

Ecrit par le 3 avril 2025

Le concept store engagé WOP ouvre ses portes à Aushopping Avignon Nord



La marque de vêtements colorée, écoresponsable et unisexe pour toute la famille [World of Pop \(W.O.P\)](#) a ouvert son pop-up store le mercredi 23 octobre au sein du centre commercial [Aushopping Avignon Nord](#).

La marque W.O.P naît en 2022 à l'initiative de quatre entrepreneurs qui ont décidé de s'associer autour de ce projet : [Anne Vessière](#) et [Guillaume La Barbera](#) pour la direction artistique, et [Éloïse Pulby](#) et [Laetitia Orlandi](#) pour la partie business et marketing. Après avoir travaillé dans la même entreprise de vente de vêtements haut de gamme pendant une décennie, les quatre associés ont voulu faire la mode

Écrit par le 3 avril 2025

autrement, dans le respect de la planète.

Ainsi, W.O.P repose sur plusieurs valeurs : l'écoresponsabilité et l'accessibilité, la mode et la création, la modernité et l'unisexe, la praticité et la durée dans le temps, ainsi que l'inclusivité et l'intergénération. Aujourd'hui, la marque est vendue dans plus de 80 points de vente dans le monde et possède deux concept stores à Lyon et désormais à Avignon.



Éloïse Pulby, Anne Vessière, Guillaume La Barbera et Laetitia Orlandi. ©WOP

Rendre l'écoresponsabilité accessible

À travers leur marque, Anne, Guillaume, Éloïse et Laetitia souhaitent créer un projet qui fédère tout le monde. « On voulait créer quelque chose de commun à tous, explique Guillaume La Barbera. 'Pop' dans 'World of Pop', c'est aussi pour 'populaire' puisqu'on voulait faire une marque accessible. L'écoresponsabilité a parfois une image assez élitiste. »

« L'écoresponsabilité, ça peut être quelque chose de joyeux. »

Ecrit par le 3 avril 2025

Guillaume La Barbera

Ainsi, W.O.P propose des vêtements qualitatifs à un prix juste, permettant une rémunération équitable des différents acteurs du processus de création et des vêtements qui peuvent être utilisés longtemps. Toute la famille peut en profiter, avec des tailles allant de 3 mois au XXL et des collections qui font sens et qui représentent les différentes histoires et espèces qui animent notre planète.



Une marque qui se veut inclusive, unisexe et pour toute la famille. ©WOP

Un pop-up store à Avignon

En 2023, W.O.P a remporté le concours MAPIC qui célèbre l'excellence, l'innovation et la créativité dans le retail et l'immobilier. À la clef, il y avait un pop-up store à gagner dans un des lieux au choix. Ainsi, la marque écoresponsable a décidé de s'installer à Avignon et a ouvert ses portes le 23 octobre dernier.

Ce concept store de 38 m² est en réalité un pop-up store, c'est-à-dire une boutique éphémère, dont l'installation est prévue pour trois mois, mais qui peut s'étendre jusqu'à un an, voire plus. Ainsi, les Avignonnais et Vauclusiens ont encore le temps de venir découvrir cette nouvelle boutique haute en couleurs qui propose des vêtements, mais aussi d'autres articles lifestyle comme des tasses, des livres, des puzzles, de la papeterie, et bien d'autres surprises.

Ecrit par le 3 avril 2025



Un coin du pop-up store avignonnais. ©Vanessa Arnal

Aushopping Avignon Nord : 50 entreprises seront au forum de l'emploi

Ecrit par le 3 avril 2025



Le centre commercial [Aushopping Avignon Nord](#) va accueillir son forum de l'emploi ce mercredi 18 septembre. L'occasion de se renseigner sur les offres d'emploi en Vaucluse et de dénicher votre prochain job.

Chaque année depuis 1997, le centre commercial Aushopping reçoit le forum de l'emploi. Organisé par [France Travail](#), la [Mission Locale Jeunes Grand Avignon](#), et [Cap Emploi 84](#), cet événement réunira près de 50 entreprises à la recherche de nouveaux collaborateurs ce mardi 18 septembre, telles que : Auchan le Pontet, IKEA, FNAC, Action, Parc Spirou, Leroy Merlin, Smyths Toys, Norauto, Brico dépôt, Maxi Zoo, et bien d'autres.

Les demandeurs d'emploi, munis de leur CV, pourront se rendre sur plusieurs stands et effectuer des entretiens directement. Plusieurs secteurs d'activités seront représentés comme le commerce, l'hôtellerie-restauration, l'industrie, le transport ou encore la logistique.

Cet événement a permis le recrutement de 209 personnes en 2022 et 250 en 2023. Ainsi, cette nouvelle édition s'annonce très prometteuse.

Mercredi 18 septembre. De 10h à 18h. Aushopping Avignon Nord. 533 Avenue Louis Braille. Le Pontet.

Ecrit par le 3 avril 2025

Miss Avignon Vaucluse a été élue au centre commercial Aushopping Avignon Nord



Ce samedi 6 juillet, le centre commercial [Aushopping Avignon Nord](#) a accueilli l'élection de Miss Avignon Vaucluse à l'occasion de son [Festival d'été](#) qui regroupe de nombreux événements jusqu'au vendredi 19 juillet.

