

Ecrit par le 18 mai 2026

Le Pontet : Liebig élue marque préférée des Français



Liebig vient d'être désignée* marque préférée des Français dans la catégorie 'marques de soupes'. Elle s'est hissée sur la 1^{re} place du podium devant l'ensemble des marques de soupes vendues en GMS (rayons frais et ambiant), devant Knorr (n°2) et Royco (n°3). Liebig obtient notamment la première place dans les domaines du goût, de la confiance, de l'innovation et de la qualité.

En Vaucluse depuis 1962

Aujourd'hui leader du marché des soupes liquides au rayon ambiant avec 51,4% de parts de marché en valeur (+2,8 points par rapport à l'année dernière dans un marché évalué à 308M€), la marque reprise à Continental foods par le groupe espagnol GB Foods en 2019, produit ses soupes dans son usine du Pontet.

Le site vaclusien emploie actuellement 200 personnes. Il a vu le jour en 1962. L'usine a d'abord été spécialisée dans les soupes en conserve puis, en 1986, elle a été la première à produire des soupes en briques.

Ecrit par le 18 mai 2026



Des recettes élaborées par des chefs cuisiniers, directement produites ensuite sur site. Après la cuisson des légumes, les soupes sont chauffées à très haute température en quelques minutes pour permettre leur stérilisation, avant d'être mises en briques dans un environnement stérile. Cela permet d'éviter ainsi l'ajout de conservateur. Il s'agit d'une des plus importantes unités de production de soupe aseptique au monde.

« Liebig est aujourd'hui le leader de sa catégorie et continue de se développer, constate [Charlotte Bizard](#), chef de produits chez Liebig. Obtenir la distinction 'Marque Préférée des Français' est un honneur, et indique la préférence des consommateurs. Cela vient couronner tout le travail fait par nos équipes depuis plusieurs années sur le goût et la naturalité de nos recettes. »

Ecrit par le 18 mai 2026



L'usine du Pontet est l'une des plus importantes unités de production de soupe aseptique au monde.
Crédit : Liebig/DR

« Les consommateurs veulent acheter des soupes qu'ils ne pourraient pas faire eux-mêmes. »

[Charlotte Bizard](#), chef de produits chez Liebig

« En tant que leader de la catégorie, nous avons un rôle à jouer sur la transformation de cette catégorie », poursuit Charlotte Bizard. Dans cette logique, Liebig a ainsi entamé il y a 6 ans un gros chantier de rénovation de ses recettes, qui sont désormais cuisinées avec 100% d'ingrédients naturels, sans aucun ajout d'additifs.

Au fil des années, la marque vauclusienne a développé une gamme de plus de 60 recettes : Les Classiques, Les Bio, Les Familiales, Les Terroirs, Les Gourmandes ...

« Les consommateurs veulent acheter des soupes qu'ils ne pourraient pas faire eux-mêmes, constate la chef de produit. C'est pourquoi Liebig a développé la gamme Les Exotiques avec des recettes comme 'Voyage en Thaïlande', 'Voyage en Inde', 'Voyage en Chine'... Des soupes aussi savoureuses qu'originales, qui connaissent un fort succès auprès des consommateurs. »

46 000 tonnes de soupe

L'an dernier en volume, la marque qui est née en Allemagne en 1865 avant de s'implanter en France en

Ecrit par le 18 mai 2026

1919 puis dans le Vaucluse il y a 62 ans, a vendu 46 000 tonnes de soupe, sur un marché total de 100 600 tonnes qui se concentre sur l'hiver.

L'usine du Pontet affiche une capacité de production de l'ordre de 100 000 tonnes de soupe par an (60 000 tonnes de soupes liquide et l'équivalent de 40 000 tonnes de soupe déshydratée sous la marque Royco). Le site dispose également d'un centre de recherche et de développement international implanté depuis 2007. Depuis 2018, l'usine est également reliée au réseau vapeur de l'incinérateur de Vedène. De quoi réduire ses émissions de CO2 de l'ordre de 75%.



Le site de production du Pontet est implanté en Vaucluse depuis 1962.; il emploie 200 personnes.
Crédit : Liebig/DR

Laurent Garcia

**Etude réalisée du 18 au 19 septembre 2024, sur le panel d'OpinionWay, auprès d'un échantillon représentatif de 1061 personnes de la population française de 18 ans et plus.*

Ecrit par le 18 mai 2026

Rachat de Go Nuts : Un Air d'ici crée une véritable filière de 'la graine à l'assiette'



La société vaclusienne '[Un Air d'ici - Juste bio](#)' vient de profiter de la tenue du [salon Natexpo](#) pour annoncer l'acquisition de la PME 'Go Nuts' située à Genas juste à côté de Lyon. Spécialiste des pâtes à tartiner, beurres et purées d'oléagineux 100% Bio, l'entreprise a été fondée en 2016 par Raissa Caussanel, pâtissière, et son mari [Marc Caussanel](#). Depuis, la société d'une dizaine de collaborateurs aujourd'hui a connu une trajectoire exponentielle sur son marché notamment grâce à son produit phare, le beurre de cacahuète. En s'adossant à 'Un Air d'ici', leader Français des fruits secs et graines bio en vrac, 'Go Nuts' souhaite notamment se renforcer sur son cœur de métier en magasins spécialisés bio.

