

Ecrit par le 1 février 2026

Ces marques vaclusiennes 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 vaclusiennes figurent aussi dans ce classement.

Ce palmarès initié depuis 15 maintenant par [l'institut d'études Opinion way](https://www.opinionway.com/) 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 1^{re} place. Elle devance Samsung, (qui conserve sa 2^e place) et Bonne Maman. Les marques Barilla, Saint-Michel, Lu, La Laitière Côte-d'Or, Moulinex et Lindt complètent le top 10 national.

Ecrit par le 1 février 2026

LE TOP 30 DE L'OBSERVATOIRE 2025



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 de 18 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 Montoux (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 411^e place. La société dirigée par [Thierry Goubault](#) et historiquement [implantée à Montoux](#), est notamment devenue [la première du secteur du dessert aux fruits à devenir une entreprise à mission](#) il y a tout juste 1 an.

Ecrit par le 1 février 2026



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 485^e position. Troisième chaîne de restauration rapide en France (derrière McDonalds et Burger King), 2^e 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 647^e. Pour rappel cette société coopérative d'intérêt collectif dans le secteur agroalimentaire a été co-crée 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 (126^e marque préférée des Français), Orangina (133^e), Schweppes (209^e), Oasis (303^e) et May Tea (667^e).

Orangina qui, auparavant avait déjà été désignée marque préférée dans la catégorie soda devant Schweppes et Oasis.

Ecrit par le 1 février 2026



Orangina s'est hissée sur la 1^{re} 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.

Ecrit par le 1 février 2026



Le site de production de Châteauneuf-de-Gadagne est le 1^{er} 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).*

Marie Blachère : attention aux arnaques au

Ecrit par le 1 février 2026

recrutement



Le groupe [Marie Blachère](#) alerte sur des arnaques au recrutement concernant l'usurpation de son enseigne.

« Grâce à notre développement et à l'ouverture régulière de nouveaux magasins, nous créons de nombreux emplois, explique le groupe créé en 2004 par Bernard Blachère. Malheureusement, certaines personnes mal intentionnées profitent de cette dynamique pour diffuser de fausses offres d'emploi et arnaquer des candidats en se faisant passer pour nous. »

« Nous ne demandons jamais d'argent pour postuler ou être recruté. »

Groupe Marie Blachère

Ecrit par le 1 février 2026

« Nous ne demandons jamais d'argent pour postuler ou être recruté », poursuit le groupe dont le siège est désormais implanté à Châteaurenard depuis 2023. Il rappelle d'ailleurs que ses offres sont disponibles directement accessible [sur son site dans la rubrique Carrières](#). Actuellement, près d'un millier d'emplois sont proposés.

En attendant, Marie Blachère a déposé plainte et surveille attentivement les annonces frauduleuses. « Candidats, restez vigilants, insiste l'entreprise provençale. Si vous avez le moindre doute sur une offre, vérifiez toujours son authenticité via nos canaux officiels.

[Consultez ici les 934 offres d'emploi actuellement proposées par Marie Blachère](#)

12 000 collaborateurs

Troisième chaîne de restauration rapide en France (derrière McDonalds et Burger King), 2^e 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.

[Marie Blachère dans Capital, « la reine incontestée des boulangeries »](#)

Pour la Saint-Valentin, Marie Blachère met du cœur dans ses pâtisseries

Ecrit par le 1 février 2026



À l'occasion de Saint-Valentin, l'enseigne de boulangerie [Marie Blachère](#), dont le siège est basé à Châteaurenard, proposera des nouveautés ainsi que des offres spéciales du vendredi 14 au dimanche 16 février.

Depuis sa création en 2004 avec une première boulangerie à Salon-de-Provence, l'enseigne Marie Blachère a à cœur de lancer des tendances, tout en s'adaptant aux attentes des consommateurs. Pour la Saint-Valentin, les plus de 850 boutiques fêteront la fête des amoureux avec des nouveautés et des offres le temps d'un week-end, du vendredi 14 au dimanche 16 décembre.

Ecrit par le 1 février 2026



Ecrit par le 1 février 2026



©Marie Blachère

Dans plusieurs légendes, la fraise a une symbolique amoureuse. Ainsi, pour célébrer l'amour avec ses clients, l'enseigne de boulangerie, sandwicherie et tarterie Marie Blachère, mettra en place des offres

Ecrit par le 1 février 2026

spéciales sur les tartes aux fraises et tropéziennes aux fraises. Préparés sur place avec des fraises fraîches, ces desserts seront au prix de 14,90€ la tarte ou 26€ (au lieu de 27,80€) le lot de deux tartes durant tout le week-end.

