

Ecrit par le 9 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 9 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 9 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 9 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 9 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).*

Le vauclusien Florajet dresse le portrait-

Ecrit par le 9 février 2026

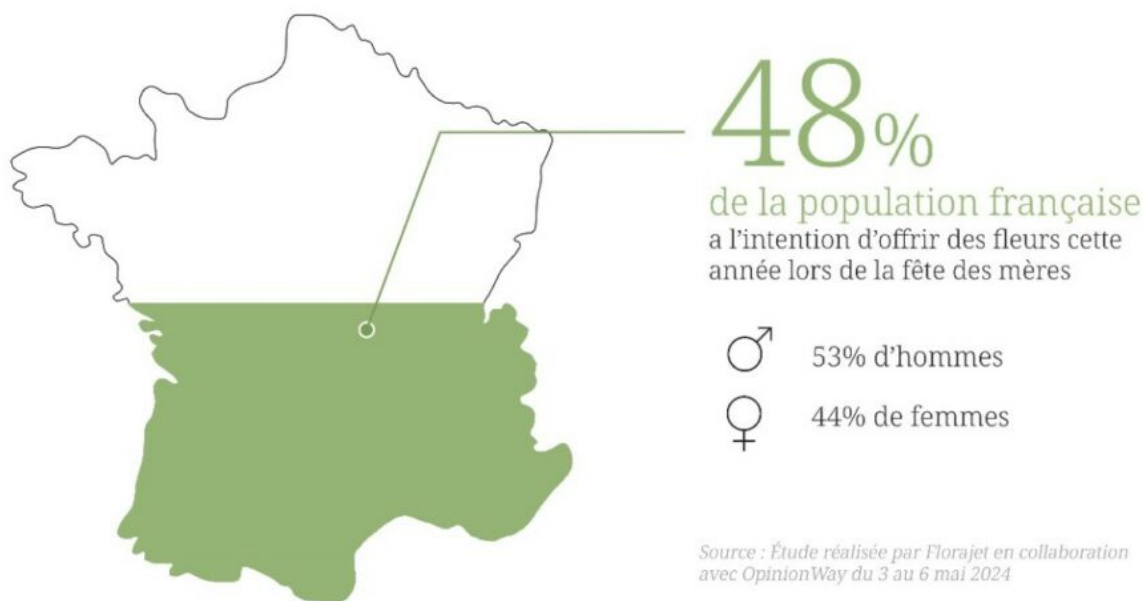
robot des acheteurs de bouquet pour la fête des mères



Ce dimanche 26 mai 2024, la France célébrera les mamans pour la 118^e année. L'occasion pour l'entreprise vaclusienne [Florajet](#), basée à Cabrières d'Aigues, de dévoiler une étude* exclusive réalisée avec [Opinionway](#) sur les habitudes des Français lors de la fête des mères.

« Près de la moitié des Français (48%) choisissent de fêter les mamans avec des fleurs, constate Florajet, leader de la commande de fleurs en ligne en France. La fête des mères, une fête à fleurs ? Oui, pour près de 48% des Français. Et si les hommes sont les premiers consommateurs de bouquets, avec 53% d'entre eux qui comptent en acheter le 26 mai, les femmes ne sont pas en reste : elles sont 44% à porter l'intention d'offrir des fleurs pour cette fête. Les moins de 50 ans représentent 59% des acheteurs, avec 61, de moins de 35 ans. »

Ecrit par le 9 février 2026



Les fleurs, tendance chez les plus jeunes ?

