel des Français aux marques patrimoniales, authentiques et proches d'eux : ces marques, qui ont toujours fait partie de leur paysage, les rassurent. »

Ces vauclusiens qui se 'décarcassent'

En Vaucluse, les marques d'épices 'Ducros' et d'aides au dessert 'Vahiné' du groupe américain McCormick se classe respectivement aux 32e et 37e rangs des 1 300 marques figurant dans cet observatoire. Une bonne nouvelle pour ce 'pilier' de l'industrie agro-alimentaire vauclusienne dirigé depuis 2022 par Arnaud Ronssin et employant près de 600 salariés sur ses 3 sites vauclusiens à Avignon, Carpentras et Monteux (pour un chiffre d'affaires passé de 370M€ en 2022 à 404M€ en 2023).

Toujours dans le domaine de l'agro-alimentaire, on retrouve Charles & Alice qui apparaît en 411e place. La société dirigée par Thierry Goubault et historiquement implantée à Monteux, est notamment devenue la première du secteur du dessert aux fruits à devenir une entreprise à mission il y a tout juste 1 an.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Laurent Garcia le 3 avril 2025



Charles & Alice (411e), Ducros (37e) et Vahiné (32e) font partie des marques préférées des Français. Crédit : DR

Dans le bassin économique d'Avignon, à Châteaurenard, où se trouve son nouveau siège social, les boulangeries Marie Blachère pointent en 485e position. Troisième chaîne de restauration rapide en France (derrière McDonalds et Burger King), 2e enseigne la plus attractive dans l'alimentation spécialisée, figurant dans le top 10 des entreprises ayant le plus contribué à la consommation des Français en 2024, Marie Blachère compte environ 12 000 collaborateurs répartie dans près de 850 points de vente en France, Belgique, Portugal, Etats-Unis, Canada et Luxembourg. Le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 1,1 milliard d'euros en 2023.
Enfin, C'est qui le patron ?! marque de 'cœur' pour les Vauclusiens, se classe 647e. Pour rappel cette société coopérative d'intérêt collectif dans le secteur agroalimentaire a été co-créée en 2016 par Nicolas Chabanne, ancien chargé de la communication des communes d'Avignon et de Velleron et membre actif pendant plusieurs années de la Confrérie de la fraise de Carpentras.

Tir groupé pour Châteauneuf-de-Gadagne
Par ailleurs toujours en Vaucluse, le site de l'Européenne d'Embouteillage à Châteauneuf-de-Gadagne repris par le groupe japonais Suntory en 2010 produit également les marques : Pulco (126e marque préférée des Français), Orangina (133e), Schweppes (209e), Oasis (303e) et May Tea (667e).
Orangina qui, auparavant avait déjà été désignée marque préférée dans la catégorie soda devant Schweppes et Oasis.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Laurent Garcia le 3 avril 2025



Orangina s'est hissée sur la 1re place du podium en obtenant le plus grand nombre de 'J'aime' après une étude réalisée du 29 au 30 mai 2024, avec le panel d'Opinion way, auprès d'un échantillon représentatif de 1033 personnes de la population française de 18 ans et plus.

L'usine créée en 1965 emploie près de 140 salariés permanents dirigés par Alexandre Dupont. Ces deux lignes d'embouteillages (une pour les canettes et une autre pour les bouteilles) permettent une production annuelle d'environ 301 millions d'unités soit l'équivalent de 172 millions de litres par an. Cela représente 19% des volumes produits par Suntory beverage & food France.

Seule site du groupe en France à produire des canettes de 15cl ou 25cl et du Pulco 1,5l, elle est la plus petite usine du groupe. Cependant, en termes d'Efficacité globale des équipements (OEE) elle se classe en tête des sites de production du groupe France, mais aussi à l'échelle européenne, et ce depuis plusieurs années.
« Sa localisation la positionne stratégiquement pour la distribution de la production dans tout le Sud de l'hexagone », explique Suntory.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Laurent Garcia le 3 avril 2025



Le site de production de Châteauneuf-de-Gadagne est le 1er en Europe en termes d'Efficacité globale des équipements (OEE) du groupe Suntory. Crédit : DR

**Sondage réalisé du 6 au 19 janvier 2025 par l'institut d'études Opinion way 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 leurs logos 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 8 réponses parmi : est une marque utile, engagée, digne de confiance, proche de moi, accessible, de qualité, innovante, que j'apprécie pour son goût, aucun de ces qualificatifs).*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !