Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

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 1re place. Elle devance Samsung, (qui conserve sa 2e place) et Bonne Maman. Les marques Barilla, Saint-Michel, Lu, La Laitière Côte-d'Or, Moulinex et Lindt complètent le top 10 national.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

LE TOP 30 DE L'OBSERVATOIRE 2025

N°1 BIC

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 de18 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 411e 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.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 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 485e position. Troisième chaîne de restauration rapide en France (derrière McDonalds et Burger King), 2e 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 647e. Pour rappel cette société coopérative d'intérêt collectif dans le secteur agroalimentaire a été co-créée 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 (126e marque préférée des Français), Orangina (133e), Schweppes (209e), Oasis (303e) et May Tea (667e).
Orangina qui, auparavant avait déjà été désignée marque préférée dans la catégorie soda devant Schweppes et Oasis.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026



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.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026



Le site de production de Châteauneuf-de-Gadagne est le 1er 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).*

McCormick a accueilli une cinquantaine

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

d’enfants pour les goûters du cœur Vahiné



Pour ses 135 ans, le groupe McCormick-Ducros a organisé un goûter solidaire dans son siège d’Avignon. L’occasion d’accueillir de nombreux enfants et leurs familles notamment bénéficiaires des Restos du Cœur.

A l’occasion de ses 135 ans, le groupe américain McCormick a lancé cette année l’opération ‘135 jours pour donner’. Dans ce cadre, le leader mondial dans le secteur des épices qui a racheté Ducros et Vahiné en 2000, a accueilli 50 enfants et parents, bénéficiaires des Restos du Cœur et de l’aide du supermarché solidaire IciPASS.
Cet événement festif baptisait ‘Les goûters du cœur Vahiné’ s’est déroulé au siège de McCormick France, dans la zone d’activité d’Agroparc à Avignon. Il a ainsi permis aux enfants et leurs familles d’assister à plusieurs ateliers : un atelier de décoration de gâteaux avec les décors Vahiné, un atelier de découverte olfactive des épices Ducros, un atelier de jeux en bois et un atelier photo. La journée s’est achevée avec un goûter où ils ont pu déguster des gâteaux préparés par les salariés avec différents produits Vahiné.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026



Crédit : McCormick-France/DR

« Chez McCormick France, nous avons à cœur de soutenir les communautés dans lesquelles nous vivons, travaillons et opérons, explique Arnaud Ronssin, Directeur général, Europe de l'Ouest chez McCormick. Ce goûter offert aux enfants des Restos du Cœur et d'IciPASS est une belle opportunité pour nous de contribuer à une cause qui nous tient à cœur, tout en renforçant notre engagement envers le développement local et solidaire. Nous espérons que ce moment leur aura apporté un peu de douceur et de bonheur aux enfants. »

De son côté, Jean Vienne, président des Restaurants du Cœur de Vaucluse a tenu à saluer l'initiative : « Les équipes des 19 Centres du Vaucluse se joignent à moi pour remercier chaleureusement McCormick, partenaire fidèle de nos actions, pour cette après-midi extraordinaire que vous avez offerte à 100 enfants et leurs parents, ainsi qu'aux bénévoles qui les accompagnaient. Ils sont tous repartis avec des étoiles pleins les yeux après avoir vécu un moment inoubliable. »

Même satisfaction pour Nabil Ait Tahar, directeur de l'association IciPASS : « Grâce aux entreprises comme McCormick et à la grande distribution qui nous fournissent gratuitement les produits qui ont dépassé la date d'utilisation optimale mais restent consommables, cela nous permet de les vendre à un

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

prix très compétitif aux personnes démunies. Surtout, à la différence d'autres organismes comme les banques alimentaires qui remettent des colis de produits de première nécessité, nous ce qu'on souhaite, c'est de permettre aux gens de venir faire leurs course et trouver des produits de qualité, des produits de marque, des produits plaisir, ce qui est très important pour ceux qui viennent chez nous. »



Crédit : McCormick-France/DR

Un engagement local

Pour rappel, McCormick France, qui emploie 750 salariés dans l'Hexagone dont 610 sur ses sites vauclusiens d'Avignon, Carpentras et Monteux, est partenaire des Restos du Cœur depuis 2015 et de l'association IciPASS depuis 2020. Dans ce cadre, le groupe donne des produits Ducros et Vahiné pour les cuisines d'insertion, les paniers familles et des distributions, offre des ordinateurs et du matériel de bureau d'occasion pour leurs ateliers support au développement professionnel ou scolaire, organise pour Noël une collecte de jouets en interne pour les enfants des bénéficiaires, communique chaque année pour la grande collecte alimentaire de mars et verse régulièrement une contribution financière. Par exemple en 2022, un don de 4 300€ avait permis d'aménager une salle de formation et de réunion dans les locaux du siège départemental de l'association sur Avignon, permettant ainsi aux équipes de formateurs de transmettre à tous les nouveaux bénévoles les valeurs des Restos du Cœur.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

Grâce à McCormick, ‘Ducros’ pimente notre cuisine et ‘Vahiné’ parfume nos desserts

Grâce à McCormick, ‘Ducros’ pimente notre cuisine et ‘Vahiné’ parfume nos desserts



C’est un vrai tour du monde des saveurs que nous propose McCormick : sel de l’Hymalaya, poivre de Sichuan, piment de Cayenne et d’Espelette, safran de Grèce, vanille Bourbon grand cru de Madagascar… Même si, plus près de chez nous, existent aussi les AOP (appellation d’origine protégée) Herbes de Provence et Sel de Camargue, Label Rouge.