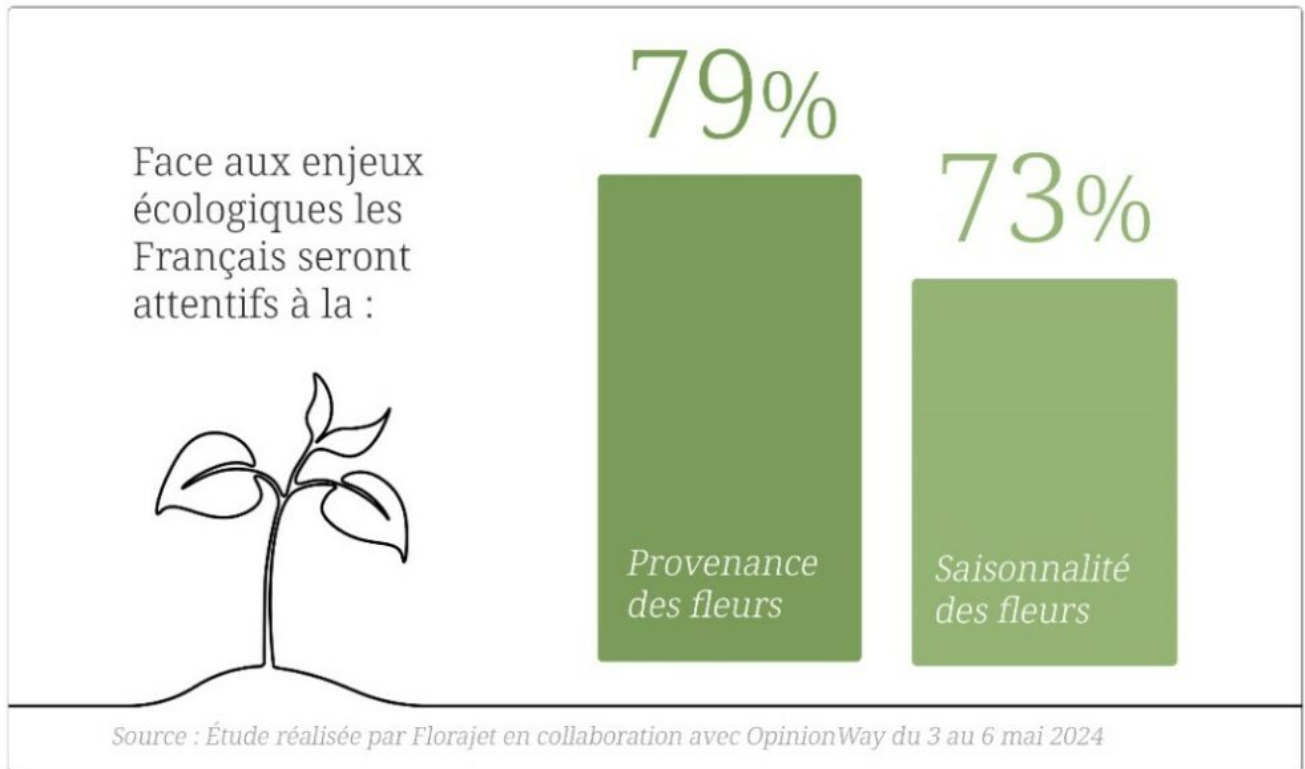
« Les jeunes adultes (18-24 ans) montrent un engouement notable pour cette tradition, 60% d'entre eux prévoient d'acheter un bouquet, poursuit l'entreprise créée par [Philippe Lefrancq](#) en 1992. Ce geste intergénérationnel confirme que les fleurs restent un cadeau indémodable depuis 1906, date de la création de la fête des mères...

[L'entreprise vauclusienne Florajet désignée meilleur e-commerçant fleuriste de l'année 2024](#)

La provenance et la saisonnalité comptent pour 8 consommateurs sur 10

« Comme pour les fruits et les légumes, les Français sont particulièrement soucieux de la provenance des fleurs (73%) mais encore plus de leur saisonnalité (79%), rappelle également Florajet [désignée meilleur e-commerçant fleuriste de l'année 2024](#). Toutefois, 50% des intéressés par des fleurs de saison les achèteront seulement si elles ne sont pas plus chères que celles hors-saison. Concernant les fleurs produites localement, 38% des clients sont prêts à les payer plus, mais 35 % y renonceront si le coût est supérieur à des fleurs en provenance d'un autre pays que la France. Au total, 8 acheteurs sur 10 prendront en compte la provenance ou la saisonnalité lors de leur achat de bouquet, et 70 % intégreront ces deux critères dans leur décision d'achat. Cette tendance est encore plus marquée chez les moins de 35 ans, où 80% considèrent les deux aspects dans leur choix. »

