Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

L’enseigne Mr Bricolage ouvre un nouveau magasin à Monteux

Après plus d’un an de travaux, le nouveau magasin Mr Bricolage a ouvert ses portes ce mercredi 27 mars à Monteux. Il a été inauguré par Christian Gros, président des Sorgues du Comtat et maire de Monteux, Philippe De Dapper, directeur général des Services de l’Agglomération, les élus communautaires, les élus municipaux de Monteux, le personnel ainsi que les nouveaux clients du magasin.

L’enseigne Mr Bricolage, spécialisée dans le bricolage, le jardinage, la décoration et l’aménagement de la maison et du jardin, qui disposait jusqu’à présent de cinq boutiques en Vaucluse (à Pertuis, Apt, l’Isle-sur-la-Sorgue, et deux à Avignon), en ajoute une de plus à son compteur. Situé à Monteux, le nouveau magasin a ouvert ses portes ce mercredi 27 mars, en lieu et place de l’ancien dancing, au 268 Route d’Avignon.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

« Je suis très content, a affirmé Christian Gros. Anciennement, les amoureux de la danse venaient. Maintenant, ce sont les amoureux du bricolage. On n'a pas laissé faire n'importe quoi : il y avait un besoin et celui-ci devait être une nouvelle offre commerciale adressée aux particuliers. Mr Bricolage a une philosophie affirmée de magasin de proximité à l'opposé des hypers impersonnels. »

Cette installation s'inscrit dans une volonté de redynamiser le centre-ville et de booster l'attractivité du nouveau pôle commercial de Beaulieu. « Monteux est une ville en plein développement', a déclaré Benoît Thocquenne, directeur des magasins de Monteux et de l'Isle-sur-la-Sorgue. Pour cette boutique, dix personnes issues des communes alentours ont été recrutées. D'autres emplois pourraient être créés à l'avenir, selon l'activité.

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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

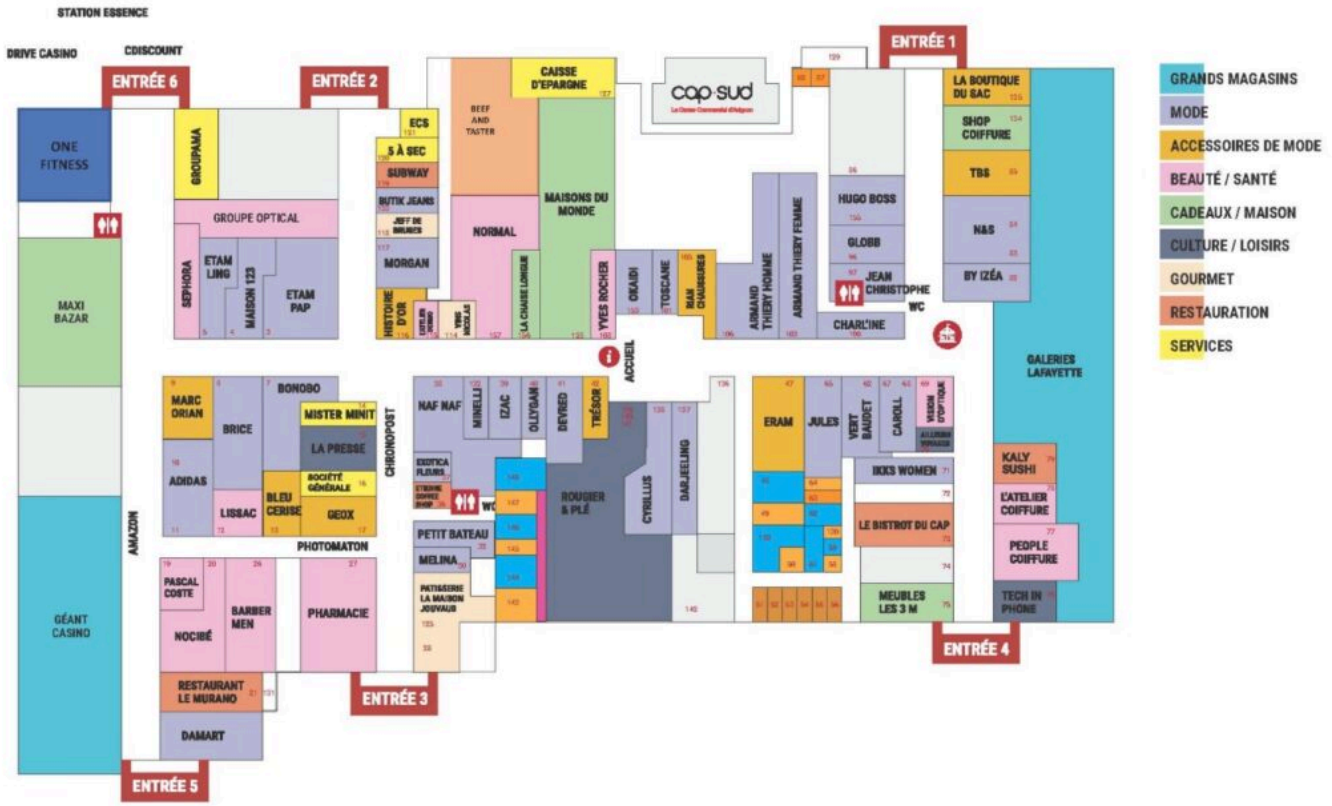
Suite à l'accord intervenu ce mercredi 24 janvier entre le groupe Casino, en plein démantèlement, et les enseignes Intermarché, Auchan et Carrefour, plusieurs magasins de Vaucluse devraient être impactés par cette décision.

