

Écrit par le 22 novembre 2024

Avignon : le nouveau magasin Carrefour ouvre ses portes à Cap Sud



Comme nous l'annoncions en début d'année, Carrefour va remplacer le magasin 'historique' Casino au sein du centre commercial Cap Sud à Avignon.

En janvier dernier, une partie du groupe Casino avait été démantelée suite aux difficultés de la société de grande distribution. Dans ce cadre, près de 300 magasins sont repris par Intermarché, Auchan et Carrefour. C'est d'ailleurs cette dernière enseigne qui a récupéré le magasin Casino situé dans le centre commercial de Cap Sud à Avignon.

Un point de vente 'historique' de 5 798m², qui avait vu le jour il y a plus de 50 ans lors de la création en 1973 de ce centre alors baptisait 'L'Autre centre-ville'.

Après plusieurs semaines d'aménagement, ce nouveau Carrefour ouvrira officiellement ses portes ce vendredi 17 mai. L'offre comprendra également un espace drive situé à l'arrière du magasin.

Ecrit par le 22 novembre 2024

[Avignon : 50 ans après son ouverture, le magasin Casino de Cap Sud va devenir un Carrefour](#)

Quid des autres magasins d'Avignon, Orange ainsi que dans le Gard rhodanien ?

Pour les autres magasins de Casino implanté dans la région, celui de Saint-Lazare (en face de l'université) avait déjà été cédé en juin 2023. Il devrait passer sous la bannière Intermarché d'ici 2 ans. Par ailleurs, le supermarché Casino d'Orange de l'Argensol (2 164m²) ainsi que celui de Pont-Saint-Esprit (1 017m²) devraient devenir des Intermarché. Cependant, selon nos confrères de Vaucluse matin, les responsables du magasin de la cité des princes vont rendre les clefs le jeudi 30 mai prochain sans connaître leur avenir. Un passage sous l'enseigne Intermarché contact ou celle de Netto est évoqué. De l'autre côté du Rhône, Auchan a lui récupéré l'hypermarché Casino de Saint-Laurent-des Arbres (2 794m²) alors que le Casino Shop d'Uzès (122m²) devrait basculer en Carrefour.



Ecrit par le 22 novembre 2024

Avignon : 50 ans après son ouverture, le magasin Casino de Cap Sud va devenir un Carrefour