Et c’est le Vaucluse qui abrite tous les sites d’importation, traitement, conditionnement et expédition de

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

McCormick de France. Une saga qui a débuté en 1963 avec les frères Gilbert et Marc Ducros en Drôme Provençale, à Buis-les-Baronnies. Un négoce d'herbes en vrac. Ont suivi le fameux slogan « Ducros se décarcasse » en 1975, l'entrée dans le groupe Eridania-Beghin-Say en 1992, et l'arrivée chez le géant américain McCormick en 2000.

Il y a pile 20 ans, en 2004, le siège flambant-neuf du groupe sortait de terre grâce à GSE à Agroparc, au milieu de pieds de lavandes et de bébés oliviers qui aujourd'hui donnent de l'ombre. A Carpentras sont traitées des tonnes de marchandises en provenance du monde entier et acheminés du port de Marseille par containers. Elles passent par des tours de débactérisation, d'élimination de pierres, brindilles et insectes, analysées, puis broyées, stérilisées, lyophilisées et ensachées. A Monteux sont conditionnés les poivres et épices dont 40% sont exportés et 60% vendus en France. Des lignes qui fonctionnement 24h/24, sortent 25 millions de moulins à poivre par an, expédiés au Japon comme en Chine. C'est aussi là qu'est installée Vahiné, l'aide aux gâteaux et pâtisseries ainsi que la logistique avec la noria de camions qui acheminent les produits par palettes partout dans l'Hexagone.

La passion du goût

« La passion du goût », c'est ce qui caractérise la philosophie de Ducros comme de Vahiné avec environ 600 références. Arnaud Ronssin, le jeune directeur général de McCormick France insiste : « Nous avons un lien intime avec les agriculteurs qui nous vendent leurs épices, nous signons avec eux des contrats d'achats et nous leur garantissons des débouchés, mais nous avons aussi retiré des produits qui contenaient des pesticides. Notre laboratoire organoleptique de Carpentras passe au crible 10 000 échantillons par an, chacun des 290 millions de flacons, sachets ou moulins qui sort de chez nous porte un numéro qui le rend traçable. C'est dire le niveau de sécurité alimentaire. »

Il compare son travail à celui d'un vigneron : « Comme les cépages d'un vin, nous assemblons des produits d'origine différente, du Vietnam à l'Amérique du Sud, de récoltes différentes, mais nous devons proposer un mix qui a le même goût, comme le ferait un maître de chai, tout est maîtrisé, les huiles essentielles sont encapsulées ».

Investir pour innover

Avec environ 600 salariés sur les quatre sites vauclusiens, McCormick innove constamment, sublime les saveurs. Et propose un éventail infini d'herbes, épices, plantes, poudres et saveurs. Ail, basilic, échalotte, menthe, persil, curry, cumin, garam masala, gingembre, estragon, fenouil, cannelle, laurier, thym, aneth, coriandre, curcuma, paprika, baies roses, mais aussi huile de sésame ou de coco. Des sachets plus ou moins épicés pour cuisine thaï, mexicaine, espagnole, marocaine, libanaise, japonaise ou chinoise, barbecue ou wok. Vahiné n'est pas en reste, avec des noisettes, cerneaux de noix, amandes entières, effilées ou en poudre, pralines, abricots secs, pruneaux, dattes, vermicelles arc-en-ciel, sauces caramel, café, fraise, pistache, chocolat ou fruits rouges, levures, nappages, gélifiants, du sucre vanillé, de la cannelle et des marshmallows…

Les investissements ne cessent jamais. En 2013, pour les 50 ans de Ducros, déjà 85M€ avaient été engloutis en Vaucluse, dans la création du siège avignonnais et la modernisation des installations à

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

Carpentras et Monteux, la robotisation des taches répétitives de tri et de conditionnement, la construction d'énormes tours de broyage, l'installation du laboratoire d'analyses. « Actuellement, nous investissons entre 4 et 6M€ annuels, pour rénover les machines, rendre les lignes plus performantes car la main d'œuvre en France est 50% plus chère qu'en Pologne, par exemple, donc nous devons être hyper-productifs avec des robots pour compenser », explique Arnaud Ronssin.



