

Ecrit par le 22 juillet 2024

(Vidéo) Bollène : pari gagnant pour la 1^{re} boutique de proximité d'Orange en Paca



Petites villes, grandes ambitions. En réinvestissant les petites zones urbaines et les zones plus rurales en ouvrant il y a quelques mois [sa première boutique de proximité à Bollène](#), l'opérateur de téléphonie Orange semble avoir réussi son pari.

« A chaque fois que l'on devait changer de portable, on devait aller soit à Montélimar, soit à Orange, explique Florian, nouveau client de la boutique de proximité Orange à Bollène. Et puis c'est plus convivial d'avoir quelqu'un en face à qui parler en direct plutôt que par téléphone. » Même satisfaction pour Barbara qui évite ainsi les déplacements jusqu'à Montélimar.

En ouvrant ainsi [sa première boutique de proximité à Bollène en octobre dernier](#), c'est certainement ce que voulait entendre [l'opérateur de téléphonie Orange](#) en déployant ce nouveau concept de magasin plus petit visant à répondre aux besoins des clients de plus petites villes ou des zones rurales.

Une offre inédite dans la région Sud qui vient compléter celle déjà proposée par le réseau 'classique' des boutiques Orange déjà présentes à Avignon, Cavaillon, Pertuis, Apt, Carpentras, Orange et Le Pontet.

Redynamisation de l'activité économique des territoires

« L'arrivée d'Orange est une très belle opportunité pour le territoire », se félicite d'ailleurs Anthony Zilio maire de Bollène.

« Cela permet un peu de redynamiser aussi la ville de Bollène au niveau économique, se réjouissent pour

Ecrit par le 22 juillet 2024

leur part, Marc et Viviane du magasin [Bozec opticiens](#).

Pour preuve, selon Gaëlle, la responsable de la boutique, et Alex et Enzo de son équipe, le magasin a enregistré une très belle fréquentation à l'occasion des fêtes de fin d'année. Que ce soit en matière d'achat de smartphone et d'accessoire ou d'abonnement internet.

Augmentation des points de vente d'ici 2026

« Le maillage physique du réseau de distribution Orange est réparti dans toute la France pour faciliter l'appropriation de nouveaux usages numériques sur le territoire, expliquait alors l'opérateur historique lors du lancement de Bollène. Ce réseau de distribution d'Orange en France demeure un maillon essentiel pour le Groupe qui s'est toujours adapté aux attentes des consommateurs. C'est dans ce contexte qu'Orange fait évoluer son réseau de boutiques en France avec une augmentation du nombre de points de ventes d'ici 2026. »



Une offre par satellite pour une connexion THD pour tous

Après le lancement de sa nouvelle Livebox 7 pour le grand public à l'automne dernier, Orange a également lancé une offre THD (Très haut débit) par satellite. De quoi permettre aux usagers de bénéficier du THD, quel que soit l'endroit où ils se trouvent, pour 49,99€ par mois. Cette nouvelle offre s'adresse tout particulièrement aux clients non-éligibles à la fibre et à ceux disposant d'un faible débit ADSL. Sa mise en place ne nécessite aucun changement de numéro de téléphone.

Elle entre dans le dispositif d'accompagnement de l'Etat pour la 'Cohésion Numérique des Territoires' et répond à l'objectif du Gouvernement de garantir un accès au Très haut débit pour tous à horizon 2025. Les foyers ne bénéficiant pas d'un bon haut débit filaire peuvent bénéficier d'une subvention permettant d'accéder à une meilleure connexion via une technologie sans fil. L'achat ou la pose du matériel peuvent donc être pris en charge, sous réserve d'éligibilité au dispositif 'Cohésion numérique des territoires'.

Ecrit par le 22 juillet 2024

Avec le club Saint-Didier Espérance Pernoise contre le cyberharcèlement

Orange qui joue également la carte de la proximité en multipliant les initiatives locales comme avec le club Saint-Didier Espérance Pernoise a qui l'opérateur a remis en octobre dernier 30 tenues (maillots, shorts, chaussettes), 20 ballons, 5 sacs à ballons et 30 chasubles. Les enfants ont également bénéficié d'ateliers pédagogiques sur l'éducation numérique responsable et plus précisément sur la thématique du cyberharcèlement.