« Go Nuts et Juste bio resteront des marques à taille humaine. »

Ecrit par le 18 mai 2026

[Franck Bonfils](#), fondateur et président d'Un Air d'Ici

« Allier nos forces, conserver l'identité et l'indépendance de chacun tout en mutualisant les engagements vertueux, c'est tout le sens de ce rachat, explique [Franck Bonfils](#), fondateur et président d'Un Air d'Ici aujourd'hui installé à Carpentras depuis 2006 après avoir vu le jour à Gigondas en 2000. Go Nuts et Juste bio resteront des marques à taille humaine, actives sur leurs réseaux de distribution respectifs, mais cultiveront leurs valeurs et leur ADN communs : proposer une alimentation plus saine, plus gourmande, et plus respectueuse de l'environnement. »



Crédit : Go Nuts/DR/Un Air d'Ici

Devenir une marque référente du réseau bio

« Nous sommes particulièrement heureux de cette nouvelle étape dans le développement de Go Nuts, complètent Raissa et Marc Caussanel. Le choix du rapprochement avec Un Air d'Ici fait sens pour nous car nous partageons un ADN commun autour de 3 piliers qui sont : développer des produits d'excellence, avec des équipes engagées et en adéquation avec les enjeux environnementaux. Enfin, Un Air d'Ici et Go Nuts partagent une vision commune de l'alimentation à la fois saine et gourmande. Avec l'appui d'Un Air d'Ici, Go Nuts a les moyens de poursuivre sa croissance pour les années à venir et de devenir une marque référente du réseau Bio. »

« Nous partageons un ADN commun. »

Raissa Caussanel, pâtissière, et son mari [Marc Caussanel](#), fondateurs de Go Nuts

Ecrit par le 18 mai 2026

Mutualisation des ressources

Pour cela, Go Nuts ambitionne ainsi grâce à ce soutien de devenir la marque préférée des consommateurs de beurres et purées d'oléagineux en magasins spécialisés bio et compte accélérer sa croissance et ses investissements tout en bénéficiant de fortes synergies avec le groupe vauclusien qui comprend désormais 135 collaborateurs pour un chiffre d'affaires de plus de 75M€ (plus de 120 collaborateurs et 71M€ de CA pour Un Air d'Ici en 2023).

Pour les deux entreprises « ce rapprochement permet de créer une véritable filière 'de la graine à l'assiette' autour des fruits secs en intégrant toutes les étapes de transformation et de distribution en France. Il permet également de renforcer l'expertise du groupe sur son cœur de métier le fruit sec, en garantissant une traçabilité et une qualité irréprochables. »

« L'ambition est claire : continuer sur le chemin de la croissance, grâce à la mutualisation des expertises et savoir-faire entre les marques d'Un Air d'Ici, tout en laissant une grande autonomie de fonctionnement à chacune d'elle » complète Franck Bonfils dont la société transforme chaque année plus de 5000T de fruits secs et graines bio dans [la 1^{re} usine agro-alimentaire zéro plastique d'Europe](#) mise en service fin 2020 et inaugurée début 2021. Une production expédiée ensuite dans plus de 5000 points de vente avec des engagements forts autour de la réduction du gaspillage alimentaire et des emballages polluants.

['Juste bio' lance la 1re usine agro-alimentaire zéro plastique d'Europe](#)

Kookabarra ajoute les fruits à noyaux à son catalogue

Ecrit par le 18 mai 2026



L'entreprise cavaillonnaise [Kookabarra](#), fabricant de jus de fruits frais, innove et élargit sa gamme de jus et smoothies en se lançant dans les fruits à noyaux. Mangue, cerise, prune... Il y en a pour tous les goûts !

Née en 2006, l'entreprise Kookabarra, implantée à Cavaillon, est spécialisée dans la fabrication de jus frais à base de fruits et légumes provenant d'exploitations majoritairement locales. Forte de plus de 30 références, l'entreprise vaclusienne élargit encore sa gamme de jus et smoothies avec les fruits à noyaux. Une nouveauté qui vient répondre à une demande croissante de la part des clients, notamment les professionnels.

Pour étoffer sa gamme, Kookabarra a dû faire l'acquisition de machines professionnelles de dénoyautage, ce qui représente un investissement de 25 000€. Ainsi, les clients pourront désormais s'approvisionner en jus et purées de pêches et abricots récoltés en Ardèche, de cerises récoltées à seulement 30 km de la fabrique, ou encore de mangues. Cette gamme est destinée aux professionnels du secteur CHR (Café-Hôtellerie-Restaurant), qui représente 97% de la clientèle de Kookabarra.

Parmi les nouvelles recettes, on trouve le smoothie 'Fruits du verger' composé de pommes, d'abricots et de pêches jaunes et blanches. De quoi faire le plein de vitamines. Les clients pourront également découvrir un jus de cerises 100% Provence et 100% gourmandise.

Ecrit par le 18 mai 2026

[Avec Kookabarra, vos jus sont vauclusiens](#)

Avec Kookabarra, vos jus sont vauclusiens



Kookabarra, fabricant de jus de fruits frais, dévoile trois nouveautés de l'été. L'occasion pour l'entreprise, basée à Cavaillon, d'organiser une visite de ses locaux, mais aussi d'inviter un chef, **Pascal Ginoux**, à préparer quelques recettes avec les produits Kookabarra.

Ecrit par le 18 mai 2026

C'est lors d'une journée chaude et ensoleillée que [Jérémy Marcuccilli](#), président et fondateur de Kookabarra, a décidé d'organiser une visite de son entreprise. Née en 2006, l'entreprise, aujourd'hui implantée à Cavaillon, est spécialisée dans la fabrication de jus frais. Kookabarra prône des fruits et légumes de qualité, récoltés dans des exploitations locales pour la grande majorité (plus de 80% à moins de 30 km).