Les cœurs seront aussi à l'honneur sur les étals avec deux nouveautés durant ces trois jours. Les boulangeries proposeront des madeleines rouges en forme de cœur pour 1,60€ et 4,80€ le lot 3+1, mais aussi des fondants en forme de cœur pour 3,50€ la pièce et 6,50€ les deux. De quoi faire fondre votre partenaire !

[Marie Blachère dans Capital, « la reine incontestée des boulangeries »](#)

Horizon Provence : la nouvelle zone commerciale de Monteux ouvre enfin ses portes

Ecrit par le 1 février 2026



Après plusieurs mois de travaux, le centre de commerces et services de proximité [Horizon Provence](#), situé à l'entrée du quartier de Beaulieu à Monteux, prend vie. Cinq commerces attendent d'ores et déjà les Montiliens.

Les Montiliens l'attendaient depuis plusieurs mois. La nouvelle zone commerciale de la ville, nommée « Horizon Provence » accueille dès aujourd'hui — le mercredi 22 janvier — le public. La zone de près de 12 000 m² dispose d'un grand parking gratuit avec plus de 340 places et plus de 210 pour les vélos. Elle est aussi accessible en bus. Des bornes de recharge pour véhicules électriques devraient être installées d'ici peu.

Plusieurs commerces sont d'ores et déjà installés et ouvrent leurs portes comme la Marie Blachère, MyBioShop, Provence Outillage et l'animalerie DO&KA.

[L'enseigne dédiée au bien-être animal DO&KA ouvre un magasin à Monteux](#)

Un Super U ouvre également ses portes aujourd'hui. L'implantation de ce supermarché de 2 500 m² avait été annoncée l'été dernier et une opération de recrutement pour 64 postes avait été lancée. Les

Ecrit par le 1 février 2026

enseignes Thiriet et Krys devraient prochainement ouvrir ainsi que d'autres commerces de manière séquencée au cours du premier semestre de l'année 2025. « Ces commerces et services de proximité proposent une offre accessible, locale et adaptée aux attentes et besoins des visiteurs, privilégiant la qualité, le savoir-faire et le contact humain », explique Horizon Provence.



Ce à quoi devrait ressembler la zone commerciale Horizon Provence à terme. ©Horizon Provence Montoux

Marie Blachère dans Capital, « la reine incontestée des boulangeries »

Ecrit par le 1 février 2026



Ce dimanche 19 janvier, l'émission Capital, présentée par Julien Courbet, est entrée dans les coulisses de l'enseigne de boulangerie [Marie Blachère](#), dont le siège est basé à Châteaurenard. Ce reportage intitulé 'Marie Blachère : qui peut détrôner la reine des boulangeries pas chères ?' est disponible en replay sur le site de la chaîne télévisée M6.

L'enseigne de boulangerie, sandwicherie et tarterie Marie Blachère a fait l'objet d'un reportage par les équipes de l'émission Capital, diffusée sur M6. Ce reportage, que les téléspectateurs ont pu regarder ce dimanche 19 janvier, était scindée en deux parties dédiées aux enseignes Intermarché et Marie Blachère, ainsi qu'à leur stratégie pour se placer devant leurs concurrents.

La seconde partie de l'émission concernait Marie Blachère, société du [Groupe Blachère](#), basé à Châteaurenard dans les Bouches-du-Rhône. Dans ce reportage 'Marie Blachère : qui peut détrôner la reine des boulangeries pas chères ?', Bernard Blachère, fondateur et président de l'enseigne, ouvre les portes des boulangeries qui ont conquis le cœur des Français, mais aussi des étrangers puisque Marie Blachère est présente au Luxembourg, en Belgique, au Portugal, ou encore aux États-Unis. L'enseigne a d'ailleurs été qualifiée de « meilleure chaîne de boulangerie pour la santé » d'après une enquête d'[UFC-Que Choisir](#).

