

Ecrit par le 15 avril 2026

## (Vidéo) Une légende de l'OM en concert au Pontet



Eric Di Meco, vainqueur de la ligue des Champions avec l'OM en 1993, sera en concert avec [son groupe Osiris](#) au Château de Fargues au Pontet. Un retour aux sources pour l'intraitable ancien latéral gauche originaire de la cité des papes qui a débuté [sa carrière à la MJC Foot d'Avignon](#). Aujourd'hui c'est donc avec le groupe qu'il a fondé qu'il rend hommage au groupe britannique mythique Oasis des frères Gallagher.

Ecrit par le 15 avril 2026



Le groupe Osiris. Crédit : DR/Osiris

### De l'OM à Manchester

« Osiris, c'est bien plus qu'un simple 'tribute band' : c'est une véritable machine à remonter le temps pour revivre l'âge d'or de la Britpop. Le groupe fait revivre sur scène l'intensité des concerts d'Oasis avec une fidélité bluffante », expliquent les organisateurs.

Mais Osiris, ce n'est pas que la basse d'Eric Di Meco c'est aussi Axel Rancurel au chant, Chris Cesari à la guitare et aux voix, Jean-Vincent Boetto à la batterie et Eric di Marino à la guitare rythmique.

Un groupe que l'on a pu aussi voir interpréter un morceau sur le plateau de l'émission [The Voice](#) sur TF1 devant 3 millions de téléspectateurs en 2022 et qui est partie en tournée en Ecosse et en Angleterre en 2024 sur les traces de de son groupe inspirateur né à Manchester en 1991.

*Samedi 5 juillet. 21h. Tarif : 5€. Cour du château de Fargues. Le Pontet.*

*Réservation et informations sur [BilletRéduc.com](https://www.billetreduc.com) ou 04 90 03 09 20*

## Ces marques vauclusiennes préférées des

Ecrit par le 15 avril 2026

## 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 1<sup>re</sup> place. Elle devance Samsung, (qui conserve sa 2<sup>e</sup> 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 15 avril 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<sup>e</sup> 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 15 avril 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<sup>e</sup> position. Troisième chaîne de restauration rapide en France (derrière McDonalds et Burger King), 2<sup>e</sup> 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<sup>e</sup>. 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<sup>e</sup> marque préférée des Français), Orangina (133<sup>e</sup>), Schweppes (209<sup>e</sup>), Oasis (303<sup>e</sup>) et May Tea (667<sup>e</sup>).

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

Ecrit par le 15 avril 2026



Orangina s'est hissée sur la 1<sup>re</sup> 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 15 avril 2026



Le site de production de Châteauneuf-de-Gadagne est le 1<sup>er</sup> 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).*