Le club Saint-Didier Espérance Pernoise

Pertuis : la boutique Gamm Vert se refait une beauté

Ecrit par le 22 juillet 2024



Dans le cadre de la stratégie de consolidation de son pôle Grand public, la coopérative d'agriculteurs [Arterris](#), qui compte 31 magasins [Gamm Vert](#), a réaménagé celui de Pertuis afin de le rendre plus moderne.

Ouvert depuis une vingtaine d'années, la boutique Gamm Vert de Pertuis a subi une refonte complète en novembre dernier. L'objectif de ces travaux, qui ont coûté 90 000€, était de mettre l'enseigne au goût du jour pour redynamiser ce commerce qui a connu une perte de fréquentation, mais aussi de mettre davantage en avant les circuits courts. « Jusqu'à présent, les produits du terroir n'étaient exposés que sur une petite surface », a expliqué [Anthony Segur](#), animateur Réseau de jardineries Gamm Vert Sud-Est.

La boutique de 2 000 m² dispose désormais d'une zone saisonnière 'de marché' de 40 m², lieu de vie et d'animation pour la clientèle, permettant de mettre en avant les produits du moment. Le coin animalerie a lui aussi été réadapté. Il ne propose dorénavant plus d'animaux à la vente, hormis les poules, mais la clientèle pourra toujours se fournir la nutrition animale. Pour les végétaux, la serre chaude a été remise à

Ecrit par le 22 juillet 2024

neuf. 130 m² supplémentaires s'ajoute à cette partie, dans le but de remettre en lumière le cœur de métier de l'enseigne. Conformément à la stratégie RSE du groupe Atterris, le magasin a été entièrement équipé d'éclairages LED afin de réaliser des économies d'énergie.

Avec ces aménagements, Atterris vise une hausse de fréquentation de 20% dès cette année, et un chiffre d'affaires d'environ 3M€ d'ici 3 ans pour ce magasin pertuisien.



©Atterris

(Vidéo) La CCI de Vaucluse a organisé la 1re

Ecrit par le 22 juillet 2024

Nuit du commerce de proximité à Lacoste



Le jeudi 7 décembre, la [Chambre de commerce et d'industrie \(CCI\) de Vaucluse](#) a organisé la première édition de la Nuit du commerce de proximité à Lacoste. Un nouveau rendez-vous qui a accueilli plus de 100 commerçants, élus et décideurs économiques du territoire.

C'est au cœur du Luberon, dans le cadre exceptionnel de la Maison Basse du [SCAD](#) (Savannah College of Art and Design), à Lacoste, que se sont réunis commerçants, élus et décideurs économiques de Vaucluse et alentours pour la 1^{re} Nuit du commerce de proximité, organisée par la CCI de Vaucluse.

Cette soirée, réalisée en partenariat avec le SCAD Lacoste, a été sous le signe du business, des tendances, de l'humain, et bien évidemment du commerce. Les objectifs de l'événement était de réunir les commerçants du territoire, impulser de l'énergie positive et échanger sur les nouvelles tendances du commerce d'aujourd'hui et de demain.

Ecrit par le 22 juillet 2024



Salle comble pour la 1^{re} Nuit de commerce de proximité. ©Najim Barika / NEWCOM

Des intervenants experts

Cette soirée a été rythmée par plusieurs interventions. Dans un premier lieu, les nouvelles tendances business ont été présentées par [Pierre Alzingre](#), spécialiste du marketing et de l'innovation. Ces propos ont été complétés par le témoignage de [Renaud Sore-Larregain](#), expert en développement de centralités urbaines.

Ensemble, ils ont évoqués l'expérience client, le phygital (mix de la boutique physique et du digital), qui permet d'augmenter sa notoriété, animer sa communauté, générer des leads et faire croître ses ventes, l'attractivité des centre-ville, les chèques-cadeaux, mais aussi les technologies de demain telles que l'intelligence artificielle, ou encore la réalité augmentée. Au cours de leurs interventions, ils n'ont pas fait l'impasse sur le côté humain, atout indispensable des commerces de proximité.

Des témoignages

Pour compléter les prises de parole des experts, plusieurs élus et commerçants sont à leur tour intervenus pour apporter leur témoignage et partager leurs bonnes pratiques avec les invités.