Ecrit par le 1 février 2026

[Marie Blachère, meilleure chaîne de boulangerie pour la santé](#)

Le reportage de Capital met en lumière la stratégie de Marie Blachère pour obtenir un tel succès auprès des consommateurs. « De la convivialité et une bonne dose de stratégie », peut-on entendre durant l'émission. On y voit les collaborateurs de l'enseigne, du boulanger au vendeur, en passant par les équipes de direction. Le téléspectateur en apprend plus sur le fonctionnement de l'entreprise, notamment sa stratégie de mise en place d'offres spéciales comme le '3+1 gratuit' ou le '4 pour 5€' qui répondent aux défis de l'inflation, de la montée en puissance du snacking, et des innovations.

[Après le 3+1, Marie Blachère lance le 4 pour 5€](#)

Pour accéder au replay du reportage, [cliquez ici](#).

Marie Blachère en chiffres

- **1,1 milliard** d'euros de chiffre d'affaires en 2023
- **12 000** collaborateurs
- Plus de **850** boutiques
- **380 millions** de baguettes vendues par an

Avignon : après trois mois de fermeture, la boulangerie Marie Blachère du cours Jean Jaurès rouvre

Ecrit par le 1 février 2026



L'enseigne de boulangerie et de sandwicherie [Marie Blachère](#) vient de rouvrir sa boutique du cours Jean Jaurès, à Avignon. Après avoir subi un sinistre en mars dernier, la boulangerie peut de nouveau accueillir les clients depuis ce mercredi 26 juin.

L'enseigne compte aujourd'hui près de 800 magasins, dont 3 dans le centre-ville d'Avignon. La réouverture de la boutique du cours Jean Jaurès est une bonne nouvelle pour l'enseigne qui est, selon une enquête d'UFC-Que Choisir, celle qui propose les meilleurs produits pour la santé, avec le moins de sel et d'additifs, en comparaison avec ses concurrents.

[Marie Blachère, meilleure chaîne de boulangerie pour la santé](#)



Ecrit par le 1 février 2026

La franchise, née à Salon-de-Provence en 2004 et dont le siège est basé à Châteaurenard, enregistrait un chiffre d'affaires de plus d'un milliard d'euros en 2023, et se plaçait en troisième position des chaînes de restauration rapide, derrière McDonald's et Burger King. L'enseigne est très appréciée de beaucoup de Français qui profitent des différentes formules proposées, comme la formule 'Le p'tit malin' qui permet de choisir quatre produits parmi une sélection pour 5€. Cette formule, lancée en février dernier, est notamment disponible dans la boutique du cours Jean Jaurès.

[Après le 3+1, Marie Blachère lance le 4 pour 5€](#)

Après le 3+1, Marie Blachère lance le 4 pour 5€

Ecrit par le 1 février 2026



Afin de répondre aux offres spéciales 'inflation' de ses concurrents dans le secteur de la restauration rapide ou du snacking, le précurseur du '3+1 gratuit' lance une nouvelle formule pour les petits budgets.

[La chaîne de boulangerie Marie-Blachère](#), dont le siège est basé à Châteaurenard après avoir déménagé des Angles l'an dernier, vient de lancer une nouvelle formule : 'Le p'tit malin'.

Le principe ? Le client peut choisir 4 produits salés ou sucrés parmi une sélection comprenant des croque-monsieur (jambon ou fromage), des sandwiches (jambon-beurre ou viennois au thon), des cookies, des donuts ainsi que des boissons de 33cl ou 50 cl.

L'offre, intitulée 'Je prends ce que je veux tout au long de la journée' a débuté depuis le 22 février dernier. Pour l'enseigne, il s'agit de proposer « le bon produit au bon prix ». C'est donc dans cette dynamique et pour contrer l'inflation, que le numéro 1 de la boulangerie française fondé par [le Groupe Blachère](#) (voir en fin d'article) a créé cette formule.

« En fonction de son envie, le client pourra composer son menu. Il lui sera possible par exemple de prendre deux sandwiches et deux boissons ou 4 cookies pour le goûter des enfants ou un croc, deux



Ecrit par le 1 février 2026

boissons et un donut », explique [l'enseigne désignée l'an dernier meilleure chaîne de boulangerie pour la santé par l'UFC-Que choisir](#) qui avec cette offre entend répondre aux formules à bas prix des grandes enseignes de fast-food.

