Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

Mine de rien, le MIN d'Avignon n'en finit pas de se réinventer

Première femme à diriger le MIN d'Avignon depuis sa création, Laëtitia Vinuesa recevait tout récemment dans le Hall H ses homologues venus des Marchées d'intérêt national (MIN) de Châteaurenard, Carpentras, Cavaillon, Marseille-Les Arnavaux, Nice, Grenoble, Strasbourg, Perpignan, Lyon, Haute-Corse et de Rungis, n°1 en Europe. Au cœur de leur réunion : le lancement de 'La 1ère Semaine des circuits-courts et produits français' qui se tiendra du 18 au 24 septembre 2023. Objectif : répondre à nos besoins alimentaires et environnementaux.

« Une façon de mettre à l'honneur l'ensemble des acteurs 'Du champ à l'assiette', producteurs, grossistes, expéditeurs, négociants et détaillants qui s'engagent pleinement dans la mise en avant des produits agricoles de chez nous » explique Marcel Martel, patron du MIN de Châteaurenard et vice-président de la Fédération des Marchés de Gros de France. D'ajouter « Alors que les consommateurs expriment un intérêt croissant pour les achats de proximité dans un contexte de baisse du pouvoir d'achat et qu'ils cherchent à concilier maîtrise de leur budget et aspiration à une consommation durable et responsable, les prix de l'alimentation ne cessent de grimper. La mise en avant de nos produits de terroir permettra de les promouvoir avec le savoir-faire de nos agriculteurs ». Lors de cette semaine des visites d'exploitations seront organisées au cœur des MIN avec les scolaires et avec une implication des

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

chefs cuisiniers.

Près de la moitié des Marchés de France

Sur les 26 MIN de France, une douzaine étaient représentés et leurs responsables ont pris la parole pour d'abord définir ce que sont des 'circuits-courts' et en quoi le rôle des MIN et de leurs plateformes agro-alimentaires est incontournable pour le sourcing des produits, leur traçabilité, leur qualité gustative et nutritionnelle et leur état sanitaire. Le directeur du MIN des Arnavaux, Marc Dufour explique par exemple que « L'endive vendue sur le carreau de Marseille vient de Lille. Certes, elle traverse toute la France du nord au sud, cela fait beaucoup de kilomètres, mais on n'en cultive nulle part ailleurs dans l'hexagone. L'ananas ne pousse pas aux Pennes-Mirabeau, il vient de Martinique, de Guadeloupe et de La Réunion, il est donc produit en France ultra-marine mais il arrive de loin. » Il conclut « Ne parlons pas du coût de la main d'œuvre, en France, un salarié, charges comprises, est payé 2 000€ quand un marocain touche 10 fois moins ». Pareil pour Doris Ternoy, présidente du MIN de Strasbourg : « Le local, pour nous c'est ce qui pousse le long des rives du Rhin, mais des deux côtés, donc nous avons beaucoup de maraîchage allemand et il vient d'à côté ».

Le MIN d'Avignon.

Répondre à nos besoins alimentaires et environnementaux

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

Gilles Bertrand du 'Grand Marché de Provence' intervient : « Nous avons des spécificités puisqu'en plus des fruits et légumes, nous avons une filière riz de Camargue et un abattoir à Tarascon pour les taureaux, donc la facture carbone est très basse. » La représentante de Rungis, Valérie Vion intervient : « Comme notre site, malgré ses 234 hectares, est plein à 97%, il est envisagé un autre lieu sur une centaine d'hectares avec des entrepôts, une agora des producteurs, des professionnels de la transformation et mise en conserve avec encore plus de débouchés vers le commerce, la restauration, les cuisines scolaires, les maisons de retraite, les crèches, les hôpitaux de la Grande Couronne parisienne. »

C'est au tour de Benoît Mathieu, président du MIN de Cavaillon d'intervenir. « En hiver, nous avons moins de fruits et légumes français, mais nous tournons quand même autour de 70% de production hegaxonale en moyenne sur l'année. Dans nos locaux mûrissent bananes de Martinique et de Guadeloupe. Nous travaillons main dans la main avec nos voisins des MIN d'Avignon, Châteaurenard, Nîmes ou Marseille, une synergie qui fait de nous le service public de la distribution alimentaire sécurisée ». Le responsable du MIN d'Agen ajoute : « Nous, nous sommes un marché de producteurs de fleurs, fruits et légumes. Le seul du Tarn et Garonne, entre Bordeaux et Toulouse et nous proposons 80% de local. Mais entre les problèmes climatiques, le manque d'eau, de main d'œuvre saisonnière, de transmission des exploitations quand les paysans partent à la retraite, les surfaces cultivées fondent comme neige au soleil. Sans parler du problème d'enclavement, d'absence d'autoroutes, du coup les transporteurs rechignent à travailler avec nous. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

L'activité du MIN d'Avignon, comme tous les autres MIN de France, débute très tôt le matin.