Ecrit par le 9 février 2026



« A l'occasion de la fête des mères, les Artisans fleuristes ont à cœur de satisfaire les attentes et envies de leurs clients en adaptant leur offre de bouquets et compositions en fonction des fleurs de saison à leur disposition : pivoines, pois de senteur, roses de jardin et hortensias seront donc au rendez-vous pour ravir toutes les mamans à l'occasion de leur week-end », complète [Farell Legendre](#), président de la [Fédération française des artisans fleuristes](#) (FFAF).

Stabilité du budget pour les bouquets Fête des Mères en 2024

Par ailleurs, cette année, les Français qui ont déjà offert des fleurs en 2023 et qui comptent en offrir à nouveau cette année sont 80% à souhaiter y accorder un budget équivalent à l'an passé.

Ecrit par le 9 février 2026



Ecrit par le 9 février 2026



8/10

c'est la part des acheteurs
qui prendront en compte
la provenance ou la
saisonnalité lors de leur
achat de bouquet

*Source : Étude réalisée par Florajet en
collaboration avec OpinionWay
du 3 au 6 mai 2024*

« La fête des mères reste un des temps forts de l'année où les Français dépensent avec plaisir pour un joli bouquet. »

Ecrit par le 9 février 2026

Virginie Lefrancq, directrice générale de Florajet

« A Marseille, le budget moyen dépensé pour un bouquet fête des mères est de 44€ quand il approche des 50€ à Paris. Un pouvoir d'achat dans la capitale qui a toujours été supérieur à ceux des autres régions en termes de commandes florales », précise [Virginie Lefrancq](#), la directrice générale de Florajet, qui a repris, début 2024, la tête de l'entreprise familiale partenaire de plus de 4500 artisans fleuristes livrant 800 000 bouquets par an dans 110 pays dans le monde.

Seulement 8% envisagent d'augmenter leur enveloppe dédiée à ce cadeau, tandis que 12% la réviseront à la baisse. L'étude démontre en outre assez nettement que le pouvoir d'achat n'influence quasiment pas la décision d'offrir des fleurs pour la fêtes des mères : seules 10% des personnes ne souhaitant pas offrir de fleurs cette année évoquent le pouvoir d'achat comme motif de renoncement.



« La fête des mères reste un des temps forts de l'année où les Français dépensent avec plaisir pour un joli bouquet, une belle plante, poursuit Virginie Lefrancq. Les concessions budgétaires ne se feront pas sur cette fête populaire qui donne l'occasion aux enfants, aux beaux enfants d'exprimer tout leur amour à leurs mamans et belles mamans. »

Quant à ceux qui se sentent concernés par la fête des mères mais qui n'ont pas l'intention d'offrir des fleurs cette année (41%), ils seront 46% à offrir un autre cadeau que des fleurs.

L.G.

Ecrit par le 9 février 2026



L'équipe de Florajet à Cabrières d'Aigues.

**Étude réalisée par Florajet en collaboration avec Opinionway auprès d'un échantillon de 1 048 personnes représentatif de la population Française âgée de 18 ans et plus, du 3 au 6 mai 2024. Opinionway a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252*

Les Taillades : Le Vauclusien 'L'Arbre vert' marque préférée des Français 2023

Ecrit par le 9 février 2026



'[L'Arbre vert](#)' figure en tête du classement des marques préférées des Français. Produit par la société vaclusienne Novamex, dont le siège social se trouve aux Taillades à côté de Cavaillon, la marque apparaît ainsi en première position de l'observatoire 2023 des marques [Opinionway](#) dans la catégorie 'Engagement'.

« L'Arbre Vert conserve sa place de choix au niveau engagement avec une large avance devant les autres marques, pour son positionnement précurseur en faveur de la santé et de la nature », explique Opinionway qui a passé au crible 1 300 marques pour établir son palmarès*.

