

Ecrit par le 17 janvier 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 17 janvier 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 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 411^e 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.

Ecrit par le 17 janvier 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 17 janvier 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 17 janvier 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).*

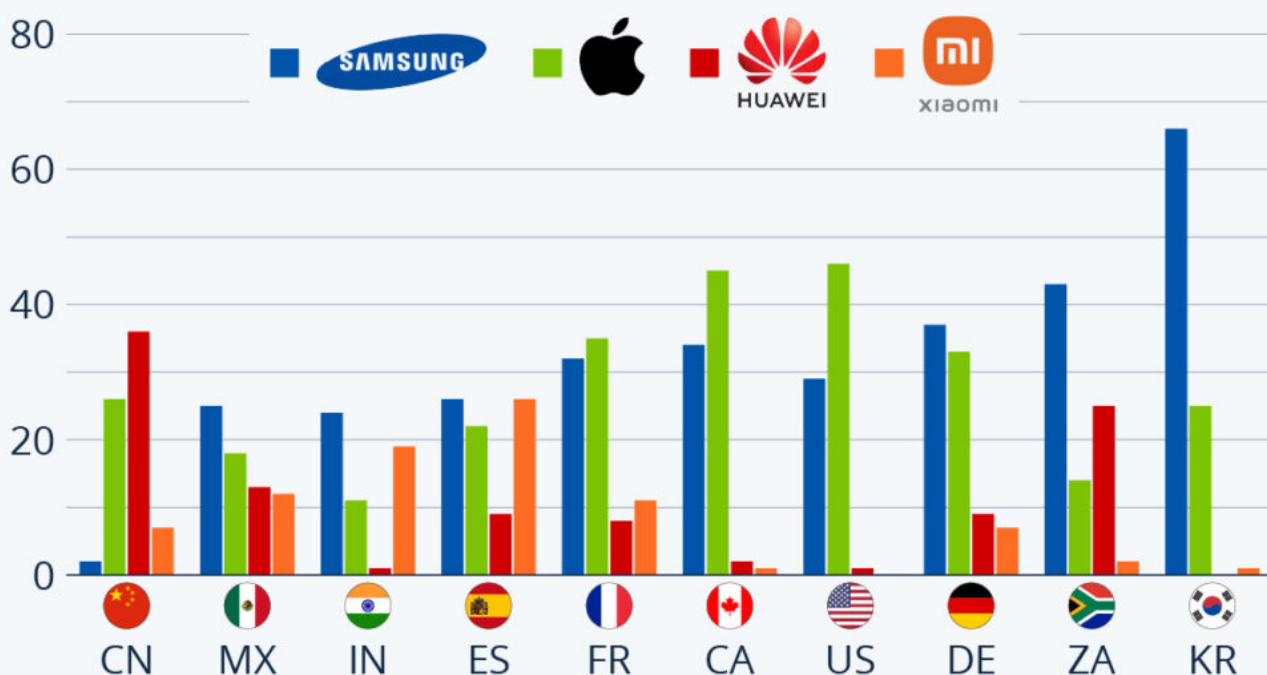
Smartphones : quelles sont les marques

Ecrit par le 17 janvier 2026

préférées à travers le monde ?

Smartphones : les marques préférées par pays

Part des répondants qui possèdent un appareil de la marque suivante comme smartphone principal (en %) *



* Base : 2 000 à 9 500 utilisateurs de smartphone par pays (18-64 ans) interrogés de janv. à déc. 2022.

Source : Statista Consumer Insights



statista

Samsung, Apple, Huawei et Xiaomi comptent parmi les plus grands fabricants de [smartphones](#) au monde,

Ecrit par le 17 janvier 2026

avec une part de marché combinée de plus de 50 %. Bien que ces marques soient de nos jours achetées et utilisées à travers le monde entier, elles ont conservé certains avantages nationaux. Apple est la marque la plus utilisée en Amérique du Nord (États-Unis et Canada), Samsung conserve une part de marché massive en Corée du Sud, alors que Xiaomi et Huawei sont privilégiées par 43 % des Chinois.

66 % des Sud-Coréens interrogés dans le cadre de l'étude Consumer Insights de Statista ont déclaré que leur smartphone principal était un Samsung, soit le taux le plus élevé de l'étude. L'Allemagne, le Brésil et l'Afrique du Sud sont d'autres marchés qui réussissent bien au fabricant coréen, puisque 37 à 43 % des habitants de ces deux pays possèdent un Samsung comme appareil principal. Dans l'Hexagone, l'entreprise coréenne est devancée de peu par la firme à la pomme : 35 % des Français ont opté pour Apple et 32 % pour Samsung, contre respectivement 11 % et 8 % pour Xiaomi et Huawei.