Ça a été le cas notamment de Nicolas Isnard, maire de Salon-de-Provence, Ariel Genin, propriétaire de la boutique [Le Flanker](#) à L'Isle-sur-la-Sorgue, Emmanuel Suet, dirigeant de la [Maison Suet](#) à Apt, et [Nordine Saihi](#), membre du Bureau de la CCI de Vaucluse, commerçant et président du [Groupement](#)

Ecrit par le 22 juillet 2024

[commercial et artisanal du Pays d'Apt Luberon.](#)

Les commerces de proximité

À travers cet événement, l'importance des commerces de proximité a été mise en lumière. Non seulement ils contribuent à l'économie d'un territoire, mais aussi à son dynamisme et à son attractivité. Ils seront d'ailleurs mis à l'honneur lors de la remise des Trophées du Commerce en mars prochain, qui récompenseront les commerçants s'illustrant dans les catégories création, numérique, développement durable et coup de cœur.

Forte de son succès, cette première Nuit du commerce de proximité va donner lieu à quatre autres soirées similaires au cours de l'année 2024 en Vaucluse.

©Najim Barika / NEWCOM

Avignon-Nord : Starbucks devrait ouvrir avant Noël



Ecrit par le 22 juillet 2024

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.

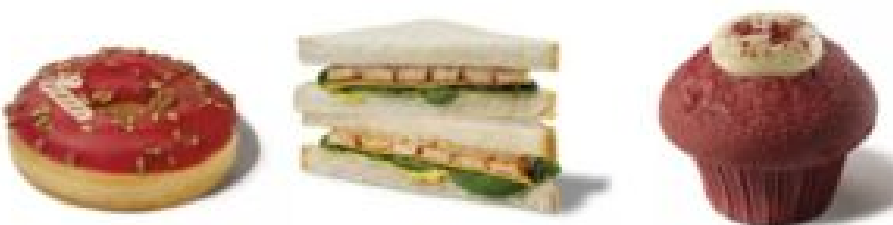


Avec 35 600 points de vente dans près de 70 pays, Starbucks est le premier torréfacteur et revendeur de cafés sélectionnés au monde.

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

Ecrit par le 22 juillet 2024

'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.

Avignon : Easy cash ouvre son premier magasin en Vaucluse   Mistral 7



Ecrit par le 22 juillet 2024

L'enseigne d'achat-vente d'objets d'occasion et reconditionnés [Easy cash](#) vient d'ouvrir son premier magasin en Vaucluse. D'une superficie de 335m², il viendra compléter le maillage régional du premier réseau français de seconde main déjà présent à Arles notamment.

C'est dans la zone de Mistral 7 à Avignon, qu'Easy cash vient d'ouvrir son premier magasin dans le Vaucluse. D'une superficie de 335m², il est situé avenue Pierre-Bérégovoy dans la zone commerciale de Mistral 7.

[Easy cash Avignon](#) est dirigé par deux franchisés : Caroline Guidat et [Yan Gomez](#). Elle, est une ancienne conseillère au sein de Pôle Emploi et lui, a été directeur de points de vente et formateur chez SFR. Ils sont à la tête d'une équipe de 8 personnes.

« La seconde main fait partie des marchés les plus porteurs actuellement, nous sommes convaincus d'être au bon endroit au bon moment et que le concept Easy Cash répond plus que jamais aux attentes des Français, expliquent les deux franchisés. Il véhicule des valeurs en phase avec les nôtres : un mode de consommation responsable et vertueux et le goût de la rencontre et de la proximité. »



Ecrit par le 22 juillet 2024

Le magasin d'Avignon.

Poursuite du maillage régional

Avec cette ouverture vaclusienne Easy cash vient compléter le maillage régional de ses implantations en Provence-Alpes-Côte d'Azur. L'enseigne créée en 2021 est ainsi déjà présente à La Ciotat, Istres et Arles dans les Bouches-du-Rhône ainsi que Toulon, Brignoles et Puget-sur-Argens dans le Var.