Leader des produits d'entretien et d'hygiène corporelle écologiques en France

Créée en 1986, Novamex a été reprise en 2000 par Michel Leuthy qui a ensuite largement développé la marque en s'appuyant sur un site de production basé à Saint-Benoît dans la Vienne. En 15 ans, l'Arbre vert va devenir leader des produits d'entretien et d'hygiène corporelle écologiques en France.

Durant cette période, Michel Leuthy, chimiste de formation, lance notamment une large gamme certifiée Ecolabel et fait notamment de la PME cavare la première enseigne européenne certifiée Ecolabel dans la division savon champoing en 2007.

En 2015, le groupe familial italien Sodalis, déjà présent sur le secteur des produits d'hygiène personnelle et d'entretien de la maison, rachète Novamex qui a réalisé un chiffre d'affaires de 67,99M€ en 2021.

Trophée de l'entretien responsable

Et comme une distinction ne vient jamais seule, il y a quelques semaines, les tablettes lave-vaisselle de l'Arbre vert ont obtenu le Trophée de l'entretien responsable 2023. Pour cela, un panel de

Ecrit par le 9 février 2026

consommateurs a testé le produit sur des critères d'efficacité, de formulation, de recyclabilité, d'engagement et de durabilité et leur a attribué la note globale de 19,72 sur 20.


Par ailleurs, ce sont les enseignes Décathlon qui arrivent en tête du top 'Proximité' et Bosch du top 'Confiance' établi par Opinionway.

Quant au palmarès général des marques 2023 préférées des Français, le trio de tête est composé de 'La Laitière', 'Lu' et 'Lindt' (voir tableau ci-dessous).

« Dans un contexte incertain marqué par l'inflation et une accumulation de crises, les Français se trouvent contraints d'effectuer des arbitrages entre économies et achats plaisirs, explique [Frédéric Micheau](#), directeur adjoint chez Opinionway. Dans ce cadre, les consommateurs privilégient cette année plus que jamais les marques proches d'eux avec des marques faisant partie intégrante de leur quotidien. »

MARQUE PRÉFÉRÉE des Français

PALMARÈS GÉNÉRAL DES MARQUES- TOP 30

1		LA LAITIÈRE	11	CRISTALINE	21	CÔTE D'OR
2		LU	12	PANZANI	22	LUSTUCRU
3		LINDT	13	SAMSUNG	23	BOSCH
4		BONNE MAMAN	14	DANONE	24	ANDROS
5		CARTE D'OR	15	TEFAL	25	ALSA
6		ST MICHEL	16	BIC	26	MILKA
7		MAGNUM	17	DECATHLON	27	NESTLÉ DESSERT
8		AMORA	18	PETIT NAVIRE	28	BOURSIN
9		PRÉSIDENT	19	MOULINEX	29	FERRERO ROCHER
10		BARILLA	20	YOPLAIT	30	BONDUELLE

* *Méthodologie : Sondage réalisé online sur 1 300 marques du 2 au 13 février 2023 par l'institut d'études Opinionway 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 leur logo 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 7 réponses parmi : est une marque utile, engagée, digne de confiance, proche de moi, accessible, de qualité, innovante, aucun de ces qualificatifs).

Tendances et croissances comparées à L'Observatoire 2022 mené en mars 2022 par OpinionWay sur 1 300 marques auprès d'un échantillon représentatif de 4900 répondants français de 18 ans et plus.

L.G.

Intérim : nouvel eldorado de l'emploi en France ?



Dans un contexte social chahuté, les Français voient dans l'intérim une solution à de nombreux maux : baisse du chômage, formation des jeunes, réinsertion, obtention plus facile d'un CDI... L'intérim, serait-il le nouvel eldorado de l'emploi ? Partenaire, acteur du travail temporaire, fait le point au travers d'une étude menée avec OpinionWay sur la perception du travail intérimaire auprès des actifs en France, ses enjeux et sa place au cœur de la problématique de l'emploi.