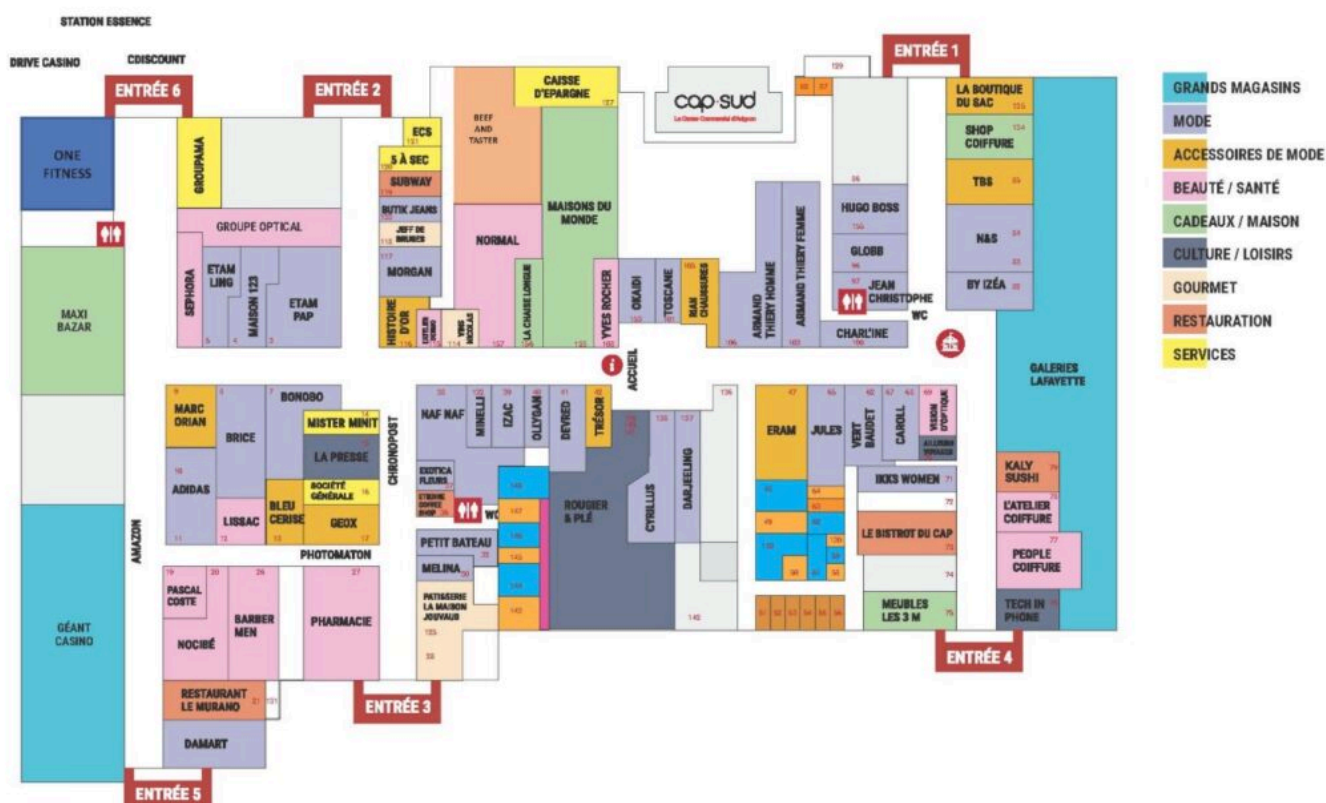
Suite à l'accord intervenu ce mercredi 24 janvier entre le groupe Casino, en plein démantèlement, et les enseignes Intermarché, Auchan et Carrefour, plusieurs magasins de Vaucluse devraient être impactés par cette décision.

Après avoir vendu en juin dernier son magasin de Saint-Lazare (1 600m²) situé en face de l'université d'Avignon*, le groupe Casino, en plein démantèlement, vient de céder à nouveau 190 magasins à Intermarché, dont 31 seront rétrocédés à Carrefour, et 95 à Auchan.

Ce jeu de chaise musicale va notamment impacter l'offre des grandes surfaces en Vaucluse puisque le

Ecrit par le 22 novembre 2024

magasin Casino situé au sein du centre commercial de Cap Sud devrait passer sous la bannière de Carrefour. D'une superficie de 5 798 m², ce point de vente a vu le jour en même temps que Cap Sud dont on a célébré le 50^e anniversaire le 19 septembre 2023. A noter que Carrefour a aussi changé, il y a quelques mois, le statut de son hypermarché de Courtine à Avignon. Selon nos confrères de [LSA](#), ce dernier doit passer en location-gérance dans le courant de cette année, comme 36 autres magasins en France. Objectif : essayer de rentabiliser au mieux ces magasins 'en manque de croissance' en confiant la gestion à des indépendants, 'intéressés directement par le chiffre d'affaires et le résultat'.



© CapSud

Intermarché à la manœuvre à Orange et Pont-Saint-Espirit

Dans ce deal, le supermarché Casino d'Orange de l'Argensol (2 164m²) ainsi que celui de Pont-Saint-Espirit (1 017m²) devraient passer sous enseigne Intermarché.

Enfin, à proximité du Vaucluse, Auchan devrait récupérer l'hypermarché Casino de Saint-Laurent-des-Arbres (2 794m²) alors que le Casino Shop d'Uzès (122m²) devrait basculer en Carrefour.

Concernant l'enseigne Monoprix, détenue à 100% par le groupe Casino qui souhaite la conserver, ces accords ne devraient avoir aucun impact sur sa présence dans le centre-ville d'Avignon depuis 1934 ainsi que depuis 2017 avec un nouvel espace alimentaire jouxtant l'implantation historique de la rue de la République.

Ecrit par le 22 novembre 2024

L.G.