Enfin, les représentants de Haute -Corse venus en force de la Chambre d'Agriculture, ont rappelé en quelques mots les données socio-économiques de l'Ile de Beauté : « 340 000 habitants, 3 millions de touristes en haute saison, seulement 4 à 5% de production locale et 70 000 hectares de friches qui renforcent l'appétit d'ogre des spéculateurs et promoteurs immobiliers. Nous avons un retard indéniable. »

Un peu d'Histoire…
En attendant cette 'Semaine des circuits-courts' en septembre prochain, un brin d'histoire sur le « MIN d'Avignon » qui n'a pas toujours été installé à l'angle de la rocade Charles de Gaulle et de la rue Pierre Sémard. Avant 1960, il y avait un marché aux fleurs place du Change, une halle aux grains place des Carmes, un marché aux bestiaux et aux chevaux boulevard Saint-Roch, un marché des producteurs boulevard Limbert, un marché quotidien des fruits et primeurs boulevard Saint-Michel, des centaines de producteurs tout autour des remparts d'Avignon. Les Halles métalliques de la place Pie datent de 1899.

C'est en 1961, le 29 septembre précisément, qu'est publié au Journal officiel le décret 'portant création du MIN d'Avignon' co-signé par Michel Debré, Premier Ministre, Roger Frey, Ministre de l'Intérieur, Edgard Pisani, Ministre de l'Agriculture et François Missoffe, Secrétaire d'Etat au Commerce extérieur.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

Sa définition juridique : « Aménager le territoire, améliorer la qualité environnementale et la sécurité alimentaire ». Il a été ensuite inauguré 1960 par Henri Duffaut, maire d'Avignon et Robert Dion, président de la Chambre d'Agriculture de Vaucluse.

Son premier directeur, Richard Sébillotte (1962-1980), qui vécut plus de 100 ans, se rappelait, lors du 50e anniversaire du MIN : « On a construit à tour de bras à Saint-Chamand, le bâtiment des expéditeurs, la mûrisserie de bananes, le bâtiment des négociants, celui des denrées diverses ». Au début, les paysans apportaient leurs cageots sur des carrioles tractées par des chevaux, puis des 203 camionnettes Peugeot ou des fourgons Citroën. En 1963, le Général de Gaulle a été boycotté par les syndicats agricoles, des clous avaient même été jetés sur le parcours de la voiture présidentielle vers ce qu'on appelait encore le marché-gare.

De 11 à 25 hectares

Des centaines de camions en provenance d'une vingtaine de départements du sud de la France ralliaient le carreau des producteurs dès 3h du matin, chargés de tomates, aubergines, melons et abricots, mais aussi de dattes et d'ananas, de viande et de poissons pêchés au large de Marseille et du Grau du Roi. L'usine Produits Agricoles de Provence (PAP), 20 000m2 de chambres froides est directement reliée à la voie ferrée et exporte dans des wagons frigorifiques vers l'Italie, l'Espagne, l'Angleterre. Dans les années

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

70, on estime que les volumes ont été multipliés par 3 en 10 ans et que les transactions atteignent 150 000 tonnes, faisant d'Avignon la plus forte zone d'influence de France.

Entre 1960 et 1980, la superficie est passée de 11 à 25 hectares, celle des bâtiments totalise 42 000m2, des parkings et voies de circulation 87 000m2 et les installations frigorifiques 37 000m2. Face au développement de la grande distribution et des hyper-marchés qui enserrent Avignon au nord et au sud, le MIN d'Avignon s'adapte aux nécessaires mutations, il innove, se-réinvente, accueille Promocash et Métro. Avec Didier Auzet, directeur général délégué, puis Patrick Tralongo, directeur-adjoint, il se diversifie en pôle économique aux diverses facettes. Il s'agrandit, change de look. A partir de 2005, 2 000m2 de bureaux d'acier et de verre sortent de terre, 5 000m2 de hangars supplémentaires pour un investissement de 22M€.