Après une crise sanitaire mondiale qui a tout chamboulé sur son passage, le rapport au travail connaît lui aussi un nouveau visage : précarité croissante de l'emploi, pénurie de profils dans des secteurs d'activités majeurs, jeunes et seniors dans des situations critiques de recherche d'emploi, démissions à un niveau record, mais aussi évolution de la relation au travail avec une recherche toujours plus forte d'équilibre et de flexibilité.

En août 2022, l'emploi intérimaire (contrats de travail temporaire et CDI intérimaires) représente



Ecrit par le 9 février 2026

695 650 équivalents temps plein (ETP), soit une hausse de 1,7% par rapport à août 2021, progressant de 11 915 ETP en un an. Sur le marché, le « recrutement CDI » est à +31,3% à fin juillet. Au sein du groupe Partnaire, le chiffre est de +45,53%, soit une hausse de 45% par rapport à 2021.

L'intérim est une solution jugée légitime par les Français interrogés par Partnaire, pour soutenir les problématiques RH d'aujourd'hui. En effet, pour 86% des actifs, le travail temporaire est l'opportunité de donner une chance à tous d'être recruté et pour 63% de décrocher un CDI plus facilement. Face à une inflation grandissante, qui impacte les revenus des foyers, 81% des Français actifs disent que l'intérim est une bonne solution pour gagner plus d'argent. Pour ce qui est de l'équilibre vie personnelle, vie professionnelle, 66% pensent que ce mode d'emploi favorise un meilleur « équilibre bien-être » et pour 75% des personnes interrogées, l'intérim est un tremplin pour changer de métier. Enfin, tous les domaines dans lesquels le besoin de main-d'œuvre est fort sont jugés adaptés à l'intérim : BTP (61%), industrie (58%), logistique/distribution (57%) et hôtellerie/restauration (54%).

Ecrit par le 9 février 2026

■ L'intérim, une opportunité

Pour éviter le burn out /
grande démission

57%

Pour décrocher un CDI

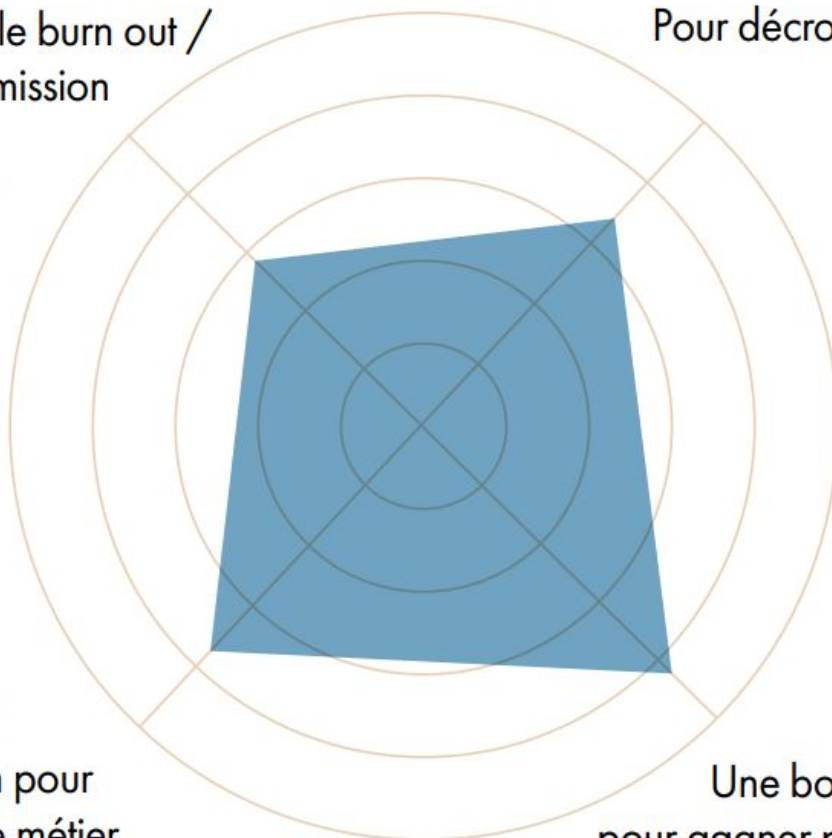
63%

75%

Un tremplin pour
changer de métier

81%

Une bonne solution
pour gagner plus d'argent



Une image positive de l'intérim...