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 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 50e 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'.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025



© CapSud

Intermarché à la manœuvre à Orange et Pont-Saint-Esprit
Dans ce deal, le supermarché Casino d'Orange de l'Argensol (2 164m2) ainsi que celui de Pont-Saint-Esprit (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.

L.G.

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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

(Vidéo) Bollène : pari gagnant pour la 1re 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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

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'.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

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 Arterris, 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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

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 1re 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.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

Salle comble pour la 1re 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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

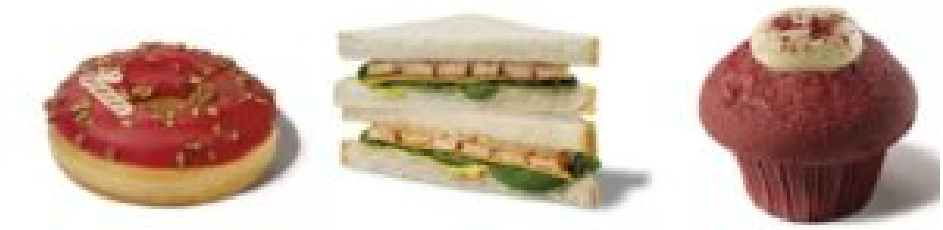
La célèbre enseigne américaine Starbucks va ouvrir un nouveau café dans la galerie marchande Aushopping du centre commercial du Pontet. Situé face au manège, en lieu et place de l'ancien Café théâtre, le nouvel établissement devrait être opérationnel à partir du 20 décembre prochain. Il proposera 78 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 16e position en nombre d'implantations, entre les Emirats Arabes Unis (280) et le Koweit (206).



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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

‘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 à Mistral 7

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

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. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