**Le magasin de Saint-Lazare devrait devenir un Intermarché d'ici 2 ans.*

Orange : Carrefour se dote d'une station de charge électrique



Dans une démarche de favoriser davantage la consommation d'énergie verte, [Carrefour](#) a décidé

Écrit par le 22 novembre 2024

d'équiper ses supermarchés et hypermarchés de stations de charge électrique. Cette initiative a pu se réaliser grâce à une collaboration avec les sociétés [Allego](#) et [Driveco](#), toutes deux spécialisées dans la mobilité électrique. Ainsi, l'hypermarché Carrefour d'Orange vient d'accueillir la première station de recharge Carrefour Énergies du Sud-Est, alimentée en haute tension par Enedis.

10 véhicules peuvent se garer dans cette station et se recharger en même temps. Ce service est gratuit la première heure pour les clients qui possèdent la carte fidélité ou la carte PASS Carrefour. La station propose un temps de charge rapide puisque les bornes peuvent réaliser un plein électrique entre 20 et 60 minutes. Il est également possible de charger les vélos et trottinettes électriques à titre gratuit.

Le service de recharge est accessible par l'application mobile Carrefour Énergies, disponible sur IOS et Android, sur laquelle les utilisateurs peuvent activer la recharge de leur véhicule mais également effectuer le règlement de celle-ci.

V.A.

Vedène, avez-vous déjà fréquenté l'Imprévue ?

Pierre-Emmanuel Ribes a installé sa micro-brasserie, l'[Imprévue](#), 249, chemin de Capeau à Vedène. Dans ce hangar de presque 500 m2 il propose un espace bar, dégustation et piano, tandis qu'au fond, dans les cuves, fermentent houblon, malt, blé, petit épeautre, juste à côté de la machine à embouteiller et à étiqueter. Pierre-Emmanuel organise tous les vendredis un after-work de 16h à 21h et aussi, à la demande, des soirées musique, danse. Yeux pétillants et sourire enthousiaste, le brasseur détient un secret : Il aime les gens.

Rien ne prédestinait Pierre-Emmanuel Ribes à devenir brasseur. «J'ai fait une école de commerce et étais plutôt attiré par le marketing, relate le gérant et brasseur de l'Imprévue. J'avais bien suivi des modules sur l'entrepreneuriat mais il fallait avoir une idée, un projet que je n'avais pas à l'époque. J'ai surtout travaillé dans le commercial, avant de rejoindre la passion familiale dans le vin –père et mère ayant acquis un domaine vinicole dans le Sud-Ouest, dans le Frontonnais- et m'intéressais de près aux outils vinicoles.»

Ecrit par le 22 novembre 2024



L'espace bar de l'Imprévue

Du vin à la bière

Pierre-Emmanuel approfondit ses connaissances sur la régulation de température du vin qui est aussi importante pour le vin que pour... la bière. L'idée germe alors d'en faire son métier car à l'inverse du vin où acquérir un domaine, travailler la vigne semble très vite hors de portée financièrement, la filière de la bière se montrerait plus abordable. «J'ai commencé à brasser chez moi, dans mon appartement à partir de seaux de 20L. Je faisais des stages chez les brasseurs, lors de mes vacances, suivi de formations intensives où il était question de chimie et de brassage professionnel. L'idée ? Savoir si ce que je faisais en amateur me plairait en professionnel. J'étais à l'orée de mes 30 ans et ma décision avait muri. J'en ai 35 aujourd'hui et la brasserie existe depuis 3 ans. Pourquoi avoir choisi un local si vaste ? Pour développer la production et par la suite augmenter le nombre de cuves sans changer d'endroit. Je travaille avec 4 cuves de 1 000L de fermentation. Il faut entre un et 2 mois de travail pour sortir une bière. L'idée ? Produire 4 bières différentes et, sur l'année, 500 hectolitres.»