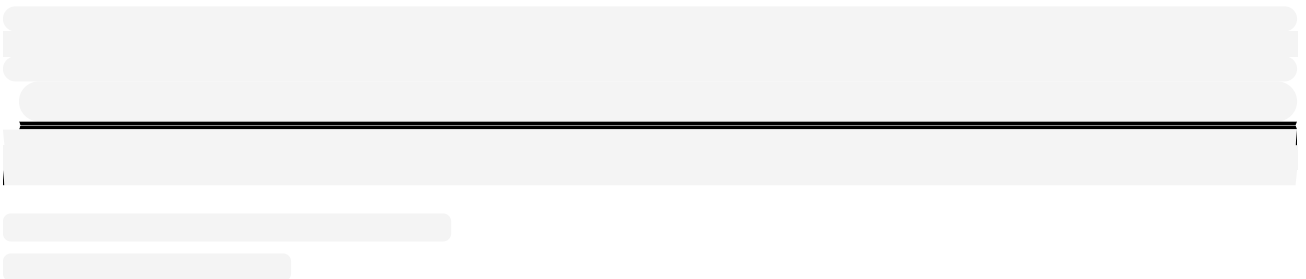
Dans la soirée du samedi 6 juillet, 14 candidates ont fait le show sur scène, avec des chorégraphies apprises en peu de temps avec le soutien du comité Miss Provence-Alpes-Côte d'Azur, pour remporter le titre de Miss Avignon Vaucluse 2024.

Le public a pu participer à cet élection en votant pour leur candidate préférée. Puis, un jury a délibéré pour élire la miss et ses deux dauphines. Ainsi, c'est Alison Baconnier qui a obtenu le titre de Miss Avignon Vaucluse 2024. Loriane Burgat et Claudia Traore sont respectivement ses 1ère et 2ème dauphines. Alison est donc qualifiée pour la prochaine étape du concours et décrochera peut-être l'écharpe de Miss Provence 2024 le 30 juillet à Saint-Raphaël.

Ecrit par le 3 avril 2025



[Voir cette publication sur Instagram](#)



Ecrit par le 3 avril 2025

Une publication partagée par Greg Martin (@gregmrtn13)

Aushopping Avignon Nord accueille Miss France 2024



Eve Gilles, Miss France 2024, viendra à la rencontre des Vauclusiens pour une séance photos et de dédicaces au centre commercial [Aushopping Avignon Nord](#) ce vendredi 28 juin.

Ecrit par le 3 avril 2025

L'occasion de rencontrer celle qui a été élue à Dijon en 2023 pour représenter la France. Ce moment privilégié, qui aura lieu en face de la boutique Grand Optical, sera proposé gratuitement aux visiteurs du centre commercial qui pourront repartir avec un beau souvenir.

Aushopping Avignon Nord, géré par la société [Nhood](#), se veut un lieu un lieu de rencontres et de partage, qui accueille des personnalités, des animations, et même des festivals tout au long de l'année, et qui n'est pas seulement un lieu où faire son shopping.

Vendredi 28 juin. De 16h30 à 19h. Aushopping Avignon Nord. 533 Avenue Louis Braille. Le Pontet.

Aushopping Avignon Nord fait son festival de Noël

Ecrit par le 3 avril 2025



À l'occasion du festival de Noël d'Aushopping Avignon Nord, qui a lieu tout le mois de décembre, deux danseurs emblématiques de l'émission télévisée *Danse avec les stars* assureront le show, suivi d'une séance de dédicaces ce samedi 16 décembre, le tout dans l'ambiance magique de Noël.

Denitsa Ikonomova et Maxime Dereymez, danseurs professionnels, connus notamment pour leur participation à l'émission *Danse avec les stars*, diffusée sur TF1, seront présents ce samedi 16 décembre au centre commercial Aushopping Avignon Nord.

Ils présenteront deux shows sur la piste de roller installée à l'occasion du festival de Noël et feront une séance de dédicaces de 17h à 18h30.

Le festival de Noël

Depuis le 24 novembre, le centre commercial s'est mis aux couleurs de Noël pour son festival annuel. La piste de roller de 350 m², qui est la seule de la région, a repris place à l'extérieur, pour le plus grand bonheur de tous. Elle est accessible tous les jours de 11h à 19h, et ce, jusqu'au samedi 6 janvier.

Ecrit par le 3 avril 2025



Des manèges pour enfants sont installés, ainsi que des food trucks, que ce soit pour ceux qui préfèrent les gourmandises salées ou sucrées. Le Père Noël est bien évidemment présent pour l'occasion. Il est possible de faire des photos avec lui tous les jours de 10h à 12h30 et de 13h30 à 19h, et il passera aux Terrasses des Saveurs ce samedi 16 décembre pendant la pause déjeuner pour vous rencontrer, et pour vous offrir quelques cadeaux.

De plus, le centre commercial reste exceptionnellement ouvert les dimanches 17, 24 et 31 décembre. L'occasion idéale de dénicher des cadeaux de dernières minutes, et de prolonger la magie du festival de Noël.

V.A.

Ecrit par le 3 avril 2025

Avignon-Nord : Starbucks devrait ouvrir avant Noël



La célèbre enseigne américaine [Starbucks](#) va ouvrir un nouveau café dans la galerie marchande Aushopping du centre commercial du Pontet. Situé face au manège, en lieu et place de l'ancien Café théâtre, le nouvel établissement devrait être opérationnel à partir du 20 décembre prochain. Il proposera 78 places assises sur un espace de 133m2 et emploiera 17 personnes dans une galerie qui va faire l'objet [d'une importante opération de rénovation](#) jusqu'en septembre 2025. Il s'agira du second Starbucks de Vaucluse après celui de la gare TGV de Courtine ouvert depuis août 2017.



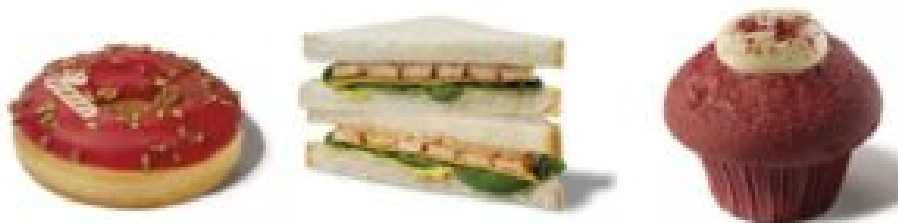
Ecrit par le 3 avril 2025

Avec 35 600 points de vente dans près de 70 pays, Starbucks est le premier torréfacteur et revendeur de cafés sélectionnés au monde.