Après un accueil chaleureux, une citronnade pour se rafraîchir, direction l'usine où il fait seulement 4 degrés. C'est là où toute la magie opère pour créer des produits sains et qualitatifs grâce à la technologie High Pressure Proceeding (HPP) qui permet la préservation des jus sans aucun additif, mais avec une qualité gustative inégalable, comme pour les trois nouveautés que propose Kookabarra : les gaspachos concombre-menthe-citron et tomate-celeri-basilic, et le virgin mojito.

De l'exploitation à l'usine cavaillonnaise

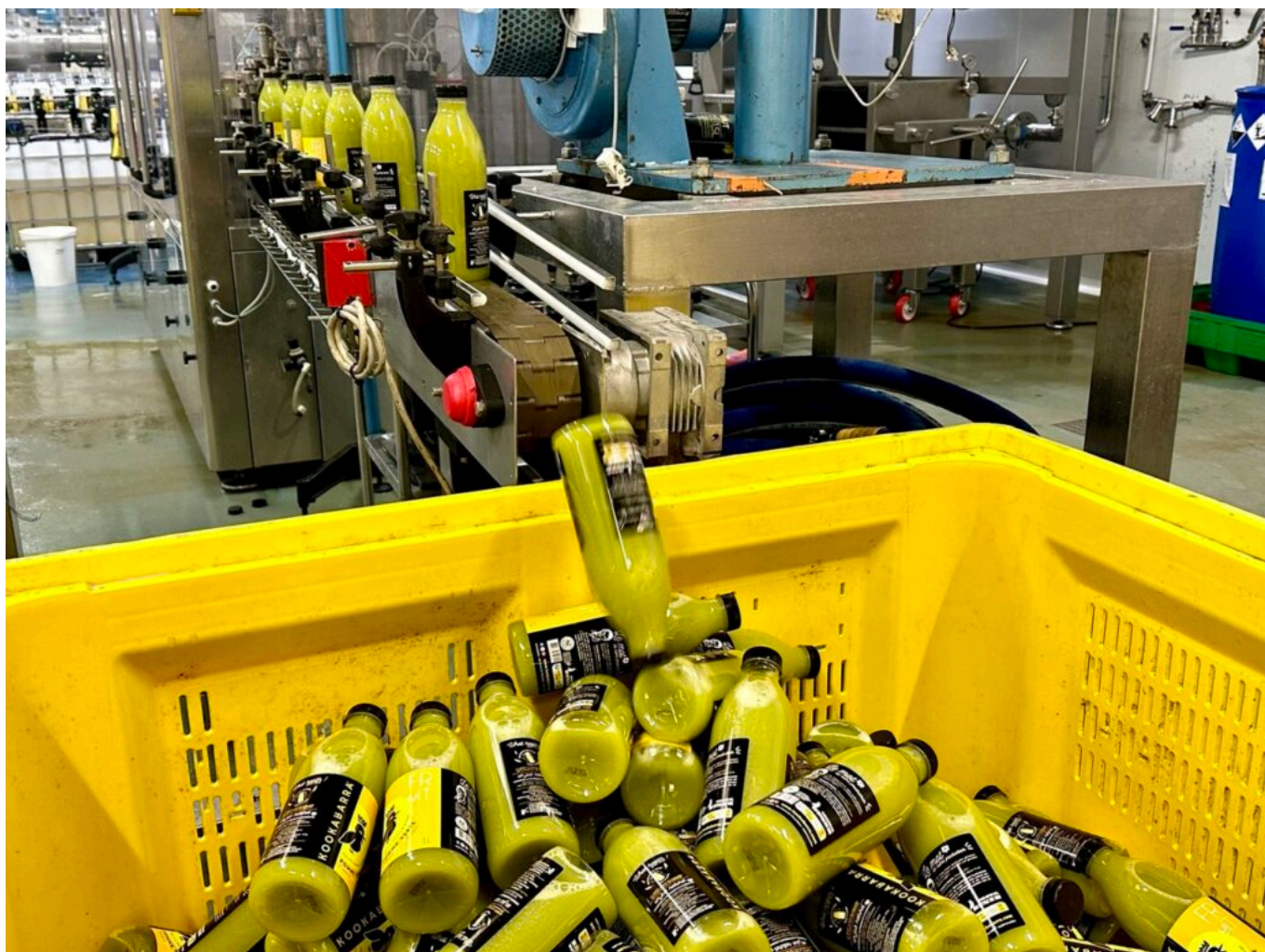
Chaque jour, l'usine Kookabarra réceptionne plusieurs centaines de kilos de fruits et légumes. Oranges, fraises, cerises, tomates, pommes, carottes, et bien d'autres. « Ces produits bruts ont un certain taux de sucre et d'acidité à respecter afin qu'on puisse les transformer en jus », explique Jérémy Marcuccilli. Une fois toutes les cases du cahier des charges cochées, les fruits et légumes sont prêts à passer à l'étape suivante.

« On porte une attention particulière sur la qualité et la quantité des matières premières. »

Jérémy Marcuccilli

Seuls les plus beaux produits sont conservés pour les jus, afin que le jus soit beau et bon. « Le client peut directement attester, par l'aspect visuel, de la qualité du jus », ajoute Jérémy. Le pilote de ligne se charge d'ôter les fruits et légumes abîmés, qui sont destinés à l'alimentation animale ou à la méthanisation à l'Isle-sur-la-Sorgue. Puis vient le pressage à froid. Il faut que le jus soit à 2 degrés pour qu'il puisse être embouteillé, et il doit rester entre 5 et 15 minutes dans la cuve, pas plus, pas moins !