©McCormick

Des produits vendus en France et ailleurs

Le Directeur Général France évoque un axe fort de progression du groupe McCormick : l'export. « En Europe, Pologne, Angleterre, Italie, Espagne, Portugal, Bénélux, Suisse, Afrique. Mais c'est en France qu'on trouve le plus nos produits, à hauteur de 55%. Avec le Covid et le confinement, les Français ont cuisiné et fait leurs gâteaux à la maison, +3 points de croissance. Nous avons gardé cette dynamique forte après, surtout avec Vahiné. Du coup, nous lançons en juin des ferments lactiques pour faire ses propres yaourts nature ou aromatisés, mais aussi un sachet de préparation '3 en 1' pour gâteaux avec pépites de chocolat, levure et farine, également pour galettes à la frangipane. Autre nouveauté : le trio cookies-muffins-brownies, fabriqués, grâce à une nouvelle machine qui sera installée à Carpentras en avril. »

l'écho du mardi
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026



Coup de jeune pour Ducros et Vahiné

L'image de Ducros, le Provençal dodu à moustache des années 70 a un peu vieilli. Du coup, pour mettre

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

en valeur le côté recherche, développement et innovation de Ducros et Vahiné au XXIème siècle, on retrouve sur le site de McCormick un jeune chef colombien, influenceur 3.0 qui s'est fait remarquer chez Top Chef, sait parler aux jeunes et leur donne envie de passer aux fourneaux avec des recettes vegan, des nouilles de riz ou des poissons à la plancha.

Exemple de recette proposée par Juan Arbelaez pour Ducros.

Une entreprise consciente des enjeux environnementaux

Autre préoccupation majeure du groupe : la RSE (responsabilité sociale environnementale) avec un triple objectif : réduire de 20% l'empreinte carbone et la consommation en eau et de 25% les emballages, ce qui n'est pas une sinécure quand on exporte dans 40 pays de la planète. « L'énergie la plus verte est celle qu'on ne consomme pas, martèle le Directeur Général France. Même depuis longtemps nous avons banni les OGM et le bisphénol, implanté des panneaux solaires, nous ciblons chaque jour ce que nous pouvons encore réduire. Nous achetons une énergie décarbonée, mais évidemment, elle est plus chère. »

Des produits bons et appréciés

Avec une direction basée aux Etats-Unis, on peut se demander comment les recettes proposées en Provence peuvent être appréciées Outre-Atlantique. Arnaud Ronssin a la réponse : « En février, le Pôle d'Expertise de McCormick est venu des USA à Carpentras où un chef a proposé 11 plats à base de truffe. Avec cette démonstration magistrale, ils ont compris qu'ici, on a de bons produits et on on sait maîtriser les saveurs. IIs peuvent nous faire confiance ! »

D'ailleurs le chiffre d'affaires le prouve : il s'affiche à 230M€ en France malgré la crise et l'inflation, soit une progression de + 5 %.

Ducros et Vahiné s'allient à Too good to go pour sauver les invendus des fêtes

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026



Après le groupe Blachère, c'est au tour des marques Vahiné et Ducros, du groupe agroalimentaire McCormick, de s'associer à l'application anti-gaspillage Too good to go afin de sauver près de 20 000 produits alimentaires après les fêtes.

800 paniers sont d'ores et déjà disponibles sur le site de Too good to go à un tarif réduit. Ils pourront être collectés le vendredi 13 entre 16h et 20h et le samedi 14 janvier entre 9h et 15h à l'usine Ducros à Monteux. L'objectif est d'éviter à près de 20 000 produits, qui étaient destinés aux fêtes de fin d'année, d'être détruits. « Si l'opération est un succès, nous aimerions la renouveler chaque année », déclare Arnaud Ronssin, directeur commercial de McCormick.

Cette alliance entre le groupe agroalimentaire et l'application anti-gaspillage est en adéquation avec les engagements RSE (Responsabilité sociétale des entreprises) de ce premier. « Le partenariat avec McCormick et ses deux marques emblématiques Ducros et Vahiné, que les Français utilisent quotidiennement, semblait évident, explique Sarah Chouraqui, directrice générale de Too good to go. Nous sommes très heureux de lancer cette opération qui permettra de faire découvrir la large gamme de produits des deux marques. »

Les paniers

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

Les paniers Ducros sont composés du poivre noir classique, le produit le plus vendu de la marque, avec son nouveau moulin et son système de réglage à trois niveaux, ainsi que d'autres produits tels que des herbes, des épices, mais aussi des produits de la cuisine thaïlandaise.

Les paniers Vahiné, quant à eux, sont composés d'une gousse de vanille, la poudre d'amandes, indispensable en cette période de galette des rois, mais aussi d'un assortiment surprise d'une dizaine de produits pour réaliser de nombreux desserts à la maison.

Le prix d'un panier est de 9,99€, soit environ un tiers du prix de vente constaté en magasin pour tous les produits d'un panier cumulés. Les consommateurs auront également des fiches recettes et un bon de réduction de 1,50€ pour leurs prochains achats en magasin dans leur panier.

V.A.