Un CA annuel de 238,5M€

Depuis les années 60 où on ne trouvait que producteurs, maraîchers et grossistes, le MIN a évolué.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

Classé 4e en France, il accueille une banque, un point poste, deux crèches, des traiteurs, des restaurants, des transporteurs. « Le secteur tertiaire à lui seul occupe 5 000m2 » précise Laëtitia Vinuesa, sa directrice depuis janvier 2022.

A ce jour, 138 entreprises y sont implantées avec 1 360 emplois à la clé et un chiffre d'affaires de 238,5M€. Nul ne doute que, mine de rien, à deux pas des autoroutes, du TGV et de l'aéroport, il va continuer à s'agrandir, se métamorphoser, se doter de bornes de recharges électriques, de panneaux photovoltaïques sur les toits, de composteurs et d'unités de traitement des déchets. On en reparlera !

Opération 'De la ferme à ta cantine' : la

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

commune de Lauris montre l’exemple

Les membres du réseau ‘De la ferme à ta cantine‘, une opération lancée en 2009 par le Parc naturel régional du Luberon, se sont réunis au début du mois d’avril pour faire un bilan des actions menées par le Parc dans le cadre de son Projet alimentaire territorial autour de la restauration collective. 26 participants étaient présents dont des élus, des cuisiniers, des partenaires comme la Direction régionale de l’alimentation, de l’agriculture et de la forêt, mai aussi des experts en nutrition.

Pour rappel, ‘De la ferme à ta cantine’ vise à accompagner les communes volontaires dans l’approvisionnement des restaurants scolaires en produits locaux, et, si possible, biologiques. L’objectif commun des communes est de proposer au minimum un repas 100% local par trimestre. La commune de Lauris a partagé ses résultats exemplaires avec 93% de produits biologiques et 32% de produits locaux pour un coût matières de 2,80 € en moyenne par repas. A savoir que les obligations réglementaires liées à la loi EGalim, complétée par la loi Climat et résilience, en vigueur depuis le 1er janvier 2022, sont : 50% de produits de qualité dont 20% de bio dans la restauration collective.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

DR

V.A.

« Ethique dans les élevages et alimentation saine » : regard croisé entre un vétérinaire et un chef étoilé

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

Ce mardi 18 avril, la CCI de Vaucluse organise une conférence sur le thème « éthique dans les élevages et alimentation saine » en présence de Patrick Pageat, vétérinaire et chercheur et de Xavier Mathieu, Chef étoilé du Phébus et SPA.

A l'heure du manger sain, Patrick Pageat, docteur vétérinaire spécialiste en médecine vétérinaire comportementale, fondateur et directeur scientifique de l'IRSEA à Apt abordera la question de l'éthique dans les élevages. Sa vision sera croisée avec celle de Xavier Mathieu, Chef étoilé et propriétaire de l'hôtel 5 étoiles le Phébus dans lequel se trouve son restaurant « La Table de Xavier Mathieu ».

Les sujets abordés lors de la conférence, qui se tiendra dans l'amphithéâtre du Campus de la CCI, seront les suivants : liens entre la qualité du produit et la qualité de vie animale, ancrage territorial des races de viandes et choix d'approvisionnements et circuits courts.

Cette conférence, qui s'inscrit dans le cadre des « rencontres du campus », est destinée aux restaurateurs, aux apprenants de l'Ecole Hôtelière d'Avignon et de Sud Formation Santé ainsi qu'à toute personne s'intéressant aux enjeux sociétaux que pose ce sujet.

Mardi 18 avril de 16h à 17h30 au campus de la CCI de Vaucluse, allée des Fenaisons, Avignon.
Inscription gratuite et obligatoire en cliquant ici.

J.R.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

Face à l'inflation alimentaire, 7 Français sur 10 ont modifié leurs habitudes de consommation

Alors que les prix des produits alimentaires ont bondi en février de 14,5 % sur un an, l'Observatoire Cetelem et Harris Interactive viennent de publier une étude* sur 'L'Alimentation à l'heure des arbitrages' et à la façon dont les Français font face à l'inflation alimentaire en modifiant leur consommation.