Ecrit par le 18 mai 2026



La pomme verte était à l'honneur lors de la visite de l'usine ce jeudi 6 juin.

La technologie High Pressure Proceeding

La particularité de Kookabarra réside dans l'utilisation de la technologie HPP. Alors que l'industrie traditionnelle se tourne plutôt vers les conservateurs, la chaleur, les ultraviolets, ou encore les radiations pour la conservation des jus, l'entreprise vauclusienne, elle, opte pour la pression hydrostatique de 6000 bars et une température très froide comprise entre 4 et 10 degrés.

Aussi appelée la « Pascalisation », cette technologie a été introduite en France pour la première fois par Kookabarra en 2020. Le procédé HPP permet de maintenir toutes les qualités gustatives, mais aussi nutritionnelles, des fruits et légumes. Ainsi, les jus peuvent se conserver jusqu'à 150 jours avant ouverture des bouteilles, qui sont 100% recyclables. Soucieuse de l'environnement, l'entreprise a opté pour cette technologie aussi car elle requiert un équipement qui ne consomme que de l'eau et de l'électricité, sans aucune émanation de gaz ou autre polluant. C'est ainsi que Kookabarra produit environ

Ecrit par le 18 mai 2026

30 000 bouteilles par jour.

Des jus de fruits de saison ?

Kookabarra produit différents jus, qui requièrent des fruits et légumes qui se cultivent à différentes saisons. Pourtant, certains jus se consomment toute l'année, c'est le cas notamment du classique jus d'orange, un incontournable du petit-déjeuner. Et même si l'entreprise est capable de produire des jus avec des fruits et légumes qui ne sont plus de saison en les conservant sous forme de purée pendant 6 mois après leur récolte, Jérémie Marcuccilli souhaite changer la donne.

« Je milite sur le fait de faire des jus en fonction des saisons, donc pas de jus d'orange, même si c'est une institution, quand ce n'est pas la saison par exemple », explique-t-il. Malheureusement, c'est encore difficile pour les professionnels, notamment les hôteliers, d'abandonner le jus d'orange entre juin et janvier, lorsque ce n'est pas la saison du fruit. Il y a encore trop de demande de la part des clients qui en consomment au petit-déjeuner. C'est une problématique à laquelle Kookabarra va s'attaquer sur les prochaines années.



©Kookabarra

Un choix minutieux des producteurs

Ecrit par le 18 mai 2026

Un autre aspect sur lequel l'entreprise cavaillonnaise ne lésine pas, c'est le choix des producteurs avec lesquels elle travaille. C'est pourquoi elle a fait le pari du local, avec la plupart d'entre eux se situant en Vaucluse. Les pommes viennent de Cavaillon, les carottes de Gordes, les raisins de Lagnes, la grenade de l'Isle-sur-la-Sorgue, tout comme les concombres, les épinards et les céleris, et bien d'autres.

Évidemment, certains fruits nécessitent d'aller chercher plus loin, comme l'orange en Espagne et en Égypte, ou bien la mangue et l'ananas en Côte d'Ivoire. Même dans ces cas-là, les producteurs sont choisis minutieusement car seuls de bons fruits feront de bons jus. Le choix se fait également par rapport à l'empreinte carbone, que Kookabarra essaye de réduire le plus possible.

Kookabarra suit les tendances

Sur son site de plus de 4000 m², Kookabarra n'a qu'un seul objectif : fournir aux clients un produit d'exception. Pour cela, l'entreprise doit se renouveler, mais aussi innover. Telle une grande maison de couture, elle doit suivre les tendances actuelles, surveiller de près celles du futur, mais aussi parfois être précurseuse de nouvelles tendances. C'est pourquoi les collaborateurs de Kookabarra travaillent avec un coup d'avance pour élaborer les prochaines collections.

En ce moment, la société cavaillonnaise élabore déjà sa collection 2025. Mais pour l'heure, elle vient de sortir une collection pour l'été 2024 avec trois nouveautés pour tous les goûts. Dans la gamme 'Gaspacho', qui a été lancée en été 2023, le concombre-menthe-citron et le tomate-céleri-basilic viennent s'ajouter au tomate-poivron-piment qui en a déjà convaincu plus d'un. Quant à la gamme 'Boisson du monde', qui comptait déjà la citronnade, la curcumade, le cranberry et la gingembre, elle accueille le rafraîchissant virgin mojito.

Des produits à boire, mais pas seulement

Si ces produits peuvent être bus simplement au verre, ou encore être mélangés dans un cocktail, ils peuvent aussi être utilisés à des fins culinaires. À l'occasion de la sortie des trois nouveautés, le chef Pascal Ginoux est venu démontrer qu'il est possible d'utiliser les produits Kookabarra dans des recettes.

Au menu : cabillaud gravlax à la betterave, artichaut barigoule au jus de carotte, tarte amandine, framboise, et caramel de poire, et bien d'autres plats pour régaler les papilles. Le tout, réalisé avec les jus, gaspachos et purées de Kookabarra. L'entreprise propose même [quelques recettes à suivre sur son site internet](#). Il n'y a plus qu'à !