Les marchés de l'Espagne, du Mexique et de L'Inde sont parmi les plus hétérogènes. Comme le met en avant notre graphique, aucune des quatre grandes marques sélectionnées ne touche plus du quart de la population. Si ces quatre marques sont utilisées par plus de 80 % des Espagnols, elles n'atteignent en revanche que 55 % des Indiens. En dehors de Samsung, Apple, Huawei et Xiaomi, le marché indien des smartphones reste très fragmenté. Les marques Vivo, OPPO, OnePlus et Realme sont chacune utilisées par 7 à 10 % des Indiens interrogés.

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

Les marques avec la plus forte croissance en 2021

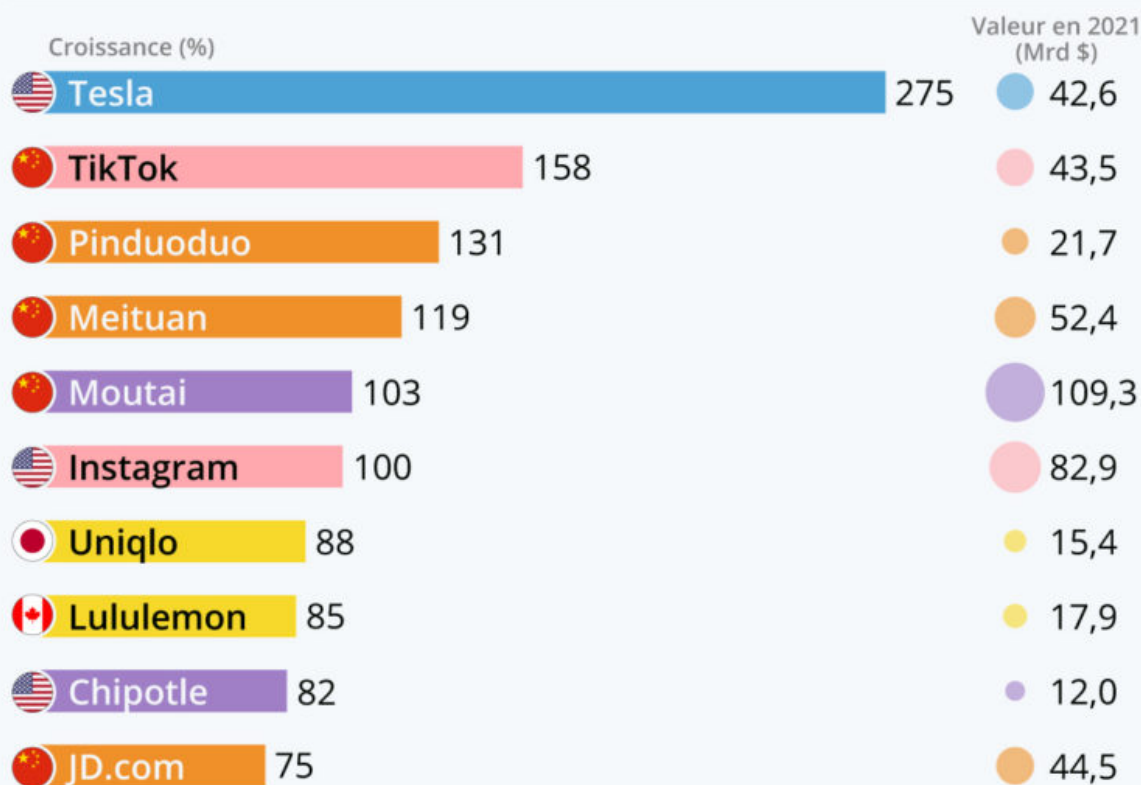
Ecrit par le 17 janvier 2026

Les marques avec la plus forte croissance en 2021

Marques dont la valeur a le plus progressé entre 2020 et 2021 *

Secteur d'activité :

- Automobile
 ■ Alimentation
 ■ Réseaux sociaux
■ E-Commerce
 ■ Habillement



* parmi les 100 marques les plus valorisées dans le monde.

Source : Kantar BrandZ



statista

Ecrit par le 17 janvier 2026

L'année dernière a été globalement difficile pour l'économie, mais certains secteurs et entreprises ont au contraire réussi à prospérer durant la pandémie. Notre graphique donne un aperçu des dix marques qui ont connu la croissance la plus rapide en 2021, à partir des données du [rapport annuel](#) Kantar BrandZ qui recense les cent marques les plus valorisées au monde.