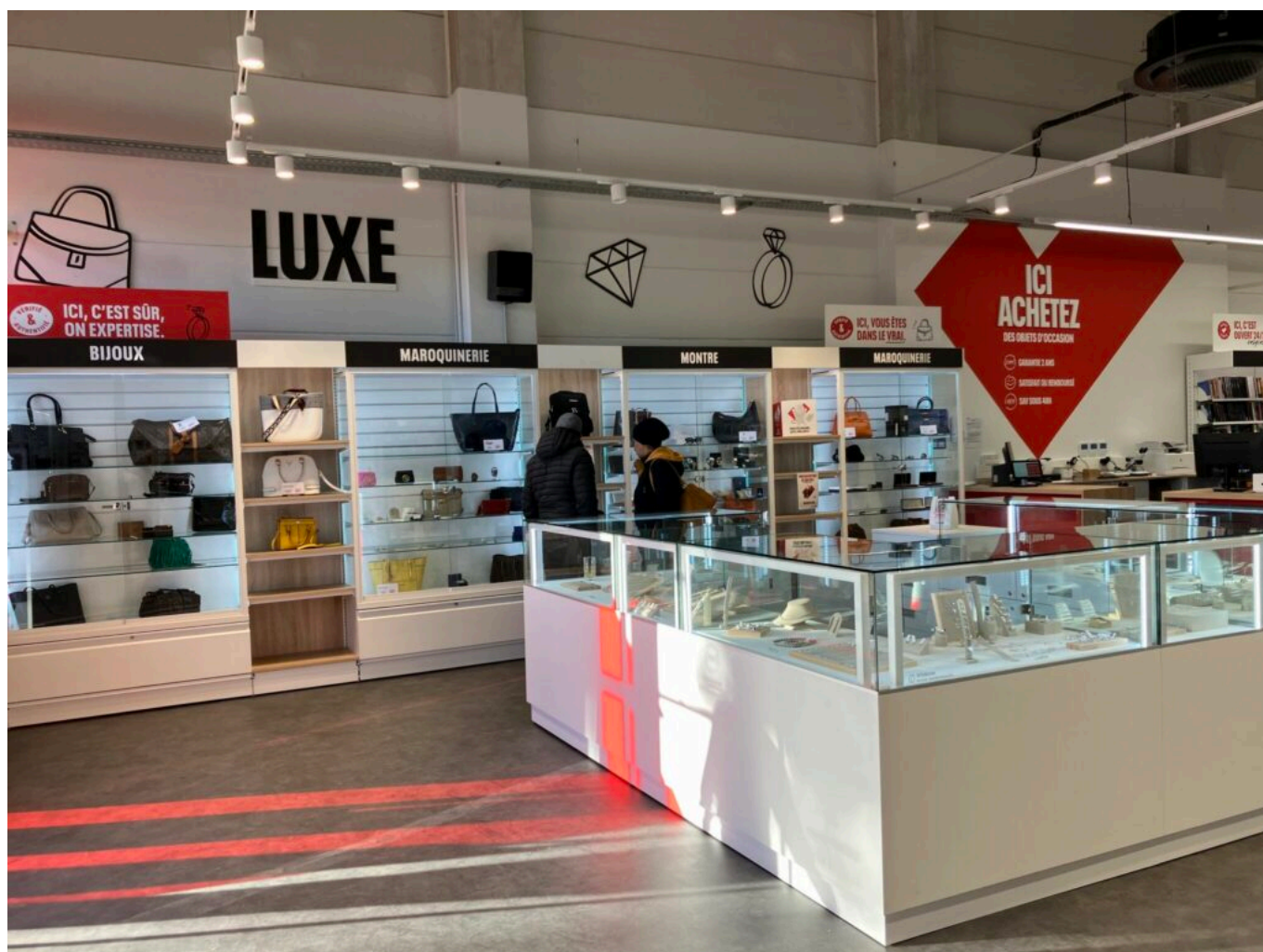
A ce jour, elle regroupe 1 200 collaborateurs répartis dans plus de 135 points de ventes (corners compris) et a réalisé un chiffre d'affaires de 245M€ en 2022 (+8,9%).

L'an dernier, Easy cash a enregistré 4 millions de transactions pour un panier moyen de 80€.

Le marché de la seconde main a le vent en poupe

Fondée à l'origine par plusieurs entrepreneurs ayant décidé de se regrouper pour lancer leur propre enseigne spécialiste du marché de l'occasion, Easy cash propose aujourd'hui une large gamme de produits sélectionnés et testés dans de nombreux domaines (smartphone, gaming, tech, culture, bijouterie et maroquinerie de luxe notamment).

Ecrit par le 22 juillet 2024



Le magasin d'Avignon.