55% des actifs interrogés ont déjà travaillé en tant qu'intérimaire (59% des hommes vs 51% des femmes). Aujourd'hui, au sein de la population active non-intérimaire, 1 personne sur 5 déclare qu'il pourrait travailler en intérim dans les prochains mois. 92% des actifs préféreraient être intérimaires plutôt qu'au chômage. Si les hommes font davantage l'expérience de l'intérim au cours de leur vie, le profil tend à évoluer selon les Français interrogés : les femmes sont sur-représentées depuis 2 ans tout comme les jeunes.



Ecrit par le 9 février 2026

Alors que 17% des actifs non-intérimaires qui ont déjà tenté l'expérience l'ont fait pour la dernière fois il y a moins de 2 ans, cette proportion monte à 23% chez les femmes contre 13% chez les hommes et à 29% auprès des moins de 35 ans.

Plusieurs avantages à l'intérim sont mis en avant : la polyvalence et la possibilité de changer de mission, de domaine ou d'entreprise (49%), ainsi que la flexibilité ou le fait de pouvoir travailler en fonction de ses disponibilités (47%). Pourtant, l'adaptation à l'intérim reste aux yeux des Français « pas donnée à tout le monde ». Pour 78% d'entre eux, il faut une forte capacité d'adaptation pour prétendre au travail temporaire et un bon moral pour supporter la précarité entre deux missions (56%).

Ecrit par le 9 février 2026

■ Quels avantages à travailler en intérim ?



49%

La polyvalence, la possibilité de changer de mission, de domaine ou d'entreprise



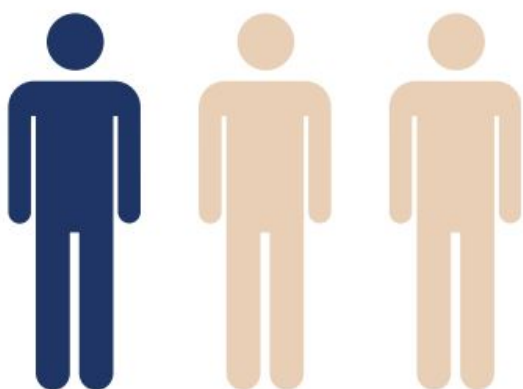
47%

La flexibilité ou le fait de pouvoir travailler en fonction de ses disponibilités

Pour un tiers des actifs, l'intérim est plus adapté en début de carrière (moins de 35 ans) et pour 78% d'entre eux, c'est une personne qui fait le choix d'un mode de travail différent avec les avantages de la flexibilité et d'un salaire plus élevé.

Ecrit par le 9 février 2026

■ Pour quel profil ?



Pour **1/3**
des actifs, l'intérim est plus
adapté en début de carrière
(moins de 35 ans)



78%

pour une personne
qui fait le choix d'un
mode de travail
différent (flexibilité,
salaire plus élevé)



78%

pour une
personne qui
possède une
forte capacité
d'adaptation

...mais un besoin d'éducation et de pédagogie sur les règles en vigueur

44% des personnes interrogées déclarent connaître très bien ou assez bien la réglementation liée à l'intérim. 59% pour les salariés ayant déjà travaillé en intérim et 84% pour ceux en poste actuellement.

Au travers de l'étude Partnaire-OpinionWay, il ressort de la part des Français interrogés, une image positive de l'intérim, vécue au sein d'un contexte du marché de l'emploi complexe et bousculé. Un mode de travail différent, reconnu comme un choix et unanimement préféré au chômage. Avec des avantages

Ecrit par le 9 février 2026

pour les deux signataires du contrat de travail : pour l'entreprise, la chance de bénéficier de plus de souplesse pour simplifier la gestion du personnel (72%) et pour le travailleur, des avantages pluriels (salaire, polyvalence et flexibilité).