Ecrit par le 18 mai 2026



Ecrit par le 18 mai 2026



Quelques réalisations de Pascal Ginoux avec les produits Kookabarra. ©Vanessa Arnal

Kookabarra en chiffres

- Création de la marque en **2003**
- Concept breveté en **2006**
- Après s'être implantée à Avignon, Kookabarra déménage à Cavaillon en **2019**
- Plus de **30** références
- **5** gammes : Fruit, Détox, Smoothie, Boisson du monde, Gaspacho
- Formats de **25cl**, **1L** ou **3L**
- **7M€** de chiffres d'affaires (objectif **10M€** d'ici deux ans)

Ecrit par le 18 mai 2026

- De 16 collaborateurs à **39** en trois ans
- **97%** de clientèle CHR
- Plus de **1 000** établissements référencés

Plantin ouvre son capital à l'investisseur FrenchFood Capital



Le groupe **Plantin**, leader français de la truffe basé à Puyméras, vient d'annoncer l'entrée de **FrenchFood Capital**, spécialisé dans le financement des entreprises de l'alimentaire, dans son capital en tant qu'investisseur minoritaire.

Ecrit par le 18 mai 2026

En ouvrant son capital à l'investisseur FrenchFood Capital, Plantin s'offre un accès privilégié à un vaste réseau dans les secteurs de la gastronomie et de l'agroalimentaire, mais aussi des opportunités de marché favorables à une forte croissance et à l'innovation. « C'est une nouvelle étape pour notre entreprise, cet accompagnement va nous permettre de renforcer le développement du groupe en France et à l'international », déclare [Christopher Poron](#), président de Plantin.

Cette collaboration va permettre à Plantin de consolider sa présence sur ses différents marchés en valorisant le patrimoine culinaire français, de s'établir en tant que marque incontournable dans le secteur de l'excellence gastronomique, mais aussi de continuer à soutenir la filière trufficole.

Plantin s'inscrit dans la stratégie de FrenchFood Capital d'accompagner des PME (petites et moyennes entreprises) qui comprennent les évolutions et les nouvelles attentes des consommateurs tout en respectant un savoir-faire afin d'apporter des produits de haute qualité aux professionnels de la restauration.

Isera-Isema : l'huile d'olive, un filon en or

Ecrit par le 18 mai 2026



APV - A J3000H

Un atelier sur la filière oléicole de l'arbre à la table vient d'être organisé sur le campus de l'Iséma-Isara à Avignon.

C'est au coeur de la naturalité, des deux écoles d'Agroparc spécialisées dans l'agronomie, l'alimentation et l'environnement qu'était organisé un « Afterwork » avec deux professionnels : Yves Guillaumin, directeur de [France Olive](#) et Eric Mathieu, président du Groupement des Oléiculteurs de Vaucluse.

Filières de production, de transformation et de commercialisation de l'olive, influence des terroirs sur son goût, différentes variétés de Nyons à Nice en passant par Les Baux et enfin dégustation d'huiles fruitées, piquantes ou ardentes, c'était le programme des deux heures de rencontre.

C'est Yves Guillaumin qui a pris la parole en premier en précisant que la production française tourne autour de 5 000 tonnes par an, les bonnes années, 3 500 les mauvaises, ce qui est très peu, quand on sait que la consommation s'élève à 130 000 tonnes dans l'hexagone, donc nous sommes obligés d'en importer un maximum.

Quant aux producteurs en France, on dénombre 7 500 oléiculteurs professionnels et 40 000 amateurs, tous ceux qui ont un autre métier, ont hérité d'une oliveraie ou planté des oliviers autour de leur maison et invitent leurs 'potes' à leur donner un coup demain pour la récolte à la Toussaint avant de l'amener au

Ecrit par le 18 mai 2026

moulin le plus proche.



Yves Guillaumin, directeur de [France Olive](#) et Eric Mathieu, président du Groupement des Oléiculteurs de Vaucluse.

Un marché en tension

« La situation se tend » explique Yves Guillaumin, « on est passé de 3 millions de tonnes au niveau mondial ces dernières années à 2 millions et demi en 2023 à cause de la sécheresse. C'est l'Espagne qui a payé le plus lourd tribut, avec un effondrement de la production, du coup les prix ont explosé, passant de 5 à 12€ la bouteille en supermarché. L'Italie aussi régresse, la Grèce reste stable et le Portugal lui, continue à tirer son épingle du jeu avec 100 000 tonnes. »

Le directeur de France Olive cite des chiffres locaux : « Plus de 10 millions de litres en Provence-Alpes-Côte d'Azur, 5,6M en Occitanie grâce aux habitants mais aussi aux touristes qui sont fous de nos nombreuses AOP (Appellations d'origine protégée) de Provence, Haute-Provence, Nîmes, Nyons, Vallée des Baux, Nice et Corse. D'ailleurs le bio représente 30% et les AOP 60% de la production. En tout le

Ecrit par le 18 mai 2026

chiffre d'affaires de la filière oléicole est de 100M€ ».

Il précise aussi qu'il existe environ 300 moulins en France et qu'ils triturent de toutes petites quantités d'olives, en dehors de ceux qui produisent 100 tonnes d'huile par an et qui se comptent sur les doigts d'une seule main. C'est là que sont achetés 1 800 tonnes d'huile d'olive, 600 proviennent des domaines oléicoles, 200 de la grande distribution, 200 aussi d'épiceries fines et 200 sont exportées.

Dans un second temps, c'est un ancien militaire de la base aérienne d'Aix-les-Milles, Eric Mathieu qui a pris la parole. A la retraite, en 1988, il passe par le Centre de formation professionnelle agricole de Saint-Rémy-de-Provence et reprend l'olivieraie de ses grands-parents à Cabrières d'Avignon « Lou Calimbou », du nom de la plus ancienne parcelle. « J'ai en tout 650 oliviers, principalement de la variété Aglandau (83%), un peu de Bouteillan (13%) mais aussi des Picholines, de la Salonenque et de la Verdale. Il faut entre 5kg et 8kg pour avoir 1 litre de bonne huile d'olive. C'est une niche puisque la production française représente seulement 5% de la consommation ».