Des habitudes alimentaires stables malgré les pénuries

Associées jusqu'alors à un passé révolu, les pénuries alimentaires se sont à nouveau invitées dans le quotidien des Français, notamment après le déclenchement de la guerre en Ukraine il y a un an, mais également du fait d'évènements climatiques. Ainsi, ils sont plus de 3 sur 4 (77%) à affirmer avoir été

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

confrontés eux-mêmes à des pénuries, un phénomène qui semble avoir touché tout particulièrement les familles (84%). L'huile et la moutarde sont les principaux produits pour lesquels les Français ont dû faire face à une pénurie en 2022, devant les pâtes, la farine et les œufs.
En réaction à ces ruptures de stock, 51% des Français ont cherché à remplacer le produit manquant tandis que d'autres (41%) ont attendu qu'il soit de nouveau disponible. Par ailleurs, lorsqu'ils ont cherché des produits de remplacement, la majorité des consommateurs (54%) les ont souvent trouvés plus chers que le produit d'origine.
Ces stratégies n'ont duré qu'un temps puisque presque 7 Français sur 10 (69%) indiquent être revenus à leurs anciennes habitudes de consommation une fois le retour du produit en rayon.

> « Pour des raisons budgétaires, près de 7 Français sur 10 (69%) révèlent avoir déjà renoncé à faire certaines de leurs courses alimentaires au cours des 12 derniers mois. »

Une sobriété de mise face aux contraintes budgétaires

La quasi-totalité des Français affirment avoir ressenti une augmentation des prix de l'alimentation. L'inflation n'aura donc épargné personne avec une majorité qui l'estime à un niveau compris entre 10% et 19% (53%) ; 25% des personnes aux revenus les plus modestes et 23% des familles la considèrent encore plus élevée, supérieure à 20%.
Pour des raisons budgétaires, près de 7 Français sur 10 (69%) révèlent avoir déjà renoncé à faire certaines de leurs courses alimentaires au cours des 12 derniers mois, dont 30% qui indiquent que cela a pu concerner des produits qu'ils jugent comme essentiels. Un renoncement plus prononcé chez les jeunes (83%, dont 42% concernant des produits essentiels).
Pour lutter contre l'inflation, la réaction la plus courante, pour 51% des Français, a été de remplacer le produit devenu trop cher à leurs yeux par un équivalent d'une marque moins coûteuse. Ils sont un quart (24%) à avoir malgré tout continué d'acheter leur produit habituel, même s'il était devenu plus cher ; un comportement plus fréquent chez les personnes aux revenus élevés (37%) que chez celles aux revenus moyens (23%) ou faibles (19%).

De manière plus générale, les Français considèrent apporter une plus grande attention aux prix (86%), faire attention à ne pas gaspiller (86%) mais également avoir changé leurs réflexes alimentaires (manger moins, voire un peu moins équilibré pour un peu plus d'un tiers d'entre eux). En outre, le low-cost, qui n'est plus perçu comme un achat dévalorisant, a vu ses marques plébiscitées par 52% des Français, et ils sont 61% à s'être davantage tournés vers les marques distributeurs.

Pour les Français, l'inflation va durer

Les habitudes de consommation adoptées par les Français face à l'inflation leur semblent destinées à s'inscrire dans le temps. En effet, chez ceux qui ont opéré des changements dans leur consommation de produits de marque, la plupart envisagent ces changements comme pérennes (67%). Les femmes les inscrivent plus souvent que les hommes dans la durée (76% contre 56% des hommes), de même chez les personnes aux faibles revenus (70% contre 57% chez ceux ayant des revenus élevés).

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

> « Les Français semblent opter pour un modèle alimentaire plus sobre à un niveau collectif comme individuel. »

Pour près de 3 Français sur 4 (74%), les prix de l'alimentation vont continuer à augmenter dans les 12 prochains mois. Les bouleversements récemment vécus seront amenés selon eux à être plus fréquents à l'avenir, qu'il s'agisse de pénuries (69%) ou de fortes variations de prix (79%).
Face à ce constat, les Français semblent opter pour un modèle alimentaire plus sobre à un niveau collectif comme individuel. Au niveau collectif, la plupart d'entre eux estiment qu'il faut miser davantage sur une plus grande indépendance de la France dans sa production alimentaire (73%) pour lutter contre les dérèglements de l'économie, et ce, quitte à ce que les produits vendus soient plus chers. Cet avis est particulièrement partagé par les plus âgés (80% chez les 50 ans et plus).
Quant au niveau individuel, les Français mettent tout particulièrement l'accent sur la limitation du gaspillage alimentaire (39%). Une mesure privilégiée, comme le sont aussi le fait d'effectuer plus de stocks (29%), de cuisiner davantage » maison » (28%), ou de privilégier des marques moins chères pour ses achats alimentaires (22%).