Aujourd'hui estimé à 12 milliards d'euros en France, le marché de la seconde main a le vent en poupe et ne cesse de progresser. Pour preuve : au cours des derniers mois, 6 Français sur 10 ont acheté ou vendu des produits d'occasion, ou opté pour des produits reconditionnés. Le regard des consommateurs sur la seconde main a profondément changé depuis plusieurs années. Là encore, 6 Français sur 10 considèrent que l'occasion est d'aussi bonne qualité que le neuf (+14 points en un an). Easy Cash a d'ailleurs annoncé le lancement d'une garantie 2 ans sur l'ensemble de ses produits il y a quelques mois. Une durée, équivalente à celle du neuf, qui gomme un peu plus les frontières existantes entre les offres de première et de seconde main.

« Nous avons pour ambition d'ouvrir 50 points de vente d'ici 2025. »

Anne-Catherine Péchinot, directrice générale d'Easy Cash

Écrit par le 22 juillet 2024

Enseigne préférée des Français en 2023

« Depuis plus de 20 ans, Easy Cash accompagne les Français vers un mode de consommation malin et plus responsable au service de l'économie circulaire, précise [Anne-Catherine Péchinot](#), directrice générale d'Easy Cash. Ils en sont d'ailleurs de plus en plus friands. L'engouement est important : l'année dernière, nous avons dépassé les 245 millions de chiffre d'affaires. Notre développement connaît une nette croissance, et nous avons d'ailleurs pour ambition d'ouvrir 50 points de vente d'ici 2025. Nous souhaitons mailler davantage le territoire français pour être au plus près de nos clients. Développer notre présence à Avignon s'inscrit pleinement dans cette démarche. »

L'enseigne a été élue Marque Préférée des Français en 2023 et a obtenu sa labélisation Enseigne Responsable la même année.

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

Ecrit par le 22 juillet 2024



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 de vie qui se sont accélérés 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. »

Ecrit par le 22 juillet 2024

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

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.

Ecrit par le 22 juillet 2024

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 22 juillet 2024



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 22 juillet 2024

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'ordonnement, 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.

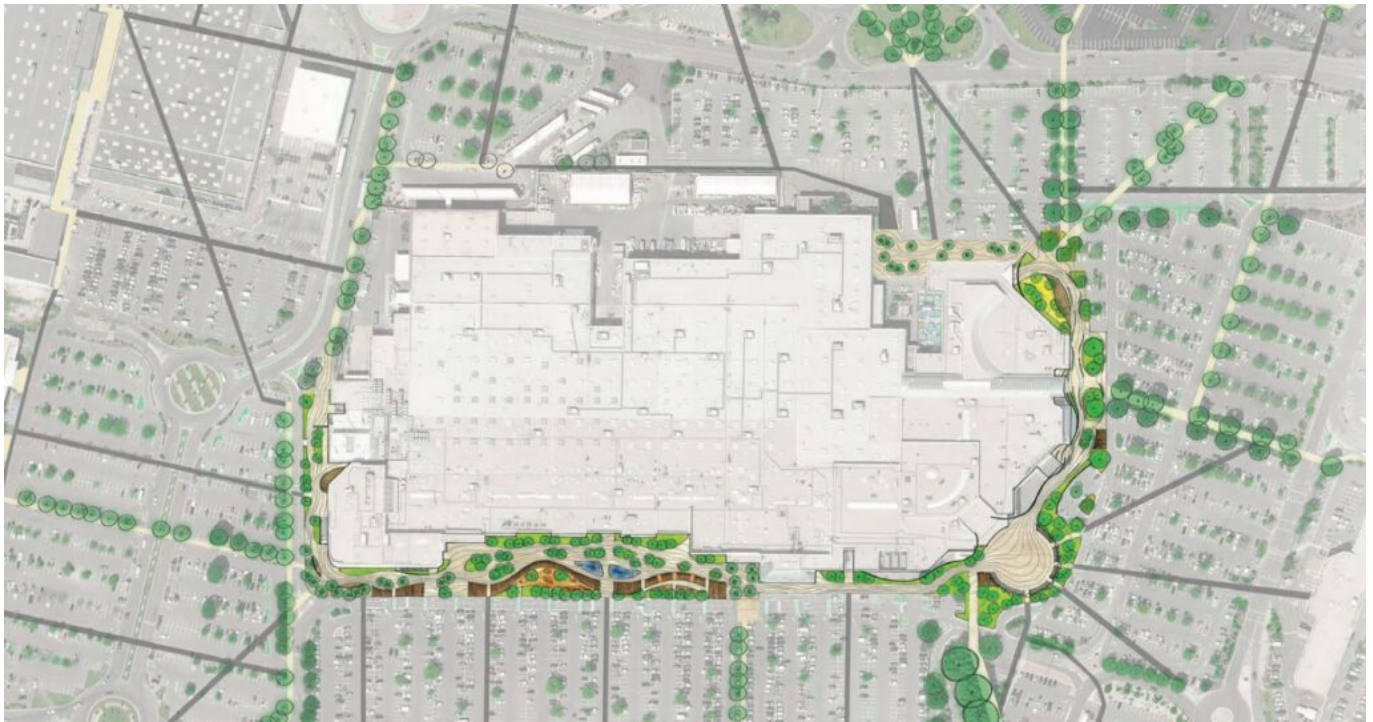
« Le site ne correspond plus aux critères de l'architecture actuelle. »