« La qualité n'a pas de prix, mais elle a un coût. »

Eric Mathieu, président du Groupement des Oléiculteurs de Vaucluse

Au Groupement des oléiculteurs de Vaucluse qu'il préside, on recense 200 adhérents et une douzaine de moulins (Saint-Saturnin-lès-Apt, Gordes, Cucuron, Oppède, Beaumes-de Venise, Sérignan-du-Comtat, Piolenc, Rustrel, Mérimondol et Cucuron). « Pour favoriser la biodiversité j'ai installé des nids pour les mésanges et des nichoirs pour les chauves-souris, il faut savoir qu'elles ingèrent plus de 2000 insectes par nuit » explique Eric Mathieu. Il ajoute que le travail sur l'exploitation ne s'arrête jamais : la taille des branches l'hiver, le traitement au cuivre et à l'argile blanche pour lutter contre la mouche et protéger les oliviers, au printemps. Il énumère les frais pour le tracteur, le fuel, le broyeur, la trituration au moulin, la commercialisation de l'huile, les factures d'irrigation et d'électricité... En tout par an, il dépense plus de 18 000€ et sa rémunération s'élève seulement à 2660€. « Heureusement que j'ai ma retraite pour vivre, ma femme qui m'aide et une vraie passion pour mes oliviers. » Et, lui dont la production oscille entre 3 500kg d'olives et 709 litres d'huile en 2015 et 9 200kg en 2023 pour 1 552 litres, vend son huile 21€ la bouteille. « Pour certains clients qui viennent au domaine Lou Coulimbou, c'est cher, mais quand ils participent à la récolte avec moi, ils se rendent compte que ce n'est pas de tout repos ». Il est vrai que la qualité n'a pas de prix, mais elle a un coût.

Eric Mathieu produit de l'huile d'olive vierge et extra vierge, il a d'ailleurs reçu tout récemment deux médailles à la Foire de Brignoles, une d'or pour sa bouteille de « Fruité noir » et une autre d'argent pour sa « Fruitée verte ».

Par ailleurs, le Groupement des oléiculteurs de Vaucluse participe à une démonstration de taille ce jeudi matin 4 avril à l'Arboretum de Beauregard à Jonquières et Eric Mathieu organisera une « Journée de l'Olivier » chez lui, à Lou Coulimbou à Cabrières, le 29 mai pour parler de son exploitation, de la fabrication, des goûts d'artichaut, d'herbacés, de champignons, de cacao, de tapenade de ses huiles et

Ecrit par le 18 mai 2026

pour échanger avec les visiteurs.

Grâce à McCormick, 'Ducros' pimente notre cuisine et 'Vahiné' parfume nos desserts



C'est un vrai tour du monde des saveurs que nous propose **McCormick** : sel de l'Himalaya, poivre de Sichuan, piment de Cayenne et d'Espelette, safran de Grèce, vanille Bourbon grand cru de Madagascar... Même si, plus près de chez nous, existent aussi les AOP (appellation d'origine protégée) Herbes de Provence et Sel de Camargue, Label Rouge.

Et c'est le Vaucluse qui abrite tous les sites d'importation, traitement, conditionnement et expédition de McCormick de France. Une saga qui a débuté en 1963 avec les frères Gilbert et Marc Ducros en Drôme

Ecrit par le 18 mai 2026

Provençale, à Buis-les-Baronnies. Un négoce d'herbes en vrac. Ont suivi le fameux slogan « Ducros se décarcasse » en 1975, l'entrée dans le groupe Eridania-Beghin-Say en 1992, et l'arrivée chez le géant américain McCormick en 2000.

Il y a pile 20 ans, en 2004, le siège flambant-neuf du groupe sortait de terre grâce à [GSE](#) à Agroparc, au milieu de pieds de lavandes et de bébés oliviers qui aujourd'hui donnent de l'ombre. A Carpentras sont traitées des tonnes de marchandises en provenance du monde entier et acheminés du port de Marseille par containers. Elles passent par des tours de débactérisation, d'élimination de pierres, brindilles et insectes, analysées, puis broyées, stérilisées, lyophilisées et ensachées. A Monteux sont conditionnés les poivres et épices dont 40% sont exportés et 60% vendus en France. Des lignes qui fonctionnent 24h/24, sortent 25 millions de moulins à poivre par an, expédiés au Japon comme en Chine. C'est aussi là qu'est installée Vahiné, l'aide aux gâteaux et pâtisseries ainsi que la logistique avec la noria de camions qui acheminent les produits par palettes partout dans l'Hexagone.

La passion du goût

« La passion du goût », c'est ce qui caractérise la philosophie de [Ducros](#) comme de [Vahiné](#) avec environ 600 références. [Arnaud Ronssin](#), le jeune directeur général de McCormick France insiste : « Nous avons un lien intime avec les agriculteurs qui nous vendent leurs épices, nous signons avec eux des contrats d'achats et nous leur garantissons des débouchés, mais nous avons aussi retiré des produits qui contenaient des pesticides. Notre laboratoire organoleptique de Carpentras passe au crible 10 000 échantillons par an, chacun des 290 millions de flacons, sachets ou moulins qui sort de chez nous porte un numéro qui le rend traçable. C'est dire le niveau de sécurité alimentaire. »

Il compare son travail à celui d'un vigneron : « Comme les cépages d'un vin, nous assemblons des produits d'origine différente, du Vietnam à l'Amérique du Sud, de récoltes différentes, mais nous devons proposer un mix qui a le même goût, comme le ferait un maître de chai, tout est maîtrisé, les huiles essentielles sont encapsulées ».