Présent dans 70 pays

Créée en 1971 à Seattle, l'enseigne compte près de 35 600 points de vente à travers le monde dont 220 en France. La marque y est présente depuis janvier 2004 après avoir inauguré son premier café, avenue de l'Opéra à Paris.

Starbucks coffee est principalement implanté aux Etats-Unis (6 652 points de vente). L'enseigne est aussi particulièrement présente en Corée-du-Sud (1 777), au Royaume-Uni (860), au Mexique (783), en Turquie (640), à Taïwan (548), en Indonésie (540), au Canada (473), en Thaïlande (454) et aux Philippines (427) notamment. La France arrive en 16^e position en nombre d'implantations, entre les Emirats Arabes Unis (280) et le Koweït (206).



Outre les cafés de toutes sortes qui ont fait sa renommée, l'enseigne américaine créée en 1971 propose également un grand choix de 'snacking'.

Premier torréfacteur au monde

En tout, le groupe, dont le nom est tiré d'un personnage du roman Moby Dick et le logo a pour origine une gravure scandinave de sirène inspirée des légendes de la haute mer des premiers négociants en café, est présent dans 70 pays environ.

En 2022, le chiffre d'affaires de Starbucks atteignait près de 32,25 milliards de dollars.

Si le groupe est aujourd'hui devenu le premier torréfacteur et revendeur de cafés sélectionnés au monde, l'enseigne propose aussi un large choix de sandwiches, de salades, de muffins, de parts de gâteau et de biscuits disponible toute la journée.

Ecrit par le 3 avril 2025

(Vidéos) Archipel : le nouveau lieu festif d'Aushopping qui préfigure l'ADN de la zone d'Avignon-Nord



Alors que le centre commercial Auchan du Pontet célébrera son 50^e anniversaire en 2024, Aushopping, l'espace regroupant l'hypermarché et sa galerie marchande, vient de dévoiler son projet Archipel qui sera opérationnel d'ici juin prochain. Un nouveau site 'hybride' regroupant une offre variée de restauration, un lieu de coworking ainsi qu'un rooftop festif et de loisirs. Un aménagement, accompagné par un important lifting de la galerie, qui préfigure ce que la zone ambitionne de devenir : un lieu de vie voir un véritable quartier de l'agglomération et pas une simple zone commerciale.

« Nous sommes là depuis 40 ans et nous serons encore là dans 20 ans », prophétisait en 2014 un responsable d'Immochan, la filiale immobilière d'Auchan, alors que le magasin du Pontet tentait, sans succès, d'obtenir une extension de 4 980 m² de sa galerie marchande.

10 ans plus tard, l'hypermarché ayant ouvert en juin 1974 est toujours là et compte bien y rester. Pour cela, il entend s'adapter aux mutations des modes de consommation, voire aux changements de modes

Ecrit par le 3 avril 2025

vie qui se sont accélérer avec le Covid.

La course au gigantisme semble donc avoir vécu et l'enjeu désormais, est plutôt de répondre aux autres attentes du consommateur qui est aussi un travailleur nomade, un spectateur, un gourmand, un 'fêtard' et même un citoyen.

« Les centres commerciaux doivent proposer autre chose que du commerce et créer d'autres événements, d'autres activités pour en faire des nouveaux lieux de vie. »

Jacques Leze, directeur de l'ensemble commercial Avignon-Nord

« Les centres commerciaux doivent proposer autre chose que du commerce et créer d'autres événements, d'autres activités pour en faire des nouveaux lieux de vie, explique [Jacques Leze](#), directeur de l'ensemble commercial Avignon-Nord pour le compte de [Nhood](#), plateforme de services immobiliers, maître d'ouvrage délégué pour le compte de [Ceetrus](#) (anciennement Immochan) et d'Auchan. Notre projet ce n'est donc pas une simple rénovation mais c'est une mutation. Notre centre commercial d'Avignon-Nord a une cinquantaine d'années désormais. Aujourd'hui, il est nécessaire de le régénérer. »



2 visiteurs en 1974, 7,5 millions en 2023

Ecrit par le 3 avril 2025

Effectivement, que de chemin parcouru depuis le jeudi 26 juin 1974, où seul 2 clients auraient franchi la porte du magasin Auchan-Le Pontet lors de son ouverture en croyant entrer dans un garage. On est loin des 7,5 millions de personnes qui arpentent aujourd'hui les allées du centre commercial Aushopping.

Pour autant, les nouvelles habitudes de consommation (via les achats en lignes notamment), la chasse aux déplacements en voiture (moyen de transport privilégié pour rejoindre les zones de grande distribution), l'incitation à privilégier les circuits courts d'approvisionnement, [la volonté du Gouvernement de verdir les zones commerciales](#) dans le cadre de son plan 'France nation verte' et enfin la raréfaction du foncier avec [la mise en place de la loi Zan \(Zéro artificialisation nette\)](#) ont poussé les acteurs de la GMS à revoir profondément leur modèle.

Aujourd'hui, 70% des achats sont encore réalisés dans les 'vrais' commerces, mais face à l'érosion du commerce en ligne il s'agit d'y stabiliser la fréquentation. En effet, il y a 10 ans Auchan accueillait encore 1,2 millions de visiteurs supplémentaires par an (8,7 millions de personnes en 2013).

« Notre objectif c'est de maintenir notre fréquentation, confirme Jacques Leze. Pour y arriver, il faut un équipement digne de cela. » L'acte d'achat doit donc devoir désormais se transformer en expérience attrayante.