Enfin, aujourd'hui, 1 actif non-intérimaire sur 2 serait prêt à tenter l'aventure du travail temporaire.

Etude menée en ligne par OpinionWay pour le groupe Partnaire, auprès d'un échantillon de 1 459 actifs de 18 à 55 ans. Le terrain a été réalisé du 23 au 29 septembre 2022.

Gel des loyers des passoires énergétiques à partir d'aujourd'hui 24 août



Dès aujourd'hui, certains investisseurs verront les loyers qu'ils perçoivent des logements considérés comme des passoires énergétiques gelés alors même que l'inflation conduit à une

Ecrit par le 9 février 2026

hausse de leurs charges. Et dès 2023, certains de ces logements ne pourront même plus être loués.

Seule solution ? Réaliser des travaux de rénovation énergétique afin de ne pas voir baisser la rentabilité de leurs biens, mais aussi réaliser des économies d'énergies tant pour eux que pour leurs locataires.

Dans ce contexte

[Heero](#) a calculé le coût des travaux de rénovation énergétique ainsi que la plus-value verte qui en résulte, tout en donnant des conseils aux investisseurs pour bien préparer leurs travaux.

Un gel des loyers dès aujourd'hui 24 août pour les passoires énergétiques

Dans le cadre de la Loi climat, à partir du 24 août, un gel des loyers sera imposé aux propriétaires bailleurs de biens avec un diagnostic de performance énergétique F ou G, considérés comme des passoires énergétiques (17 % des logements en France selon les dernières données du gouvernement).

Dès janvier 2023

Il sera interdit de louer les logements G les plus énergivores (consommation énergétique > 450kwh/m²) - ce qui représente environ 500 000 logements en France - puis tous les logements G en 2025, et enfin les logements F en 2028, avant que l'interdiction ne soit étendue aux logements E en 2034.



DR

Les investisseurs à la peine

«Ces mesures vont impacter un certain nombre d'investisseurs... On estime que le parc locatif français compte plus de 2 millions de passoires thermiques soit environ 1 logement loué sur 6. Les propriétaires

Ecrit par le 9 février 2026

vont, à terme, avoir le choix entre rénover ou vendre car ils ne pourront plus le louer, avec un risque de baisse de l'offre locative privée, qui représente 55 % du parc. Il y a donc un vrai enjeu à accompagner, encourager et aider les investisseurs à effectuer des travaux de rénovation énergétique afin de conserver un parc important tout en le rendant plus économe, en le valorisant et en allégeant la facture des locataires... » explique Romain Villain, directeur des études chez Heero.

Rénover son bien, un investissement rentable ?

D'après un sondage OpinionWay pour Heero en date de juin 2022, la possibilité de conserver une capacité de louer son logement est l'une des motivations principales de plus de 32 % des propriétaires investisseurs pour rénover leur logement, suivi de la possibilité de réaliser une plus-value à la revente (27 % des bailleurs).

«Il est certain qu'effectuer des travaux de rénovation a un coût, mais il faut voir cela comme un investissement, car rénover son bien c'est aussi le valoriser, ou trouver plus facilement des locataires en proposant un logement plus économe et plus agréable hiver comme en été,» commente Pierre Leroy, cofondateur de Heero.

Combien du m2 ?

On estime à entre 150 € et 450 € par m2 le budget moyen d'une rénovation énergétique pour gagner une ou deux classes de DPE (sur la base de connaissance de plus de 130 000 travaux de rénovation énergétique), soit au total, pour la rénovation globale et totale d'une maison de 100 m², un budget total compris entre 30 000 et 45 000€.

Ecrit par le 9 février 2026



DR

Pompe à chaleur, VMC, isolation des murs...

Il faut ainsi compter entre 6 000 et 10 000 € pour l'installation d'une pompe à chaleur, entre 4 000 € et 8 000 € pour l'installation d'une VMC double flux, entre 60 et 120 € / m² pour l'isolation des murs par l'intérieur, et entre 80 et 120 € / m² pour l'isolation des murs par l'extérieur.