Plus de 780 boulangeries pour près de 1,1 milliards de CA

Créée par Bernard Blachère, qui lui a donné le nom de sa fille, l'enseigne Marie Blachère a vu le jour en 2004 à Salon-de-Provence. Aujourd'hui, elle compte plus de 780 boulangeries, principalement en France mais aussi au Portugal, au Luxembourg, en Belgique ainsi qu'à New-York depuis 2019 où l'enseigne dispose d'une boutique à Great Neck, situé sur Long Island à proximité immédiate de la 'grosse pomme' ainsi qu'un autre site à Greenwich Village, en plein cœur de Manhattan. En moyenne, Marie Blachère ouvre 2 boulangeries par semaine dont le chiffre d'affaires s'élève à 1,3M€ par unité. Elle a aussi développé [le concept de Café Marie Blachère](#) (une quinzaine d'ouvertures prévues en 2024) et celui de [Pizzette](#).

Avec un chiffre d'affaires de plus d'un milliard d'euros en 2023, l'enseigne est aujourd'hui la troisième chaîne de restauration rapide derrière McDonald's et Burger King.

Propriété du Groupe Blachère qui a été créé en 1985, Marie Blachère côtoie les autres marques du groupe familial comme [Provenc'halles](#), l'enseigne historique, ou bien encore [Mangeons frais](#).

L'ensemble regroupe plus de 12 000 collaborateurs et recrute environ un millier de personnes chaque année.

Ecrit par le 1 février 2026

TOUTE LA JOURNÉE

Marie Blachère

Le P'tit Malin

5€
4 = PRODUITS

THON-CRUDITÉS

CROC-FROMAGES

JAMBON-BEURRE

CROC-JAMBON

COOKIE

DONUT*

BOISSON 33CL, VOLVIC 50CL

**PRENDS
C'QUE TU VEUX !**

La nouvelle offre de Marie-Blachère entend concurrencer les offres 'petits prix' des autres grandes enseignes de la restauration rapide. © DR-Marie Blachère

Marie Blachère, meilleure chaîne de boulangerie pour la santé



Une enquête d'[UFC-Que Choisir](#), comparant les produits des chaînes de boulangerie, révèle que l'enseigne [Marie Blachère](#), dont le siège se situe à Châteaurenard, propose les produits avec le moins de sel et d'additifs.

Si beaucoup de Français accordent de l'importance au fait d'acheter leur pain chez les artisans boulangers, qui conservent une part de marché de 55%, les chaînes de boulangerie, elles aussi, ont une importante clientèle. Les produits de boulangerie, tels que le pain, les pâtisseries et les viennoiseries remportent même un franc succès dans les rayons des supermarchés, où ils prennent de plus en plus de place.

Ecrit par le 1 février 2026

L'association de consommateurs UFC-Que Choisir s'est donc penchée sur la question du manque de transparence en ce qui concerne les ingrédients, notamment la teneur en sel et en additifs. L'étude, qui a comparé les chaînes de boulangerie Marie Blachère, Paul, La Mie Câline (bio) et Boulangerie Louise, révèle que l'enseigne Marie Blachère propose les meilleurs produits pour la santé, grâce à des ingrédients jugés excellents et une teneur en fibres satisfaisante. Ainsi, l'enquête révèle que les Français pourraient acheter leurs pains dans une boulangerie sans réaliser que ces derniers présentent de nombreux additifs avec un Nutri-Score D.

V.A.

Marie Blachère présente son nouveau concept de coffee shop à la Française



Ce dimanche, lors de la [Franchise Expo Paris](#), les boulangeries [Marie Blachère](#) présenteront leur nouveau concept international de coffee shop à la Française : 'Café Marie Blachère'.

« Le café Marie Blachère se veut être un café de proximité chaleureux où l'on s'y arrête à tout moment



Ecrit par le 1 février 2026

de la journée pour une pause gourmande », explique la franchise, au 780M€ de chiffre d'affaires en 2021, dans la vidéo de présentation de son nouveau concept.

Créée en 2004, [Marie Blachère](#) serait, avec près de 700 boulangeries, dont deux à New-York, la troisième chaîne de restauration de France derrière McDonald's et Burger King. Pour conquérir encore plus de nouveaux clients, la franchise - [dont le siège social installé aux Angles déménagera prochainement au nouveau siège du groupe à Châteaurenard](#) - présentera son nouveau concept international de coffee shop, 'Café Marie Blachère', ce dimanche lors de la [Franchise Expo Paris](#).

Les visiteurs pourront retrouver l'enseigne dans le Hall 1 - Stand M110 - N111.

[Ecoutez Laurent Garcia, rédacteur en chef de l'Echo du Mardi dans "la nouvelle eco" du mardi sur France Bleu Vaucluse : "Création d'enseignes, notre territoire ne manque pas de franchises"](#)