Le projet Archipel préfigure la nouvelle philosophie d'Aushopping

Première pierre de cette métamorphose, le projet 'Archipel' qui va voir le jour d'ici juin 2024 en lieu et place de l'ancien restaurant Pizza Paï. Un chantier déjà débuté qui illustre parfaitement le souci de Nhood d'économiser le foncier en verticalisant les espaces. Les 530m² de l'établissement de restauration initial vont ainsi devenir 1 701,44m² sur 3 étages.

Côté usage, il s'agit de créer un lieu hybride proposant une offre de restauration particulièrement variée en rez-de-chaussée, un espace de cowork à l'étage et un lieu festif en terrasses sur le toit du centre commercial.

L'offre de restauration (749,14m²) sera adaptée aux différents moments de la journée et aux saisons. Les clients pourront notamment y retrouver une grande variété de sandwiches, de la cuisine asiatique, des viandes, de la cuisine allégée, des plats mijotés d'influence française, du sucré et un bar. Deux restaurateurs vauclusiens sont d'ailleurs associés à cette partie : [Laurent Jeandon](#) et Rémi Sauget qui disposent de plusieurs établissements dont 2 situés dans [le pôle restauration Terrasses des saveurs](#) situé à proximité sur la zone.

Une mezzanine intermédiaire très végétalisée abritera ensuite des espaces de cowork (397,69m²). Enfin, le 'rooftop' et ses 554,61m² disposera d'un bar offrant une vue plein axe sur le Ventoux dans un espace qui sera baptisé 'La bamboche'.

Ecrit par le 3 avril 2025



Le futur rooftop d'Archipel.

« Ce projet, c'est un pari architectural ainsi qu'une transformation des usages. »

Astrid Bauters, directrice Food & Beverage France chez Nhood.

« Cela sera un lieu animé et festif avec une programmation événementielle, suivant un calendrier thématique, allant des ateliers pédagogiques jusqu'au DJ set, précise [Astrid Bauters](#), directrice Food & Beverage (ndlr : nourriture et boisson) France chez Nhood.

« Le lieu évoluera selon les saisons et le rooftop pourra être utilisé toute l'année. Il pourra être couvert l'hiver et s'ouvrir l'été, poursuit Astrid Bauters. Ce sera un endroit ouvert à tous, du petit déjeuner au milieu de la nuit. Ce projet, c'est un pari architectural ainsi qu'une transformation des usages : manger, travailler, se cultiver, faire la fête... »

Et ce pari passe également par la transformation d'un modèle d'édifice commercial, souvent comparé à des boîtes à chaussures, en lieu de vie agréable.

« L'idée c'est de changer l'architecture de ce centre commercial enfermé dans une sorte de blockhaus », insiste la directrice Food & Beverage France de Nhood.

Découvrez le projet de rénovation extérieur d'Aushopping et notamment le nouveau lieu

Ecrit par le 3 avril 2025

Archipel prévu pour juin 2024.

La pierre, l'eau et le vent

Une mission confiée à [Jean-Philippe Charon](#), architecte associé au sein de l'agence lyonnaise [Archigroup](#) qui a remporté l'appel à projet concernant l'espace Archipel mais aussi toute la 'régénération' du centre commercial.

« Il nous a notamment fallu retravailler sur les façades car, au fil du temps, il y a une succession de rénovations et d'extensions qui ont fait perdre peu à peu le fil de l'identité architecturale du site », constate Jean-Philippe Charon.

Construit à partir de 1973, inauguré en 1974, le centre commercial et sa proximité ont été modifiés à de nombreuses reprises en 1985, 1990, 1992, 2005, 2015... Conséquences de ces périodes architecturales qui ont cohabités de moins en moins bien : 9 entrées totalement disparates, des espaces mal exploités, aucune cohérence d'ordonnancement, des façades anonymes, l'absence de signalisation 'Aushopping' qui constitue la marque de la galerie, peu d'espaces d'expression extra commerciale, pas de connections avec les activités périphériques, pas d'espaces conviviaux en extérieur, des paysages négligés... Le tout au milieu de 3 800 places de parking 'défoncées' et séparés par des voiries peu accueillantes.

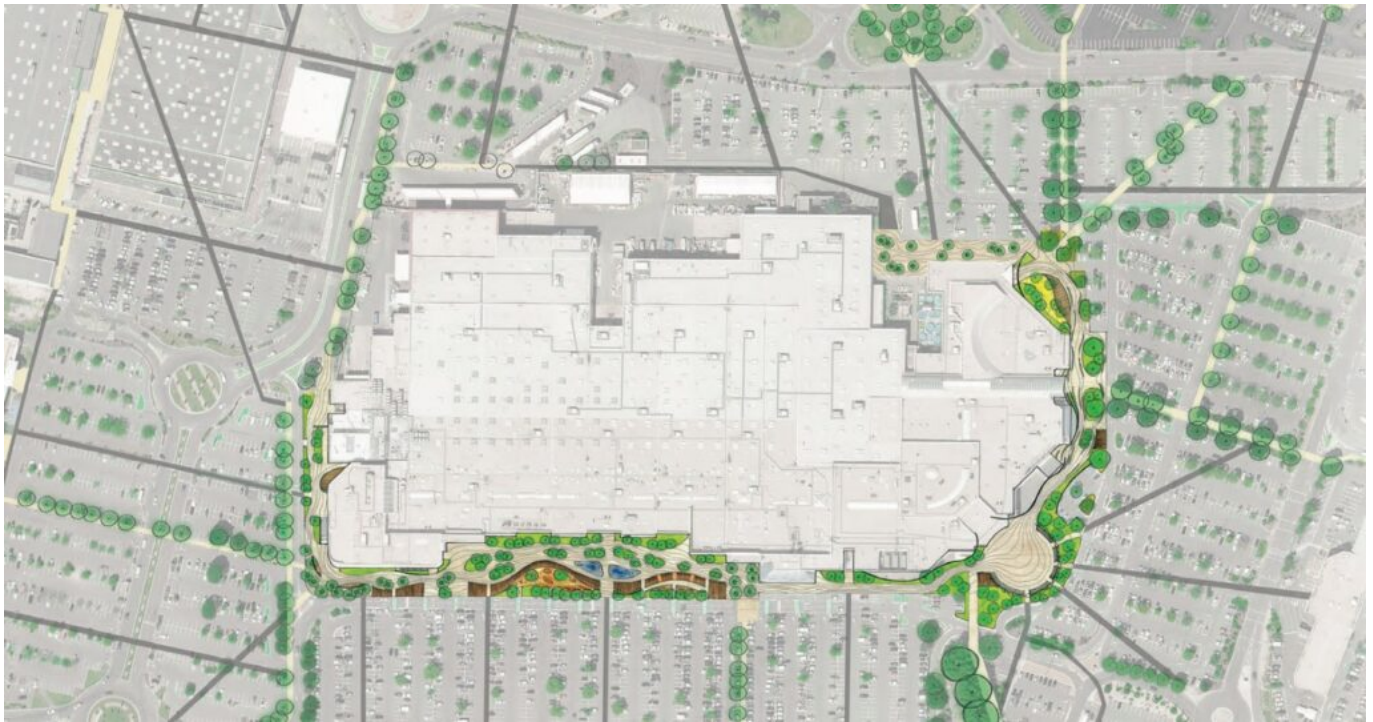
« Le site ne correspond plus aux critères de l'architecture actuelle. »

