

Ecrit par le 17 février 2026

La marque de fromage Entremont part à la rencontre des consommateurs vaucloisiens



Pour sa rentrée, la marque de fromage français [Entremont](#) part à la rencontre de ses consommateurs dans une tournée nationale à bord de son foodtruck, qui passera par Bollène ce mercredi 1^{er} octobre et par Pertuis ce vendredi 3 octobre.

« Entremont, c'est autrement bon ! » Telle est la devise de la célèbre marque de fromage français qui va sillonner les routes de France dès ce mercredi 1er octobre et qui entamera sa tournée au centre E.Leclerc de Bollène avant d'aller à Marseille et de revenir en Vaucluse, au Carrefour Market de Pertuis, puis qui partira vers d'autres horizons.



Ecrit par le 17 février 2026

Le foodtruck de la marque proposera des dégustations de leurs fromages, notamment au travers de délicieuses recettes de street-food comme des quésadillas, du mac & cheese, des wraps, des croque-monsieur ou encore des brochettes de fromage. Ce sera aussi l'occasion pour la marque de présenter au public le nouvel habillage de ses produits. De nombreuses animations auront lieu et des cadeaux seront à gagner.

Ecrit par le 17 février 2026



Ecrit par le 17 février 2026



Ecrit par le 17 février 2026





Ecrit par le 17 février 2026

Quelques produits phares de la marque. ©Entremont

Entremont réaffirme ses engagements

Aller à la rencontre des consommateurs, c'est aussi l'occasion pour Entremont d'affirmer ses valeurs coopératives et son appartenance à [Sodiaal](#), première coopérative laitière en France. Avec sa nouvelle identité graphique, la marque souhaite se positionner comme étant moderne et innovante avec un logo plus facile à identifier dans les rayons et des visuels plus gourmands.

La tournée vise aussi à sensibiliser le public sur la juste rémunération des producteurs de lait, qui est un non-négociable pour Sodiaal au travers de ses différentes marques (Entremont, Candia, Yoplait, etc). Les éleveurs de la coopérative fixent ensemble le prix du lait et 100% des bénéfices sont reversés aux producteurs et à la coopérative. Une démarche qui s'appuie sur une volonté de modèle plus solidaire et vertueux, pour garantir aux éleveurs une meilleure qualité de vie, tout en contribuant à une alimentation accessible pour tous et en respectant le bien-être des animaux.

« Entremont bénéficie également d'un savoir-faire fromager historique de plus de 75 ans, conclut la marque. Un héritage qu'elle met au service de ses fromages 100% français, uniquement issus de lait collecté sur le territoire, dans 71 départements. »

De 11h à 19h.

Mercredi 1er octobre. E.Leclerc. 1 Route de Saint-Paul-trois-Châteaux. Bollène.

Vendredi 3 octobre. Carrefour Market. 360 Rue Léonard de Vinci. Pertuis.

Marie Blachère parmi les enseignes dans lesquelles les Français ont le plus augmenté leurs dépenses en 2024

Ecrit par le 17 février 2026

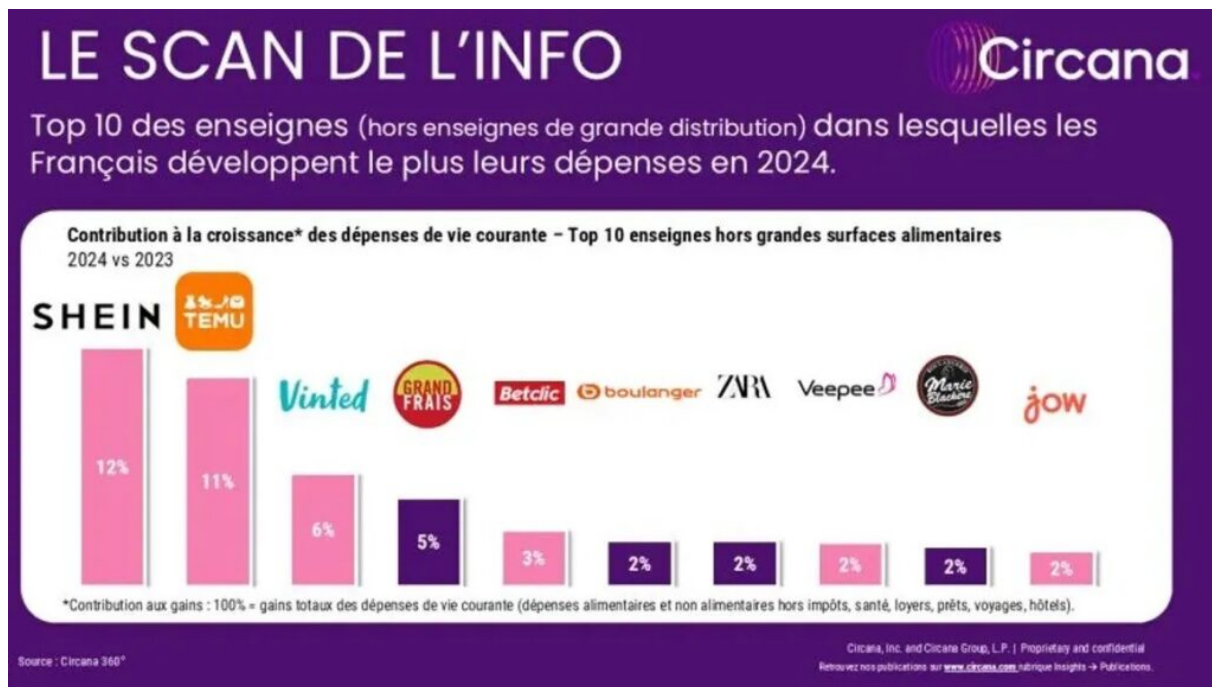


L'entreprise [Circana](#) a révélé en février dernier que l'enseigne de boulangerie [Marie Blachère](#), dont le siège est basé à Châteaurenard, figure parmi les enseignes dans lesquelles les Français ont le plus développé leurs dépenses au cours de l'année 2024.

En 2023, une enquête d'[UFC-Que Choisir](#), comparant les produits des chaînes de boulangerie, révélait que Marie Blachère proposait les meilleurs produits pour la santé, avec le moins de sel et d'additifs. Un argument non négligeable auprès de la clientèle qui, aujourd'hui encore, semble beaucoup apprécier cette enseigne puisqu'elle se situe parmi celles dans lesquelles les Français ont le plus augmenté leurs dépenses en 2024.

C'est en tout cas ce qu'a révélé l'entreprise Circana, qui fournit diverses données et analyses incluant des informations sur les distributeurs, les tendances du marché et les préférences des consommateurs. Dans le top 10 de ces enseignes, on trouve les deux Chinois Shein et Temu en tête, suivis du site de seconde-main Vinted. Marie Blachère se situe en 9e position de ce classement avec +2% d'augmentation des dépenses des Français dans cette enseigne entre 2023 et 2024.

Ecrit par le 17 février 2026



©Circana 360°

L'enseigne aux plus d'1 milliard d'euros de chiffre d'affaires comptabilise aujourd'hui plus de 850 boutiques en France et à l'étranger, 12 000 collaborateurs, et vend plus de 380 millions de baguettes par an.