« 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 XXIe 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 22 juillet 2024



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 22 juillet 2024



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.

Ecrit par le 22 juillet 2024

« 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 22 juillet 2024



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

Ecrit par le 22 juillet 2024



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 vauclusien) ou bien encore les 110 boutiques du Village des marques de Miramas. « Deux équipements très récents »,

Ecrit par le 22 juillet 2024

souligne Jacques Lèze.



De gauche à droite : Anaïs 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

Ecrit par le 22 juillet 2024

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 22 juillet 2024



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...).*

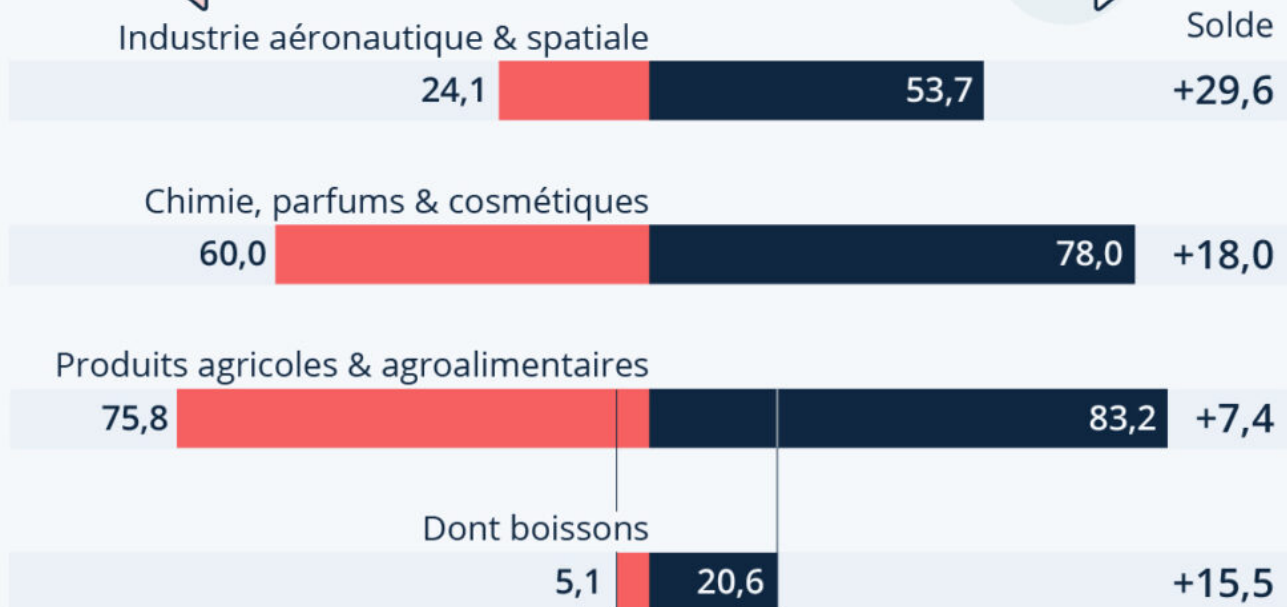
Industrie : les fleurons de la France à l'export

Ecrit par le 22 juillet 2024

Les fleurons de la France à l'export

Secteurs industriels avec le solde commercial positif le plus élevé en 2023, en milliards d'euros *

← Importations ■ Exportations →



* Solde commercial : différence entre exportations et importations.
Cumul sur 12 mois d'octobre 2022 à septembre 2023.