Ecrit par le 22 novembre 2024

Survivre à la Covid

«Si je produis pour les particuliers, je travaille également en B to B (Business to business) et brasse aussi de la bière pour d'autres. Côté distribution ? Au départ j'ai visé les restaurants, les bars, les cavistes. Par la suite, pendant la pandémie, j'ai développé le secteur des petites épiceries, supérettes et super marchés de taille moyenne -notamment à Auchan Cavaillon et Carrefour Vedène -avec des étiquettes spécifiques 'Les bières de Provence ont du caractère'- pour établir un portefeuille clients de plus de 100 adresses. Je fais aussi les marchés. J'ai repéré une trentaine de brasseurs comme moi en Vaucluse. Nous mutualisons, avec certains, nos commandes de matières premières, nous nous dépannons les uns les autres, partageant également expériences et conseils. L'entente entre nous est vraiment cordiale et c'est vraiment agréable. Comment se différencier ? C'est la difficulté car toutes les bières ont déjà été créées. Moi, je travaille particulièrement les arômes. Ma bière la plus atypique ? C'est une bière blanche au Romarin, très provençale, qui fonctionne bien et que je n'ai pas vue ailleurs.»



L'espace piano et Kids pour une sortie en famille ou entre parents et avec les enfants... Pas de

Ecrit par le 22 novembre 2024

panique, softs proposés

Travailler la marque

«Se différencier requiert aussi de travailler sur la marque 'L'Imprévue' et une étiquette très graphique, asymétrique, qui fait le tour de la bouteille et dont les deux parties sont liées par une rose des vents. Elle est l'œuvre Eugénie Lichet, graphiste lyonnaise. Le symbole ? La vie est une rose des vents avec ses opportunités issues des quatre points cardinaux de votre parcours et font que les rencontres convergent toutes au centre. Les rencontres sont donc au centre de la vie. La capsule et la rose des vents représentent une couleur et indiquent la nature de la bière choisie. »

Un, deux, trois... soleil !

Les quatre bières permanentes de la gamme sont 'La sincère Pils' en bleu -le bleu représentant l'authenticité et la sincérité- c'est une blonde sèche et désaltérante aux saveurs florales avec une note de menthe ;

L'espiègle blanche en jaune -le jaune représentant la malice et le soleil-, est une Witbier à la belge, revisitée au Romarin aux saveurs citronnées. Elle est légère et rafraîchissante et son amertume est modérée ;

La fouguese Ipa en rouge -le rouge pour la passion- est une American Ipa, bière ambrée aux saveurs d'agrumes, de pêche avec une note de caramel, son amertume est de modérée à forte.

Et la Voluptueuse Sweet Stout en rose -le rose pour la douceur et la volupté-est une bière brune (5% noire), douce et gourmande aux saveurs de café et de cacao avec une note de noix et à l'amertume modérée.

Écrit par le 22 novembre 2024



L'espace brasserie, outil de production de l'Imprévue parfois partagé avec d'autres brasseurs

Pourquoi l'imprévue ?

«C'est la représentation de mon parcours, pas si structuré, fait d'opportunités et de rencontres, pour arriver à un projet hyper sympa. C'est aussi ce que je veux fabriquer : des bières surprenantes et des événements qui sortent de l'ordinaire. Car ici, on déguste de la bière, on en fabrique, on fait des soirées, on peut privatiser le lieu... Pour les entreprises, les anniversaires, les réunions familiales, avec des animations Food-trucks... On a déjà fait des soirées à 200 personnes. Lors des after work les gens dégustent mes bières, prennent une planche de fromages, de charcuterie, de la tapenade et sont même autorisés à aller chercher ou à se faire livrer une pizza, ici, histoire de manger chaud et de prolonger la soirée.»