Investir pour innover

Avec environ 600 salariés sur les quatre sites vauclusiens, McCormick innove constamment, sublime les saveurs. Et propose un éventail infini d'herbes, épices, plantes, poudres et saveurs. Ail, basilic, échalotte, menthe, persil, curry, cumin, garam masala, gingembre, estragon, fenouil, cannelle, laurier, thym, aneth, coriandre, curcuma, paprika, baies roses, mais aussi huile de sésame ou de coco. Des sachets plus ou moins épicés pour cuisine thaï, mexicaine, espagnole, marocaine, libanaise, japonaise ou chinoise, barbecue ou wok. Vahiné n'est pas en reste, avec des noisettes, cerneaux de noix, amandes entières, effilées ou en poudre, pralines, abricots secs, pruneaux, dattes, vermicelles arc-en-ciel, sauces caramel, café, fraise, pistache, chocolat ou fruits rouges, levures, nappages, gélifiants, du sucre vanillé, de la cannelle et des marshmallows...

Les investissements ne cessent jamais. En 2013, pour les 50 ans de Ducros, déjà 85M€ avaient été engloutis en Vaucluse, dans la création du siège avignonnais et la modernisation des installations à Carpentras et Monteux, la robotisation des tâches répétitives de tri et de conditionnement, la

Ecrit par le 18 mai 2026

construction d'énormes tours de broyage, l'installation du laboratoire d'analyses. « Actuellement, nous investissons entre 4 et 6M€ annuels, pour rénover les machines, rendre les lignes plus performantes car la main d'œuvre en France est 50% plus chère qu'en Pologne, par exemple, donc nous devons être hyper-productifs avec des robots pour compenser », explique Arnaud Ronssin.



©McCormick

Des produits vendus en France et ailleurs

Le Directeur Général France évoque un axe fort de progression du groupe McCormick : l'export. « En Europe, Pologne, Angleterre, Italie, Espagne, Portugal, Bénélux, Suisse, Afrique. Mais c'est en France qu'on trouve le plus nos produits, à hauteur de 55%. Avec le Covid et le confinement, les Français ont cuisiné et fait leurs gâteaux à la maison, +3 points de croissance. Nous avons gardé cette dynamique forte après, surtout avec Vahiné. Du coup, nous lançons en juin des ferments lactiques pour faire ses propres yaourts nature ou aromatisés, mais aussi un sachet de préparation '3 en 1' pour gâteaux avec pépites de chocolat, levure et farine, également pour galettes à la frangipane. Autre nouveauté : le trio cookies-muffins-brownies, fabriqués, grâce à une nouvelle machine qui sera installée à Carpentras en avril. »

Ecrit par le 18 mai 2026



Ecrit par le 18 mai 2026



Écrit par le 18 mai 2026



Coup de jeune pour Ducros et Vahiné

L'image de Ducros, le Provençal dodu à moustache des années 70 a un peu vieilli. Du coup, pour mettre

Ecrit par le 18 mai 2026

en valeur le côté recherche, développement et innovation de Ducros et Vahiné au XXIème siècle, on retrouve sur le site de McCormick un jeune chef colombien, influenceur 3.0 qui s'est fait remarquer chez Top Chef, sait parler aux jeunes et leur donne envie de passer aux fourneaux avec des recettes vegan, des nouilles de riz ou des poissons à la plancha.

Exemple de recette proposée par Juan Arbelaez pour Ducros.

Une entreprise consciente des enjeux environnementaux

Autre préoccupation majeure du groupe : la RSE (responsabilité sociale environnementale) avec un triple objectif : réduire de 20% l'empreinte carbone et la consommation en eau et de 25% les emballages, ce qui n'est pas une sinécure quand on exporte dans 40 pays de la planète. « L'énergie la plus verte est celle qu'on ne consomme pas, martèle le Directeur Général France. Même depuis longtemps nous avons banni les OGM et le bisphénol, implanté des panneaux solaires, nous ciblons chaque jour ce que nous pouvons encore réduire. Nous achetons une énergie décarbonée, mais évidemment, elle est plus chère. »

Des produits bons et appréciés

Avec une direction basée aux Etats-Unis, on peut se demander comment les recettes proposées en Provence peuvent être appréciées Outre-Atlantique. Arnaud Ronssin a la réponse : « En février, le Pôle d'Expertise de McCormick est venu des USA à Carpentras où un chef a proposé 11 plats à base de truffe. Avec cette démonstration magistrale, ils ont compris qu'ici, on a de bons produits et on sait maîtriser les saveurs. Ils peuvent nous faire confiance ! »