La marque dont la valeur a le plus augmenté dans cette liste est [Tesla](#), avec une hausse annuelle de 275 %. Cette performance est en grande partie liée à l'expansion internationale du constructeur de voitures électriques. L'année dernière, l'entreprise d'Elon Musk est entrée sur le marché des SUV avec le lancement du Model Y, et a commencé à produire en Chine, continuant d'étendre sa gamme et ses capacités de production. Après avoir vendu 500 000 véhicules l'année dernière, Tesla vise le [cap des 750 000 livraisons](#) en 2021.

Les secteurs d'activité les mieux représentés de ce classement sont le [commerce en ligne](#) et les médias sociaux, alors que la moitié des marques du top 10 sont chinoises. Forte de son succès planétaire, l'appli de partage de vidéo TikTok arrive deuxième avec une progression de sa valeur de plus de 150 %, suivi par le e-commerçant alimentaire [Pinduoduo](#) (131 %) et la plateforme de services Meituan (119 %). Alors que de nombreux détaillants ont subi un coup dur en 2020, certaines marques de vêtements proposant une offre sportswear ou détente, comme Lululemon et Uniqlo, ont connu une belle progression (plus de 80 %), notamment grâce à la hausse de la demande pour des vêtements confortables à porter à la maison.

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

Achats : les marques préférées des ados de Paca

Ecrit par le 17 janvier 2026



[Pixpay](#), la carte de paiement destinée aux 10-18 ans vient de publier son baromètre 2021 sur 'Les habitudes de consommation des adolescents'. Cette étude, réalisée auprès de 50 000 de ses utilisateurs du 1er janvier 2020 au 15 mars 2021, dresse notamment le palmarès des marques faisant le plus l'objet de transaction de la part des ados dans l'Hexagone.

Ainsi, en Provence-Alpes-Côte d'Azur c'est l'enseigne McDonald's qui arrive en tête avec 4,1% des transactions des 10-18 ans. Arrivent ensuite Apple (2,9%), Amazon (2,4%), Casino (2,4%) et Monoprix (2,4%). Ce top 10 régional est ensuite complété par Playstation* (1,9%), Google (1,7%), Intermarché (1,5%), Ali express (1,5%) et Playstation* (1,5%).

Cependant, il existe quelques disparités au sein même de la région. Ainsi, à Marseille, c'est Casino (2,8%) qui arrive en 2^e position devant Apple alors qu'à Nice les 2 premières places sont occupées respectivement par Monoprix (4,5%) et le réseau de transport Lignes d'Azur (3,4%). A Montpellier, Casino (5,1%), McDonald's (4,7%) et Monoprix (3,3%) constituent le trio de tête.

Au niveau national, le podium est constitué de McDonald's, Apple et Playstation. Suivis après d'Amazon, Ali express, Monoprix, Google, Vinted, Shein et Carrefour city.

Habitudes de consommation

Ecrit par le 17 janvier 2026

Le système de paiement copiloté par les parents Pixpay constate que le montant moyen de transaction des ados en France se monte à 12,2€ pour des fréquences de dépense par mois de l'ordre de 4 utilisations. Par ailleurs, le montant mensuel versé sur les cartes s'élève à 56€.

Les dépenses des ados sont regroupées autour de quatre catégories phares : les supermarchés et l'alimentation (29%), les fastfoods (13%), les vêtements et accessoires (9%) et le 'gaming' (jeux vidéo ou en ligne - 6%).

Des ados qui utilisent principalement leur carte de paiement entre 13h et 15h et 17h et 19h ainsi que le mercredi et le vendredi pour les dépenses dans la restauration rapide et le samedi pour le 'gaming'. A noter que 7% des transactions sont déjà réalisées via les applications Apple pay (qui représente 91% de ces transactions) et Google pay (9%).