« Le site ne correspond plus aux critères de l'architecture actuelle, beaucoup de parking, d'enrobés. Et c'est la même chose dans la galerie », constate Jacques Leze. Une fois posé ce diagnostic sans concession, Nhood et Archigroup ont donc choisi de faire pleinement rentrer le centre commercial dans le XXI^e siècle. Une 'régénération' selon le terme plusieurs fois cité par le directeur de l'ensemble commercial Avignon Nord qui entend inscrire dorénavant les principes de proximité et environnementaux dans l'ADN d'Aushopping.

« Nous avons travaillé sur l'ancrage local en affirmant l'identité de ce territoire en recherchant les codes de l'architecture d'ici, détaille Jean-Philippe Charon. L'idée a été de retrouver une identité forte que l'on puisse décliner sur l'ensemble sur l'entrée et les 600 mètres de façade. »

Pour cela, l'architecte a imaginé un projet articulé autour de la pierre, de l'eau et du vent. Une pierre aux couleurs claires rappelant celles du Palais des papes, une évocation des lînes du Rhône ainsi que la multiplication des espaces de vie en plein air (voir encadré : Miser sur l'événementiel pour renforcer l'attractivité d'Avignon-Nord).

Ecrit par le 3 avril 2025



Plus de 7 000m² autour du centre commercial vont être désimperméabilisé et végétalisé.

Cette mutation sera visible dès les abords du centre commercial avec la disparition du no man's land entre les accès de la galerie et les parkings dont 1 500 places seront prochainement recouvertes d'ombrières photovoltaïques. Un espace qui peut se transformer en fournaise dès les premières chaleurs qui sera entièrement désimperméabilisé et végétalisé sur 7 000m² afin d'y accueillir des jardins aux essences méditerranéennes intégrant des jeux pour enfants et des lieux de repos ombragés via des pergolas et ombrières sur les cheminements piétonniers. Une trame paysagère qui devrait se poursuivre jusqu'au multiplexe cinématographique Capitale studios et vers le magasin Cultura. Le tout, co-imaginé avec le service transition énergétique de [la Communauté d'agglomération du Grand Avignon](#).

« Il s'agit aussi de reconnecter 'le centre commercial cœur' avec ses voisins les plus proches », complète Jacques Leze. Et preuve que les temps ont bien changé, les décideurs de la grande distribution ont même accepté de sacrifier environ 200 places de stationnement pour accueillir ces aménagements paysagers et ces plantations. Moins d'espaces pour les voitures et davantage pour des arbres : c'est une vraie révolution dans le monde de la GMS !

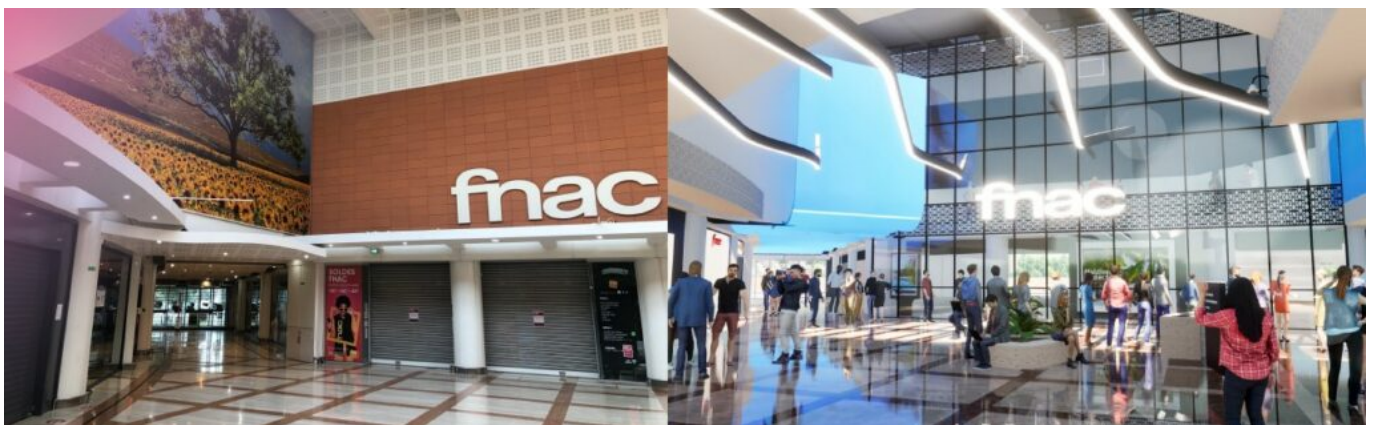
Ecrit par le 3 avril 2025



Les cheminements entre les parkings et le centre commercial sont prévus pour être plus agréable à utiliser, notamment lors des fortes chaleurs.