Écrit par le 22 novembre 2024

Déco récup

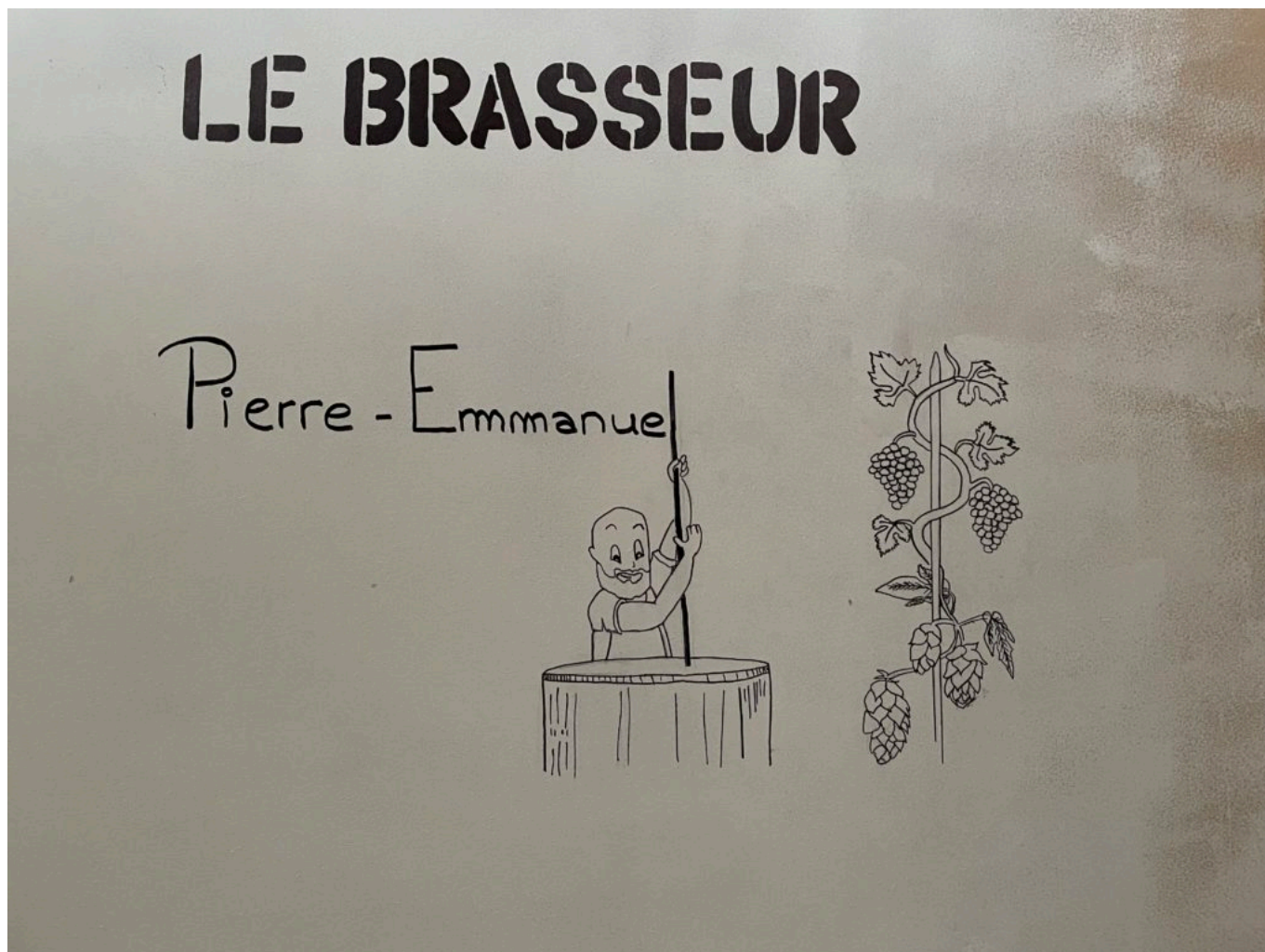
«Les tables sont des bobines de fibre optique récupérées chez un fournisseur de la zone artisanale. Les lampes suspendues font aussi chauffage d'appoint, le bar en inox qui cache un couloir réfrigéré provient du bon coin tout comme la tireuse en forme de phare. Les comptoirs, bibliothèques, présentoirs en palettes ont été fabriqués par le petit-frère de Pierre-Emmanuel, Joseph-Marie. Les tabourets sont d'anciens fûts bombés en noir pourvus de galettes pour s'y asseoir. Au-delà de la fabrication de la bière qui est une passion, ce que je veux, c'est de la convivialité, c'est toute la raison de cet espace d'accueil. » La maison ne reculant devant aucun sacrifice, Fleur, la compagne de Pierre-Emmanuel a même concocté un cocktail de Noël à base de crème de châtaigne, de cidre et de bière avec un soupçon de cannelle qui a fait le succès du lieu. «Ce que nous pouvons organiser ? Des soirées jeux, de la vente d'objets d'art, des pendants de crémaillère, des pots de départ...»