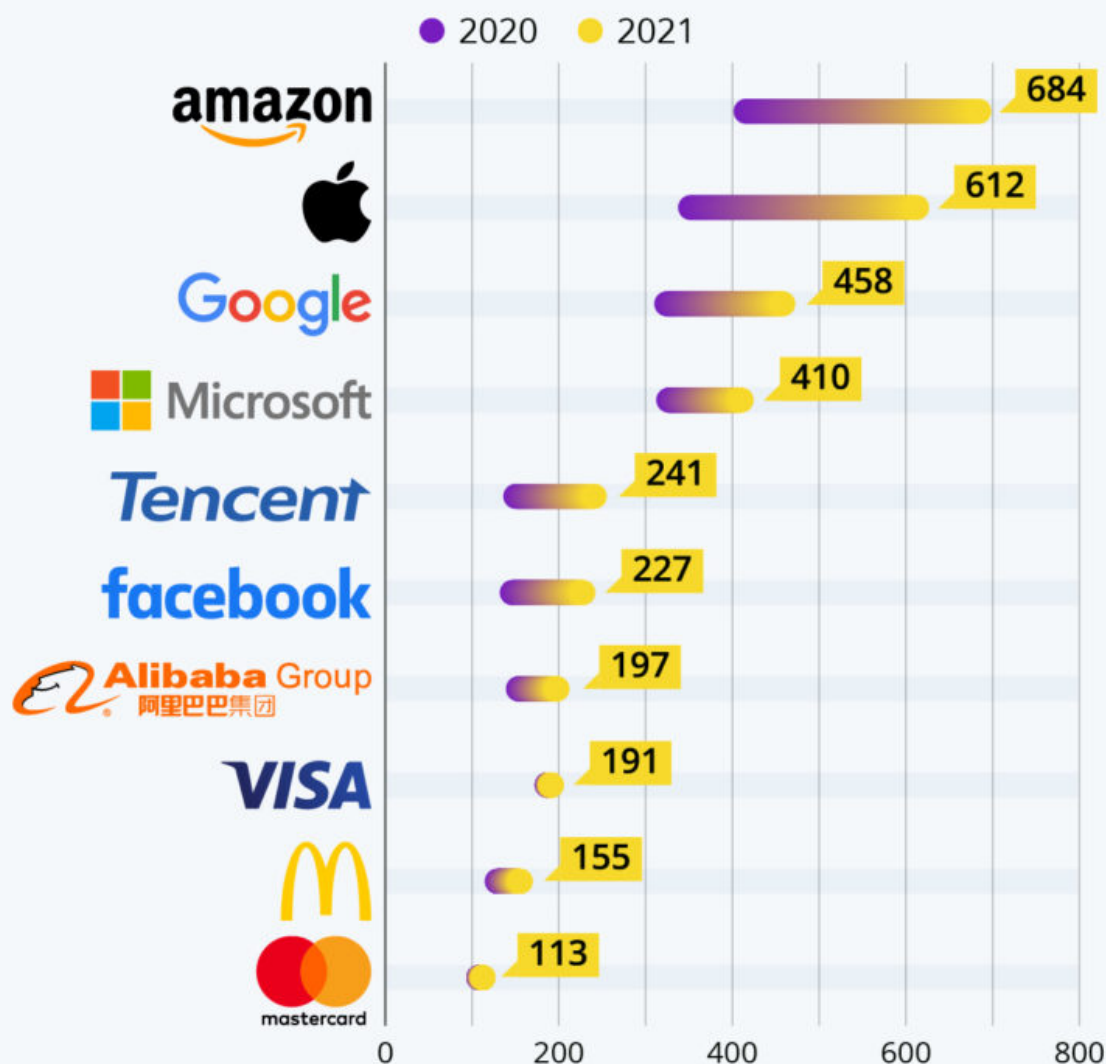
**Playstation apparaît deux fois dans ce classement, une fois au titre de son service de paiement en ligne et une autre au titre de Playstation store.*

Les marques les plus puissantes du monde

Ecrit par le 17 janvier 2026

Les marques les plus puissantes du monde

Valeur de marque en 2021 et aperçu de la progression annuelle, en milliards de dollars



Source : Kantar BrandZ



statista



Ecrit par le 17 janvier 2026

Le classement des marques les plus puissantes du monde, réalisé chaque année par [Kantar](#), démontre une nouvelle fois la domination absolue des représentantes de l'univers numérique. Enregistrant chacune une progression supérieure à 60 %, [Amazon](#) et [Apple](#) conservent les deux premières places avec une valeur respective de 684 milliards et 612 milliards de dollars. Évalué à 458 milliards de dollars cette année, Google grimpe sur la troisième marche du podium devant Microsoft (410 milliards de dollars). Avec la crise sanitaire, les marques d'entreprises technologiques sont globalement celles dont la valeur a le plus augmenté.

Les géants chinois gagnent également du terrain dans le classement : [Tencent](#) a ainsi progressé de deux places, avec une valeur en hausse de 60 % à 241 milliards de dollars. De leur côté, les géants américains de la transaction bancaire, Visa et Mastercard, se maintiennent dans les dix premiers mais leur valeur de marque n'a guère évolué par rapport à l'année dernière. Enfin, au rayon des entreprises françaises, quatre sont présentes dans le top 50, toutes issues de l'industrie du luxe : [Louis Vuitton](#) (21ème), Chanel (40ème), Hermès (43ème) et L'Oréal Paris (48ème).

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)