La galerie marchande va aussi profiter de ce lifting

Avec son premier démonstrateur Archipel, Nhood dévoile aussi sa vision du renouvellement du site du centre commercial du Pontet et, au-delà même, de ce pôle économique majeur du territoire. Dans l'immédiate continuité de ce projet, il est donc aussi prévu de donner un coup de boost à l'ensemble de la galerie et c'est encore Archigroup qui reste à la manœuvre pour les espaces intérieurs.



L'entrée côté Fnac sera dédié au digital avec une ambiance spécifique accompagnées de jeux lumières, de projections et d'écrans animés.

Écrit par le 3 avril 2025

« Notre travail a pour objectif de réunifier l'ensemble et de l'épurer », explique l'architecte Jean-Philippe Charon. Cela passe notamment par la simplification d'un grand nombre d'espaces. Dans cette optique Archigroup va privilégier l'usage du noir et du blanc en remplacement des nombreuses matières et couleurs présentes sur le site ainsi que l'usage de lignes droites pour mieux redessiner la galerie.

Un soin tout particulier sera apporté aux places intérieures faisant face aux entrées notamment celle où Starbucks va ouvrir d'ici la fin du mois prochain afin de pouvoir y recevoir des événements. Pour sa part, l'entrée côté Fnac sera dédié au digital avec une ambiance spécifique accompagnées de jeux lumières, de projections et d'écrans animés.

Découvrez la rénovation de l'intérieur de la galerie marchande d'Aushopping imaginé par le cabinet lyonnais Archigroup et l'architecte Jean-Philippe Charon.

Pas de fermeture durant le chantier

L'ensemble du chantier sera mené en 4 phases afin d'éviter les fermetures de magasins. Les travaux seront ainsi réalisés essentiellement de nuit afin d'éviter au maximum les pertes d'exploitation.

« Il n'y aura pas de fermeture de boutiques durant les travaux, insiste Jacques Leze. La réouverture complète est prévue pour septembre 2025. »

L'ensemble des travaux, qui seront labellisé Breem* (Building research establishment environmental assessment method) niveau 'Very good', représente un investissement de l'ordre de 35M€ sur 3 ans.

Privilégier au maximum les entreprises locales

A l'heure où le commerce en ligne à grande échelle commence être assimilé à un bilan carbone calamiteux sous couvert d'un anonymat mondialisé Nhood met en avant son exigence de proximité.

« Nous faisons travailler au maximum les entreprises et les fournisseurs du territoire, indique Jacques Leze. Nous privilégions aussi les matériaux locaux. Par exemple, la pierre viendra du Gard plutôt que d'Espagne. Le prix n'est pas le seul critère. »

Aushopping et veut ainsi rappeler qu'il se considère, lui aussi, comme un acteur du territoire. Nhood a ainsi imposé que le chantier intègre une clause d'insertion sociale menée en partenariat avec le Grand Avignon. Une dimension RSE (Responsabilité sociétale des entreprises) qui passe également par la prise en compte des questions de mobilités.

« Nous travaillons avec Orizo (ndlr : le réseau de transport en commun du Grand Avignon) afin d'offrir une meilleure desserte de la zone. Près de 5% des personnes qui viennent ici arrivent en bus contre 1,5% auparavant. Nous sommes aussi en lien avec les transports des Sorgues du Comtat pour éviter les 'ruptures' et le trop grand éloignement entre les arrêts de bus des différents réseaux qui nous desservent comme c'est le cas actuellement où 2 arrêts sont séparés de 500 mètres entre Sorgues et Le Pontet.

Ecrit par le 3 avril 2025



• Priorité est donnée aux entreprises locales pour ce projet de 35M€.

Ecrit par le 3 avril 2025



Le parvis d'Aushopping accueille déjà des événements avec des taux de remplissage de plus de 80%. Ce rôle devrait être encore renforcé (voir encadré ci-dessous).

Miser sur l'événementiel pour renforcer l'attractivité d'Avignon-Nord

« Dans notre projet, nous avons pris le parti de créer des espaces dédiés à des choses autres que commerciales », rappelle Jacques Leze. Accueil du festival en été, expositions, manifestations culturelles, grands événements du territoire, festival d'hiver, concerts, sports, marchés, showrooms... « L'aménagement de la grande place extérieure doit permettre d'accueillir ce type d'événements », confirme [Anaïs Bourguin](#), responsable communication et animations d'Aushopping Avignon-Nord. Une volonté d'ouverture à 'l'événementialisation' locale illustrée par l'accompagnement et le soutien à l'ouverture de [la nouvelle salle Confluence-Spectacles](#) en Courtine pour sa première année de lancement.

Garder le pouvoir d'attractivité d'une zone au rayonnement régional

En affichant clairement ses ambitions de vouloir maintenir ses niveaux de fréquentation, Aushopping rappelle qu'il se trouve dans une zone de chalandise de 800 000 personnes au rayonnement régional. La zone joue ainsi dans la cours des grands en se comparant aux 170 boutiques des Terrasses du port à Marseille (qui affiche les mêmes niveaux de fréquentation que le centre commercial vaclusien) ou bien encore les 110 boutiques du Village des marques de Miramas. « Deux équipements très récents »,

Ecrit par le 3 avril 2025

souligne Jacques Lèze.



De gauche à droite : Anais Bourguin, Jacques Leze, Astrid Bauters, Jean-Philippe Charon et Caroline Marin.