L'Imprévue, un phare à Vedène pour se retrouver à l'After-work du vendredi soir dès 16h et jusqu'à 21h

Les dates

Juillet 2018, création de la marque. Novembre 2018, installation dans le local de Vedène. Mars 2019 1^{er} bassin à la vente. Octobre 2019 salle de brassage à 1 000 litres. Premières ventes de bières en mars 2019 et ouverture du bar en novembre 2019. Les bières en 33cl sont vendues 3 et 6€ en 75cl.

Écrit par le 22 novembre 2024



Pierre Emmanuel vu par sa sœur Marie-Estelle, passé du raisin aux fleurs de houblon

Carrefour vient à la rencontre des produits locaux

Ecrit par le 22 novembre 2024



L'enseigne de grande distribution Carrefour vient d'organiser un salon dédié aux fournisseurs et produits régionaux. L'événement vient de se tenir au parc des expositions d'Avignon. Il a permis d'accueillir 180 fournisseurs de produits locaux et régionaux. L'objectif était d'encourager la présence de ces produits dans les 22 hypermarchés, 124 supermarchés et 220 magasins Carrefour Proximité de l'enseigne de la région dans le Sud-Est (Alpes de Haute-Provence, Hautes-Alpes, Alpes-Maritimes, Ardèche, Bouches-du-Rhône, Corse, Drôme, Var, Vaucluse et Monaco). Ce salon a ainsi été l'occasion pour les producteurs et PME de présenter leurs produits à l'ensemble des managers alimentaires et directeurs des magasins de cette zone.

Attente forte des consommateurs

« Environ 80% de nos références sont disponibles chez Carrefour », expliquent [Sophie](#) et [Pierre d'Agay](#), nouveaux propriétaires de l'entreprise [Augier & Fils](#) basée à Vaison-la-Romaine.

« Notre produit phare est le miel de Provence avec ses saveurs lavande de Provence, lavande fine et fleurs de Provence, poursuivent ceux qui commercialisent une gamme de miels de très haute qualité chez Carrefour depuis 10 ans maintenant. Un produit d'une qualité exceptionnelle, fruit d'une sélection drastique réalisée par nos soins et qui dispose des deux labels IGP (Indication Géographique Protégée) et Label Rouge. Aujourd'hui, nous développons une nouvelle gamme de miel bio français et nous espérons

Ecrit par le 22 novembre 2024

pouvoir la rendre accessible à tous les clients de Carrefour qui ont une forte appétence pour les produits bio. »

8 031 produits locaux dans les magasins de la région

Pour Carrefour, les motivations sont doubles : répondre à une demande de plus en plus forte des consommateurs et consolider l'ancrage économique et sociétal local de l'enseigne. Le salon organisé à Avignon a ainsi permis à chacun de goûter, découvrir les modes de fabrication, rencontrer les entreprises et échanger avec leur dirigeant.

« Cette démarche s'inscrit pleinement dans la politique de Carrefour en matière d'offre de produits régionaux : plus de 62 000 références de produits locaux et régionaux en France, des origines locales privilégiées pour chaque magasin, et une réduction des impacts environnementaux des livraisons avec des circuits courts », précise [Florence Prost](#), manager régional de Carrefour Sud-Est où l'enseigne est aujourd'hui partenaire de 475 producteurs, éleveurs ou PME locaux, réunissant quelques 8 031 produits.

L.G.

Vaucluse : Carrefour s'engage à recruter 47 alternants

Ecrit par le 22 novembre 2024



Les magasins Carrefour du Vaucluse se sont engagés à embaucher au minimum 47 jeunes alternants en 2021. En PACA, plus de 800 alternants seront recrutés en 2021. Les personnes intéressées sont invitées à déposer leur candidature sur le site recrute.carrefour.fr

Dans l'Hexagone, l'enseigne de grande distribution embauchera 15 000 jeunes en 2021, dont 7 000 en CDI et 8 000 en alternance, soit une hausse de 50 % par rapport à 2020. Ce plan de recrutement est destiné à réduire le nombre d'emplois temporaires, en CDD ou intérim, au profit de contrats en CDI et alternance, afin de recruter et de former des jeunes sur le long terme.