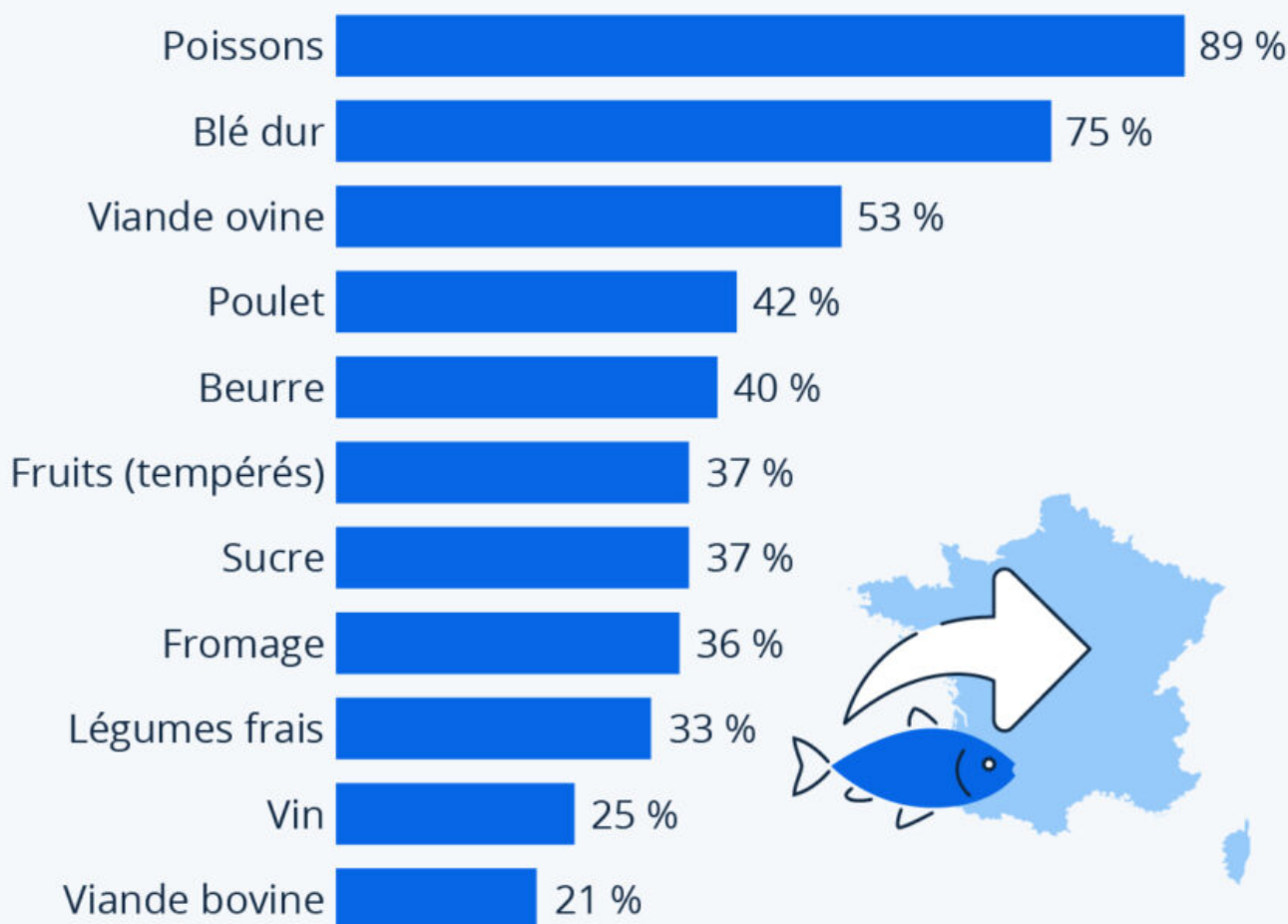
D'ailleurs le chiffre d'affaires le prouve : il s'affiche à 230M€ en France malgré la crise et l'inflation, soit une progression de + 5 %.

Quels produits agricoles sont les plus importés en France ?

Ecrit par le 18 mai 2026

La France importe une large part de son alimentation

Dépendance moyenne de la France aux importations d'une sélection de produits alimentaires entre 2018 et 2020



Source : FranceAgriMer



statista

Ecrit par le 18 mai 2026

Dans son plus récent rapport, publié en janvier, le Haut Conseil pour le climat relève que la France importe 20 % de son alimentation. En valeur, les importations alimentaires du pays ont doublé depuis 2000. Alors que la pandémie de Covid-19 et l'invasion de l'Ukraine ont mis en lumière certaines fragilités dans le système alimentaire français, notre dépendance aux importations reste particulièrement importante pour certains produits, comme le montre notre infographie, basée sur les plus récentes données de [FranceAgriMer](#).

C'est tout particulièrement le cas pour le [poisson](#), puisque la quasi-totalité de ce qui est consommé en France vient de l'étranger. Trois quarts du blé dur, ingrédient principal des pâtes, de la semoule ou du boulgour, proviennent quant à eux de l'importation. La question des importations de produits alimentaires a récemment été remise au cœur du débat : les agriculteurs français reprochent en effet aux pouvoirs publics d'autoriser une « concurrence déloyale » avec les producteurs étrangers, dont les produits sont soumis à des règles moins strictes que ceux produits sur le territoire.

De Valentine Fourreau pour Statista

L'Aria Sud et l'Ifria Sud Paca signent avec Pôle Emploi pour promouvoir les métiers de l'agroalimentaire

Ecrit par le 18 mai 2026



À l'occasion de la Semaine de l'industrie, qui a lieu du 27 novembre au 3 décembre, [l'Association régionale des industries alimentaires \(Aria\) Sud](#), le centre de formation agroalimentaire [Ifria Sud Paca](#) et [Pôle Emploi](#) se sont réunis sur le site industriel de [Charles & Alice](#) à Montoux pour signer une convention de partenariat.

Ce partenariat a divers objectifs : promouvoir les formations et les métiers du secteur agroalimentaire, faciliter les besoins de recrutement des industries alimentaires et agricoles au plus près des territoires, développer des démarches innovantes pour sécuriser le parcours des demandeurs d'emploi, mais aussi porter des projets collectifs et partager des stratégies communes.

V.A.