Mieux, les 350 hectares de l'ensemble de la zone Avignon-Nord, qui s'étendent du Décathlon de la Tour Blanche jusqu'à Ikea à Vedène, lui permettent de 'boxer' dans la même catégorie que Plan de Campagne, la plus grande zone commerciale d'Europe avec ses 500 enseignes.

Car Avignon-Nord, outre son centre commercial de 24 000 m² de surface de vente (hyper et galerie) et ses 113 commerces dans la galerie, c'est plus de 220 enseignes. C'est le 2^e Kiabi de France, le 2^e Boulanger de l'Hexagone (et le plus grand du pays lors de son ouverture en 2006). C'est aussi là qu'est née l'enseigne Alinéa ou que se trouve, depuis 2009, le plus grand multiplexe indépendant français : le

Écrit par le 3 avril 2025

Capitole studios devenu depuis peu le cinéma Capitole my Cinewest.

Cette zone c'est également une zone d'activité qui, selon l'Insee, totaliserait près de 9 000 emplois (dont près de 3 000 dans les commerces) et qui constitue le principal poumon économique du département. On comprend ainsi mieux la volonté de Nhood de mieux intégrer cette zone avec les territoires qui l'entourent.

« Nous souhaitons résorber cette fracture entre la zone et les villes qui sont autour grâce à notre projet de régénération urbaine, conclut Jacques Leze. Une reconnexion qui prendra par exemple la forme d'un aménagement des berges des canaux en voies cyclables afin de faciliter les échanges avec les communes limitrophes. Et si aucun logements ne sont prévus à ce jour, il faut se rappeler qu'il était projeté d'en construire 850 il y a moins de 10 ans. Plus qu'un lieu de vie, la zone se voit même comme un véritable quartier de l'agglomération car, que cela plaise ou non finalement, elle sera encore là dans 20 ans au moins.

Laurent Garcia

2 immeubles pour accueillir 5 700m2 de bureaux

En marge de la présentation du projet Archipel, Nhood a aussi dévoilé le lancement de deux programmes destinés à l'accueil d'activités tertiaires et de bureaux sur la commune de Sorgues (voir visuel ci-dessous). Situés de part et d'autre de l'immeuble Pixel, le premier projet prévoit la réalisation d'un bâtiment de 3 300 m² R+3 et le second un immeuble de 2 400 m² en R+3 également.

« Nous avons obtenu les permis de construire et nous avons lancé la pré-commercialisation en location de ces bâtiments écoresponsables », précise [Caroline Marin](#), chef de projets aménagement et promotion Sud-Est chez Nhood.

Ces futurs édifices labellisés 'Bâtiment durable méditerranée médaille d'argent' ont été imaginé par le cabinet sorguais [Archi 3](#) de l'architecte [Rolland Sarlin](#) a qui l'on doit justement 'le Pixel', premier bâtiment à énergie positive à avoir vu le jour en Vaucluse en 2017. L'immeuble de 2 848m² en R+3 a été aussi le premier dans le département à obtenir la certification Breeam* 'very good'. Localement, c'est aussi Rolland Sarlin qui a conçu le nouveau siège de 2 316m² du groupe Blachère (boulangerie Marie-Blachère, Provenc'halles) inauguré dans la zone d'activités de la Chaffine à Châteaurenard en juin dernier.