Source : Direction générale des Douanes et Droits indirects



statista

Quels sont les atouts de la France à l'export ? Même si le déficit commercial de la France sur les échanges de biens s'établit actuellement à 121,9 milliards d'euros (sur douze mois cumulés jusqu'à fin septembre 2023), certaines industries se montrent particulièrement performantes et rayonnent à l'international. En dehors des services, les chiffres publiés mercredi 8 novembre par les douanes donnent un aperçu des secteurs qui présentent le solde commercial le plus positif.

Ecrit par le 22 juillet 2024

Comme le montre notre graphique, la construction aéronautique et spatiale est le secteur qui rapporte le plus à l'économie française, avec 29,6 milliards d'euros d'excédents commerciaux d'octobre 2022 à septembre 2023. En deuxième position, on trouve l'industrie de la chimie, parfums et cosmétiques, qui affiche un solde positif de 18,0 milliards d'euros. Autres spécialités tricolores, les produits agricoles et agroalimentaires ont dégagé un excédent de 7,4 milliards sur les douze derniers mois étudiés. Ce secteur est porté par l'industrie des boissons (en particulier des vins et spiritueux), dont les exportations sur la période se sont chiffrées à plus de 20 milliards d'euros, pour un excédent commercial de 15,5 milliards d'euros.

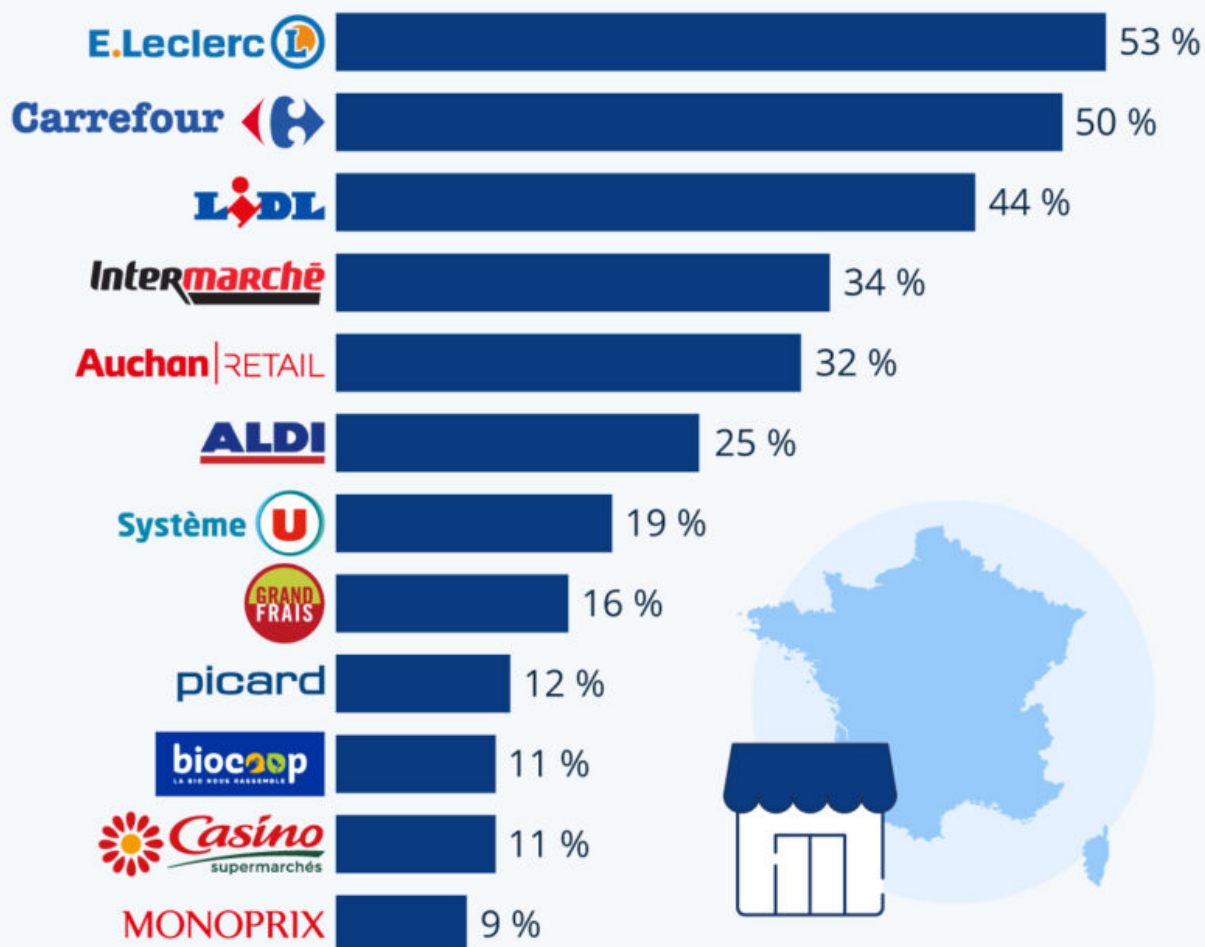
De Tristan Gaudiaut pour Statista

Où les Français font-ils leurs courses ?