**Méthodologie : Enquête réalisée par Harris Interactive en ligne du 8 au 10 février 2023. Échantillon de 1000 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).*

Le Grand Avignon présente son nouveau rendez-vous autour de l'alimentation et du vin

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

‘Bien bon !’ C’est le nouvel événement que va proposer le Grand Avignon à la fin de l’été. Durant une semaine, des dégustations, des rencontres et des animations autour de la gastronomie auront lieu dans les 16 communes de l’agglomération.

Les rendez-vous gourmands ‘Bien Bon !’ du Grand Avignon auront lieu du 11 au 17 septembre prochains. Lors de cette première édition seront réunis des producteurs, des vignerons, ou encore des chefs que les visiteurs pourront rencontrer dans des lieux insolites. Cet événement a pour objectif de mettre en valeur le côté naturel du territoire à travers l’alimentation et le vin.

L’occasion idéale de découvrir ou redécouvrir les pépites gourmandes dont le territoire regorge. ‘Bien Bon !’ sera également l’occasion pour les professionnels de réfléchir à l’alimentation et la viticulture de demain. Plus de détails concernant cette semaine gourmande seront révélés dans les semaines à venir.

Pour rappel, le Grand Avignon comptabilise 12 000 hectares de terres viticoles et agricoles, 400 exploitations et près de 1500 commerces
de bouche. L’agglomération a à cœur de faire du bien-manger une des priorités de son action politique et économique, tout en impliquant davantage ses habitants.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

V.A.

« Cancer et Alimentation » : quel est l'impact de nos habitudes alimentaires sur notre santé ?

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

Organisée par la CCI Vaucluse et l'Institut du Cancer Avignon-Provence, une conférence destinée au grand public sur le thème « Cancer et Alimentation » se tiendra mardi 28 février de 18h à 19h30 dans l'amphithéâtre du campus de la CCI.

Le cancer n'est pas une maladie liée à une seule cause, mais est multifactoriel et l'alimentation a été identifiée comme un des facteurs de notre environnement susceptible d'augmenter le risque. « Les études sont de plus en plus précises sur ce sujet, ce n'est pas l'alimentation qui est source de cancer, mais elle est peut-être un facteur de sur-risque de cancer quand elle n'est pas équilibrée », explique le Dr Daniel Serin, vice-président de Sainte-Catherine, institut du cancer Avignon-Provence.

Au programme de cette conférence destinée au grand public : regards croisés de trois médecins et d'un chef étoilé sur nos modes de consommation alimentaires et les sur-risques de cancer.

- Dr Daniel Serin, vice-président de Sainte-Catherine, Institut du cancer Avignon-Provence : *pourquoi le nombre de cancers augmente dans le monde entier et en France ?*
- Dr Samy Khouri, médecin nutritionniste à Sainte-Catherine, Institut du cancer Avignon-Provence : *les modifications qualitatives et quantitatives de notre alimentation, facteurs de*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

sur-risque des cancers ?

- Dr Clémence Toullec, oncologue digestif à Sainte-Catherine, Institut du cancer Avignon-Provence : *la prise en charge nutritionnelle en cours de traitement des cancers et dans l'après cancer.*
- Christophe Bacquié, Chef étoilé *** : *les vertus de la cuisine méditerranéenne.*

Mardi 28 février de 18h à 19h30 à l'amphithéâtre du campus de la CCI de Vaucluse, allée des Fenaisons, à Avignon. Pour participer à cette conférence, remplissez ce formulaire.

J.R.

CoDES 84 : une formation pour restaurer la confiance par les mets et les mots

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

Le CoDES 84 propose une formation pour les professionnels et bénévoles au contact de populations en situation de précarité et de vulnérabilité alimentaire, les 14, 15 et 16 février 2023.