Ecrit par le 3 avril 2025

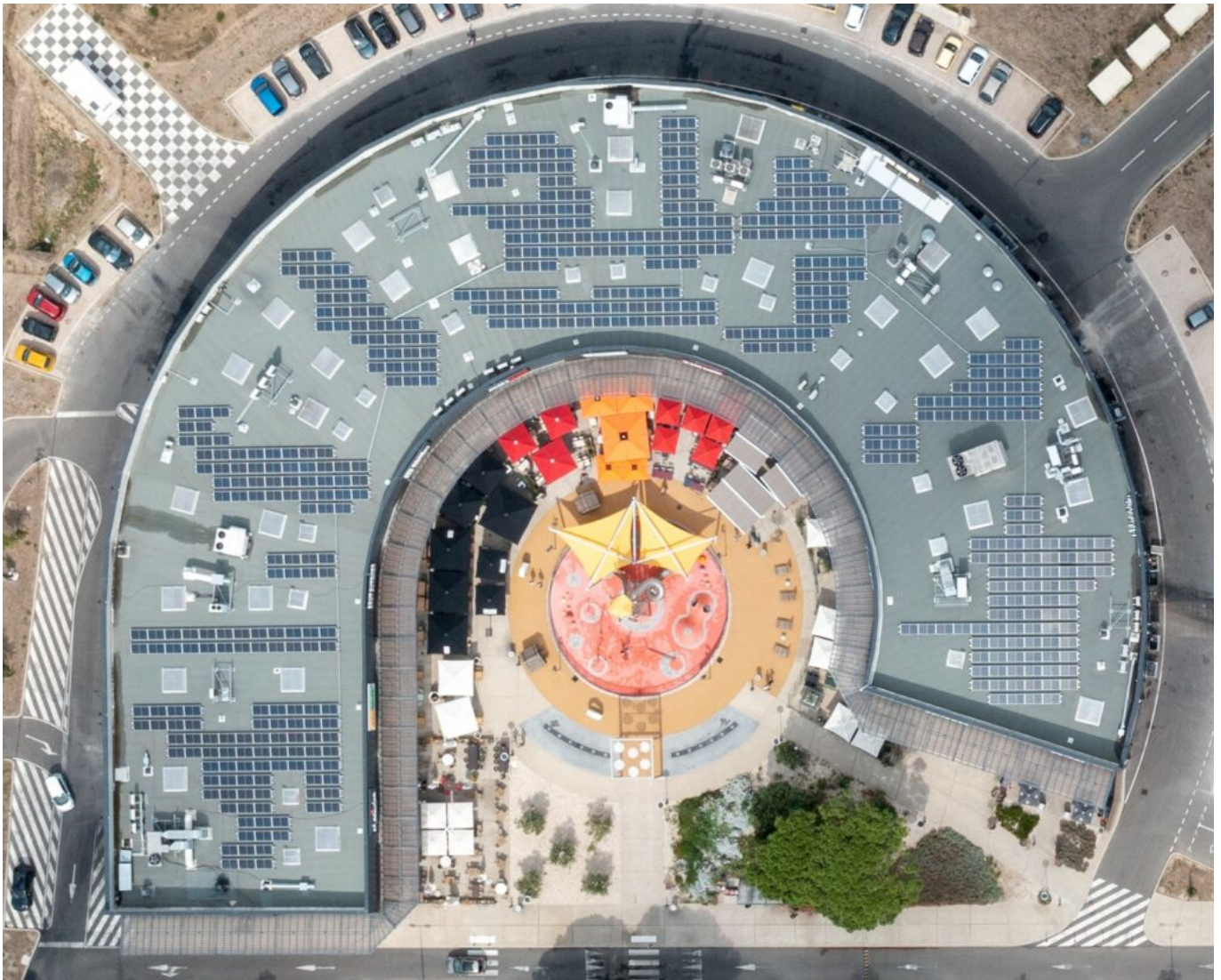


Comme le bâtiment Pixel inauguré en 2017 (au centre), les deux nouveaux programme de bureaux de Nhood vont être réalisé par le cabinet d'architecture sorguais Archi 3.

**[Le Breeam \(Building research establishment environmental assessment method\)](#) est le standard de certification bâtiment le plus répandu à travers le monde. Cette méthode d'évaluation de la performance environnementale des bâtiments a été développée au Royaume-Uni par le BRE (Building research establishment) dans les années 1990. Chaque type de bâtiment a son référentiel d'évaluation (habitations, établissement scolaires, hôpitaux, international, tribunaux, industriel, bureaux, centres commerciaux...).*

Avignon-nord : des terrasses des saveurs aux toitures du soleil

Ecrit par le 3 avril 2025



Les toits [des Terrasses des saveurs](#) sont désormais équipés de plus de 4 000m² panneaux photovoltaïques délivrant une puissance installée de 172kWc. Grâce à ces 500 modules solaires implantés sur ce pôle restauration multi-enseignes de 4 000m² inauguré au printemps 2019 abritant 10 restaurants (Ambassade de Bretagne, Ayako Sushi, Brut Butcher, El Asador, IT Trattoria, Le Saint Laurent, O'Tacos, Salad&Co, Subway et Villa Food House), les Terrasses des saveurs produisent 245MWh par an. L'équivalent de la consommation annuelle d'énergie de 83 familles ou l'économie de l'émission de 10 tonnes de CO₂ par an.

Porté par [Nhood](#), prestataire de services immobiliers en charge notamment de [la zone commerciale d'Aushopping Avignon-Nord](#), et [Helexia](#), spécialiste de l'accompagnement de projet d'énergie renouvelable, ce projet de transformation énergétique permet à Nhood France « de valoriser l'intégralité des espaces vacants du site comme la toiture, de produire une énergie verte et locale contribuant à la

Ecrit par le 3 avril 2025

diminution de l’empreinte carbone, tout en gagnant en indépendance énergétique et répondre ainsi aux enjeux climatiques actuels ».

La concrétisation de ce projet préfigure les nombreux réaménagements de la zone que Nhood devrait dévoiler dans les prochaines semaines. En effet, la structure détenue par l’AFM (Association Familiale Mulliez) et issu d’un rapprochement des équipes de [Ceetrus](#) (anciennement Immochan) et [Nodi](#) en janvier 2021, travaille actuellement à la transformation de cette zone qui s’est développée autour l’hypermarché d’Auchan-Le Pontet ouvert en 1974.

Depuis, elle abrite une galerie commerciale de 113 boutiques, un parc d’activités de 200 enseignes regroupant 40 restaurants, du loisir, de l’hôtellerie, et des commerces accueillant plus de 8 millions de visiteurs annuel.



Les 500 panneaux solaires des toitures des Terrasses des saveurs permettent de produire l’équivalent de la consommation annuelle d’énergie de 83 familles et d’économiser l’émission de 10 tonnes de CO2 par an.

Une galerie d’art éphémère ouvre au sein du

Ecrit par le 3 avril 2025

centre commercial Aushopping Avignon nord



Le centre commercial [Aushopping Avignon](#) nord accueille l'atelier-galerie d'art [Artophage](#) où seront exposées les œuvres de l'artiste-peintre avignonnais [Jay7](#) dès ce samedi 21 janvier.

A cause de travaux sur leur site de Pernes-les-fontaines, la galerie est transférée durant les prochaines semaines au sein du centre commercial. Un transfert qui sera l'occasion d'exposer les œuvres street art de Jay7, qui associe le graffiti et le mouvement Hip-Hop avec différentes techniques comme le 'finger painting'.

Une galerie donc éphémère qui sera inaugurée au grand public ce samedi 21 janvier à partir de 14h30 en présence de l'artiste, qui présentera notamment une de ses œuvres phare, la voiture du rallye des gazelles. La galerie proposera un happy hours de -20% de 18h à 20h sur toutes les œuvres.

Une animation culturelle d'un nouveau genre pour le centre commercial qui a déjà été primé cet été dans

Ecrit par le 3 avril 2025

la catégorie 'initiatives locales-Marketing' des Trophées des Acteurs du Commerce 2022 pour la seconde édition de son Festival d'été, qui a proposé une programmation complète en spectacle vivant, pièces de théâtre, one man shows, concerts, ...

[Lire aussi : Aushopping Avignon Nord primé pour son Festival d'été](#)

Inauguration le samedi 21 janvier à 14h30. La galerie d'art est ouverte du mardi au samedi de 10h à 20h dès le mardi 24 janvier.

M.C.