Ecrit par le 22 juillet 2024

Où les Français font-ils leurs courses ?

Part des répondants disant faire régulièrement leurs courses dans les magasins suivants



Base : 2 022 adultes (18-64 ans) interrogés en ligne entre juillet 2022 et juin 2023.
Source : Statista Consumer Insights



Ecrit par le 22 juillet 2024

Quelles sont les enseignes de la [grande distribution](#) les plus populaires en France ? D'après les données des [Consumer Insights](#) de Statista, cette année encore, E.Leclerc semble être privilégié par une majorité de Français. Plus de la moitié (53 %) des personnes interrogées déclaraient en effet y faire régulièrement leurs courses. E.Leclerc devance ainsi (de peu) l'autre géant français de la grande distribution, Carrefour, chez qui 50 % des répondants déclaraient faire leurs courses alimentaires et de consommation courante de façon régulière. L'enseigne allemande Lidl, connue pour ses bas prix, complète le podium, avec 44 % de clients réguliers.

Parmi les autres enseignes de la grande distribution les plus fréquentées par les Français, on retrouve également Intermarché (34 %), Auchan (32 %) puis une autre chaîne de supermarchés hard-discount allemande, Aldi (25 %). La société coopérative de produits biologiques et équitables Biocoop arrive quant à elle en dixième position, comptabilisant 11 % de clients réguliers. L'enseigne arrive ainsi à égalité avec le groupe de distribution Casino, qui survit tant bien que mal à ses importants déboires financiers. L'enseigne a annoncé le 25 octobre avoir été placée par le tribunal de commerce de Paris en procédure de sauvegarde accélérée pour au moins deux mois, afin de mettre en œuvre la restructuration de sa dette.

Valentine Fourreau pour [Statista](#)

Point S ouvre un nouveau centre auto à Sorgues

Ecrit par le 22 juillet 2024



[Après Apt en il y a presque un an maintenant](#), l'enseigne [Point S](#) ouvre un nouveau centre d'entretien dans le Vaucluse. Il est situé à Sorgues au 457 Chemin du Fournaillet, dans la zone d'activité de La Velle 1. Ce nouveau centre est porté par la société [Les Sens Automobiles](#) qui complète ainsi ses activités de carrosserie, de vente, d'entretien et de réparation automobile.

Fondé par un professionnel du secteur automobile qui exerce depuis une vingtaine d'année, la société Les Sens Automobile propose des prestations et services d'entretien et de réparation automobile pour la marque Renault depuis 2021.

Ouverture aux véhicules multimarques

« La communication de Point S fait que la notoriété de l'enseigne est particulièrement forte dans le sud de la France. Cette collaboration nous permet de diversifier notre activité en réalisant l'ensemble des services et prestations d'entretien et de réparation pour tous types de véhicules quelle que soit leur marque. » explique 'Les Sens Automobiles' dont l'objectif est de s'ouvrir aux véhicules multimarques.

Sur son site, la société Les Sens Automobile dispose de 1400m² d'ateliers équipés pour assurer les prestations d'entretien et de réparation rapide. Une baie Glass dédiée au vitrage vient compléter ses prestations. L'équipe se constitue de huit professionnels et de deux apprentis.

12^e centre Point S en Vaucluse

Avec ces ouvertures à Sorgues et à Apt durant l'automne 2022, Point S compte 12 centres en Vaucluse. En effet, l'enseigne est aussi implantée à Avignon (2 centres), au Pontet, à Cavillon, à Carpentras, à Pernes-les-Fontaines, à Orange, à Vaison-la-Romaine, à Saint-Saturnin-lès-Apt et à Pertuis. A proximité, elle est aussi présente aux Angles, à Châteaurenard, à Saint-Rémy-de-Provence, à Bagnols-sur-Cèze ou

Ecrit par le 22 juillet 2024

bien encore à Pierrelatte

L.G.