Le CoDES 84 est engagé depuis 2003 dans un programme de formation et d'accompagnement auprès de professionnels ou bénévoles au contact de populations en situation de précarité et de vulnérabilité alimentaire.

Cette formation a pour but de les aider à accompagner leurs publics et répondre à leurs questions sur l'alimentation et l'activité physique, de les soutenir dans le développement d'activités d'éducation nutritionnelle et de développement des compétences psychosociales, de les guider dans la recherche d'outils.

En amont et/ou à l'issue de la formation les participant.es s'engagent à initier dans leur structure une action en lien avec la formation, en bénéficiant d'un accompagnement du CoDES sur plusieurs séances.

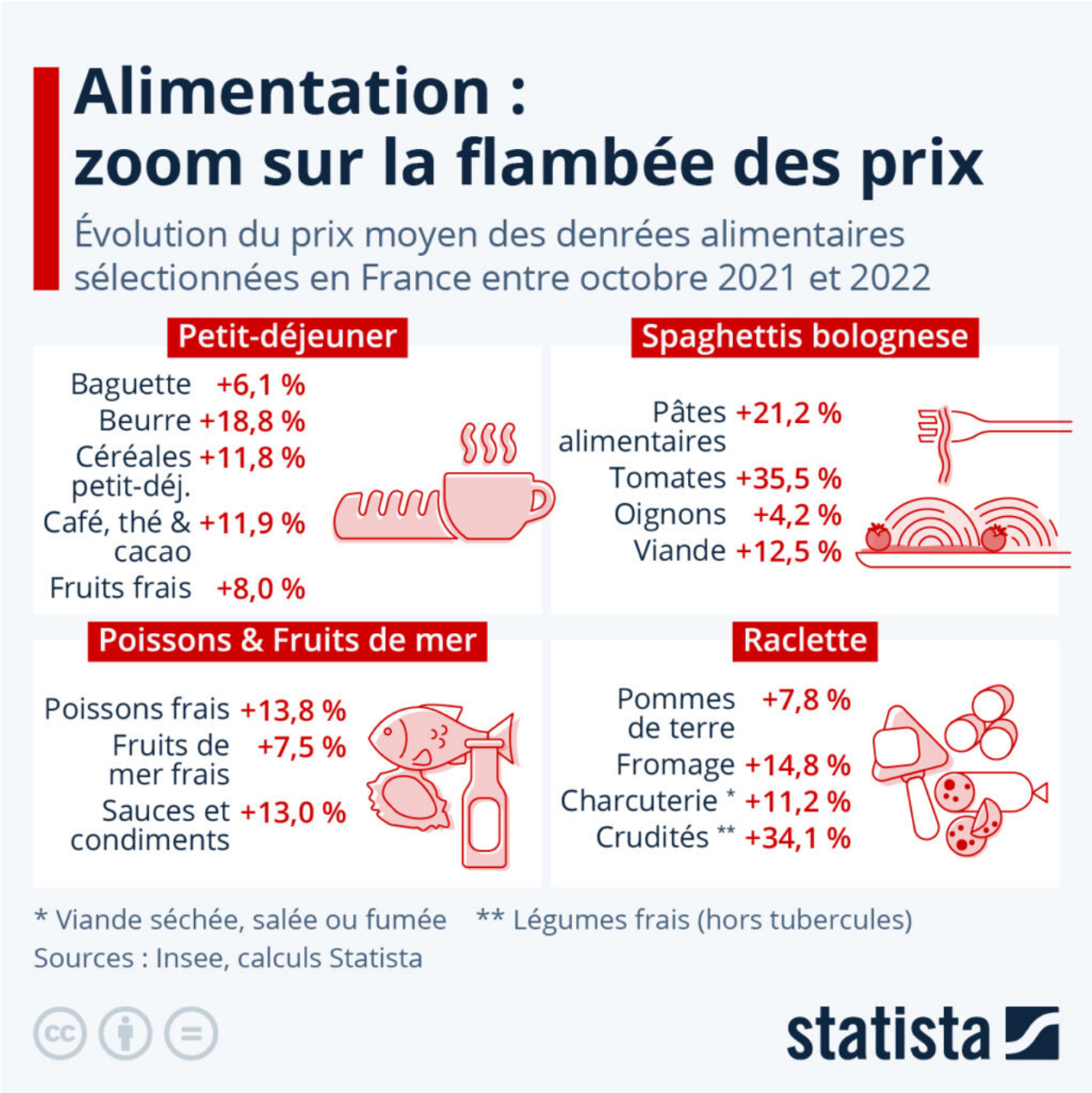
Formation les 14, 15 et 16 février 2023 – 57 av. Pierre Sémard, Avignon.
Inscription au 04 90 81 02 41 ou par mail accueil@codes84.fr.

