

Ecrit par le 7 décembre 2025

Orangina : la petite canette vauclusienne qui secoue les fans du Tour



Partenaire officiel du Tour de France depuis maintenant 3 ans, la marque Orangina va jouer à domicile à l'occasion des deux étapes vauclusiennes du mardi 22 et mercredi 23 juillet. En effet, lors de l'étape Montpellier-Mont Ventoux le peloton passera à moins de 20 minutes du site de Châteauneuf-de-Gadagne, usine historique de Suntory Beverage & Food France (SBFF) aussi connue par les locaux sous le nom d'Européenne d'Embouteillage.

Reprise par le groupe japonais Suntory en 2010, le site de production créée en 1965 emploie près de 140 salariés permanents dirigés par Alexandre Dupont. Les deux lignes d'embouteillages (une pour les canettes et une autre pour les bouteilles) permettent une production d'environ 294 millions d'unités par an sous la marque Orangina, mais aussi Schweppes, Oasis, Champomy... Cela représente 19% des volumes produits par Suntory beverage & food France. Et c'est uniquement à Châteauneuf-de-Gadagne,

Ecrit par le 7 décembre 2025

qu'Orangina produit ses canettes de 15cl distribuées aux spectateurs par la caravane publicitaire sur les routes du Tour de France.



C'est uniquement en Vaucluse que sont produites les canettes de 15 cl distribuées sur le Tour de France. Il en est de même avec la série limitée 'Les Routes Zestées'. Crédit : DR

« C'est une grande fierté de voir notre usine, ici à Châteauneuf-de-Gadagne, participer à cette aventure avec Orangina, »

Alexandre Dupont, directeur du site

« Le Tour de France est un événement fédérateur qui célèbre nos racines et notre lien avec les Français. C'est une grande fierté de voir notre usine, ici à Châteauneuf-de-Gadagne, participer à cette aventure avec Orangina », explique Alexandre Dupont.

Pour l'occasion le site de production vauclusien a aussi réalisé une édition limitée 'Les Routes Zestées' disponible partout en France, en grande distribution comme en restauration. Une canette estivale inédite rendant hommage à l'univers de la Grande Boucle, avec des clins d'œil graphiques à ses cols mythiques, ses grimpeurs et ses paysages emblématiques.

[Ces marques vauclusiennes préférées des Français](#)

Ecrit par le 7 décembre 2025

Ces marques vauclusiennes 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 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^{re} place. Elle devance Samsung, (qui conserve sa 2^e place) et Bonne Maman. Les marques Barilla, Saint-Michel,

Ecrit par le 7 décembre 2025

Lu, La Laitière Côte-d'Or, Moulinex et Lindt complètent le top 10 national.

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 7 décembre 2025



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 'œur' pour les Vauclusiens, se classe 647^e. Pour rappel cette société coopérative d'intérêt collectif dans le secteur agroalimentaire a été co-créeée 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 7 décembre 2025



Orangina s'est hissée sur la 1re 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 7 décembre 2025



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 qualifiez-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).