En effet, il existe des écarts de prix importants à la vente selon le DPE (diagnostic de performance énergétique) du logement Avec des décotes de prix entre un logement F ou G et un logement D (à partir des données issues de la valeur verte des Notaires, France métropolitaine hors Corse). C'est en Aquitaine que l'écart est le plus grand : jusqu'à 20 % d'écart de prix entre les logements considérés comme des passoires et les logements plus économes, 10 % dans les Hauts-de-France, 13 % en Bretagne, 12 % dans l'est. En Ile-de-France, en raison du manque d'offres, la décote n'est que de 5 %.

Des aides pour rénover et valoriser son bien, y compris pour les investisseurs !

Contrairement aux idées reçues selon lesquelles les aides sont souvent réservées aux acheteurs de résidence principale, il existe des dispositifs pour les investisseurs, mais ils sont bien sûr insuffisants, alors même que ceux-ci sont les plus contraints par la Loi Climat et sont en première ligne pour rénover les biens ces prochaines années. Or, la mise en place d'aides financières et administratives est le meilleur levier selon les Français pour les inciter à rénover leur logement, comme exprimé par 86 % des Français dans ce même sondage OpinionWay.

Ecrit par le 9 février 2026

Focus sur les aides

Voici les aides existantes et éligibles pour les bailleurs afin de les inciter à atteindre a minima l'étiquette D : Le certificat d'économie d'énergie (CEE) : le logement doit avoir plus de 2 ans et les travaux doivent être réalisés par un artisan RGE (reconnu garant de l'environnement). Le montant dépend des travaux réalisés et de la zone géographique. Exemple : jusqu'à 25 € d'aide par m² pour l'isolation des combles

MaPrimeRénov'

Le logement doit avoir plus de 15 ans et les travaux doivent être réalisés par un artisan RGE. Le dispositif est éligible pour jusqu'à 3 logements par propriétaire bailleur. Le montant est calculé selon les revenus et le gain écologique des travaux, avec des bonus possibles de 500 € à 1500 € si les travaux permettent de sortir du statut de passoire thermique.



DR

Des aides selon les territoires

Par ailleurs et en complément, il existe dans certains territoires des aides locales qui peuvent être incitatives, mais également l'Eco-PTZ, prêt permettant d'emprunter jusqu'à 30 000 € à 0% sur une durée maxi de 15 ans. Au-delà de ces subventions, les bailleurs peuvent aussi bénéficier d'avantages fiscaux :

- . Le déficit foncier si le montant des travaux dépasse les revenus fonciers
- . Le dispositif Loc'Avantages : il s'agit d'une réduction d'impôt jusqu'à 10 000 € conditionnée au fait de louer son logement pendant 6 ans minimum avec un niveau de loyer inférieur aux prix de marché et sous conditions de ressources du locataire.

Dans tous les cas, le montant total des aides publiques ne doit pas représenter plus de 80 % du montant TTC du projet.

Heero

Heero offre une expérience plus juste du financement de la rénovation énergétique pour un réel impact

Ecrit par le 9 février 2026

positif sur le climat. Les propriétaires peuvent estimer le montant de leurs travaux et les aides auxquelles ils sont éligibles, puis ils confient à Heero le soin de réaliser les démarches administratives pour financer leurs travaux et ainsi réduire leur budget (CEE, MaPrimeRénov', crédits).

Simplification,

transparence, libération des données, sont les clés pour davantage inciter les Français à rénover et ainsi accélérer le mouvement de la transition énergétique. Heero est connecté avec l'ensemble des artisans reconnus garants de l'environnement et développe activement de nouveaux partenariats avec les acteurs majeurs de l'énergie et de la banque.

L'entreprise

recueille et analyse la donnée de l'ensemble du territoire français, de l'adresse postale à la région et met à disposition sa connaissance des données immobilières pour permettre à tous les maillons de la chaîne d'encourager la rénovation énergétique. Heero a été créée et impulsée par le startup studio nantais EP. Heero est également membre de la French PropTech.

MH



DR