Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 8 novembre 2026

Le Pontet : Liebig élue marque préférée des Français

Liebig vient d'être désignée* marque préférée des Français dans la catégorie 'marques de soupes'. Elle s'est hissée sur la 1re place du podium devant l'ensemble des marques de soupes vendues en GMS (rayons frais et ambiant), devant Knorr (n°2) et Royco (n°3). Liebig obtient notamment la première place dans les domaines du goût, de la confiance, de l'innovation et de la qualité.

En Vaucluse depuis 1962

Aujourd'hui leader du marché des soupes liquides au rayon ambiant avec 51,4% de parts de marché en valeur (+2,8 points par rapport à l'année dernière dans un marché évalué à 308M€), la marque reprise à Continental foods par le groupe espagnol GB Foods en 2019, produit ses soupes dans son usine du Pontet.

Le site vauclusien emploie actuellement 200 personnes. Il a vu le jour en 1962. L'usine a d'abord été spécialisée dans les soupes en conserve puis, en 1986, elle a été la première à produire des soupes en briques.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 8 novembre 2026

Des recettes élaborées par des chefs cuisiniers, directement produites ensuite sur site. Après la cuisson des légumes, les soupes sont chauffées à très haute température en quelques minutes pour permettre leur stérilisation, avant d'être mises en briques dans un environnement stérile. Cela permet d'éviter ainsi l'ajout de conservateur. Il s'agit d'une des plus importantes unités de production de soupe aseptique au monde.

« Liebig est aujourd'hui le leader de sa catégorie et continue de se développer, constate Charlotte Bizard, chef de produits chez Liebig. Obtenir la distinction 'Marque Préférée des Français' est un honneur, et indique la préférence des consommateurs. Cela vient couronner tout le travail fait par nos équipes depuis plusieurs années sur le goût et la naturalité de nos recettes. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 8 novembre 2026

L’usine du Pontet est l’une des plus importantes unités de production de soupe aseptique au monde. Crédit : Liebig/DR

> « Les consommateurs veulent acheter des soupes qu’ils ne pourraient pas faire eux-mêmes. »
>
> *Charlotte Bizard, chef de produits chez Liebig*

« En tant que leader de la catégorie, nous avons un rôle à jouer sur la transformation de cette catégorie », poursuit Charlotte Bizard. Dans cette logique, Liebig a ainsi entamé il y a 6 ans un gros chantier de rénovation de ses recettes, qui sont désormais cuisinées avec 100% d’ingrédient naturels, sans aucun ajout d’additifs.
Au fil des années, la marque vauclusienne a développé une gamme de plus de 60 recettes : Les Classiques, Les Bio, Les Familiales, Les Terroirs, Les Gourmandes …

« Les consommateurs veulent acheter des soupes qu’ils ne pourraient pas faire eux-mêmes, constate la chef de produit. C’est pourquoi Liebig a développé la gamme Les Exotiques avec des recettes comme ‘Voyage en Thaïlande’, ‘Voyage en Inde’, ‘Voyage en Chine’… Des soupes aussi savoureuses qu’originales, qui connaissent un fort succès auprès des consommateurs. »

46 000 tonnes de soupe
L’an dernier en volume, la marque qui est née en Allemagne en 1865 avant de s’implanter en France en

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 8 novembre 2026

1919 puis dans le Vaucluse il y a 62 ans, a vendu 46 000 tonnes de soupe, sur un marché total de 100 600 tonnes qui se concentre sur l'hiver.
L'usine du Pontet affiche une capacité de production de l'ordre de 100 000 tonnes de soupe par an (60 000 tonnes de soupes liquide et l'équivalent de 40 000 tonnes de soupe déshydratée sous la marque Royco). Le site dispose également d'un centre de recherche et de développement international implanté depuis 2007. Depuis 2018, l'usine est également reliée au réseau vapeur de l'incinérateur de Vedène. De quoi réduire ses émissions de CO2 de l'ordre de 75%.

Le site de production du Pontet est implanté en Vaucluse depuis 1962.; il emploie 200 personnes. Crédit : Liebig/DR

Laurent Garcia

**Etude réalisée du 18 au 19 septembre 2024, sur le panel d'OpinionWay, auprès d'un échantillon représentatif de 1061 personnes de la population française de 18 ans et plus.*