Ecrit par le 11 juillet 2025

Inflation : quels produits alimentaires ont le plus augmenté ?

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025



En France, l'inflation annuelle a dépassé les 10 % dans les supermarchés cet automne. D'après les données du suivi de l'Insee, la hausse des prix de l'alimentation s'est nettement accélérée au mois d'octobre : +12,0 % sur un an, après +9,9 % en septembre.

Comme le détaille notre infographie, l'inflation est plus ou moins importante selon les types de produits :

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

les plus touchés étant les surgelés et les produits frais, davantage impactés par le coût de l'énergie. En octobre, le prix des légumes frais (hors tubercules) était en hausse de 34 % sur un an, et celui du poisson frais et du beurre de respectivement 19 % et 14 %. Hors produits frais, les aliments à base de blé – pâtes, couscous, céréales de petit déjeuner, etc. – ont également enregistré une hausse importante cette année.

L'un des principaux facteurs contribuant à l'inflation des produits alimentaires est le coût des matières premières énergétiques. Les cultures sous serre, plutôt énergivores, sont ainsi particulièrement impactées par la flambée du gaz. Cela s'observe par exemple avec les tomates, dont 90 % de la production est réalisée sous serre en France, et qui ont vu leur prix augmenter de plus de 35 % par rapport à l'année dernière.

De Tristan Gaudiaut pour Statista

Un état des lieux de la situation en mars 2022 est également consultable ici.

---

2 000 jeunes Vauclusiens recevront des paniers alimentaires d'ici Noël

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

Dans le cadre de l'élaboration de son Projet Alimentaire Territorial (PAT), le Département de Vaucluse va distribuer gratuitement des paniers composés de produits agricoles 100% locaux à des jeunes Vauclusiens de 16 à 25 ans en précarité.

« La crise sanitaire et l'inflation que nous connaissons actuellement ont accentué la fragilité des publics en grande précarité alimentaire », constate le Conseil départemental de Vaucluse.
Afin de lutter contre cela le département va offrir 130 paniers par semaine, jusqu'à la fin du mois de décembre, pour aider au total plus de 2 000 jeunes Vauclusiens.
Une fois par semaine, la distribution des paniers s'organise au sein des quatre Missions locales pour l'emploi et l'insertion du Vaucluse et de leurs antennes. Onze points de livraison ont été définis : Apt, Cavaillon, L'Isle-sur-la-Sorgue, Pertuis, Avignon, Valréas, Bollène, Orange, Vaison, Carpentras et Monteux.

Soutien à l'agriculture locale
Cette opération, initiée en octobre 2020, vise à offrir une aide d'urgence aux 16-25 ans en difficulté, engagés dans un parcours d'insertion via leur structure d'accompagnement. L'objectif est aussi de faire connaître et de rendre accessibles des produits locaux de qualité à des publics qui ne les auraient peut-être pas naturellement consommés. Enfin, c'est également l'occasion de soutenir les agriculteurs vauclusiens et de promouvoir l'agriculture locale.
Les fruits et les légumes, choisis en fonction des saisons et de leur disponibilité, sont fournis par les

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 juillet 2025

agriculteurs du réseau ‘En direct de nos fermes’. Ces professionnels ont été sélectionnés via la plateforme départementale d’achat Agrilocal84. En tout, 22 agriculteurs vauclusiens participent à l’opération.
Au total, 4 000 paniers, dont la valeur moyenne est de 16€, vont être distribués lors de cette opération représentant un budget de 68 000€ pour le Conseil départemental.

Aider à mieux consommer
Par ailleurs, les Missions locales accompagnent les paniers offerts de recettes facilement réalisables. Des actions collectives spécifiques sont également mises en place. Elles sont destinées à promouvoir le « bien manger de façon équilibré », à inciter à consommer davantage de produits agricoles locaux et de qualité et à faire découvrir le monde agricole, ses métiers et ses formations.

L.G.