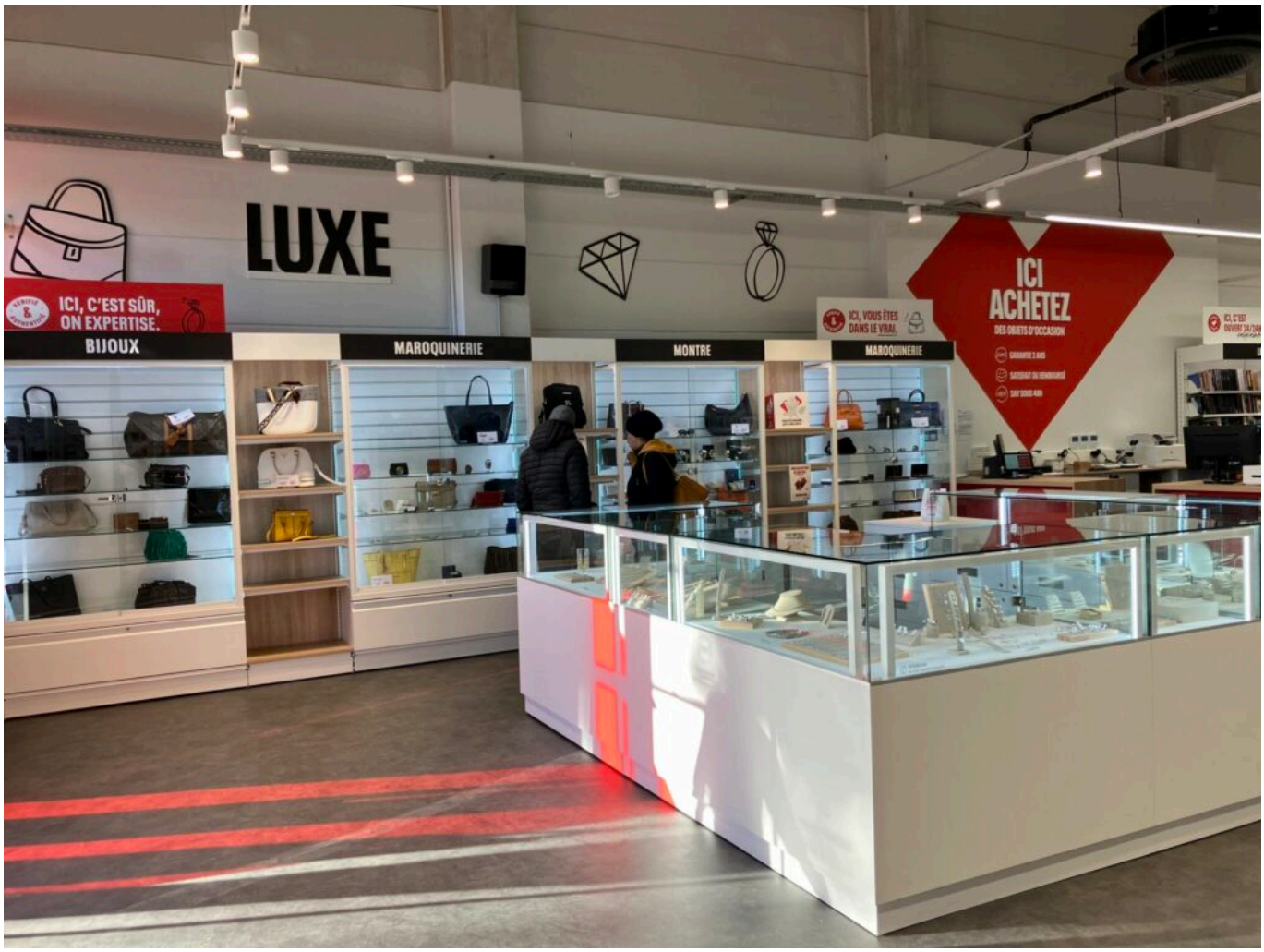
Le magasin d'Avignon.

Poursuite du maillage régional
Avec cette ouverture vauclusienne 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).

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025



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*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

Alors que le centre commercial Auchan du Pontet célébrera son 50e 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 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. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

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'année**s** 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.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

Aujourd'hui, 70% des achats sont encore réalisé**s** 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 sandwichs, 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'.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

Le futur rooftop d'Archipel.

> « Ce projet, c'est un pari architectural ainsi qu'une transformation des usages. »
>
> *Astrid Bauters, diretrice Food & Beverage France chez Nhood.*

« Cela sera un lieu animé et festif avec une programmation évènementielle, 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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

Archipel prévu pour juin 2024.

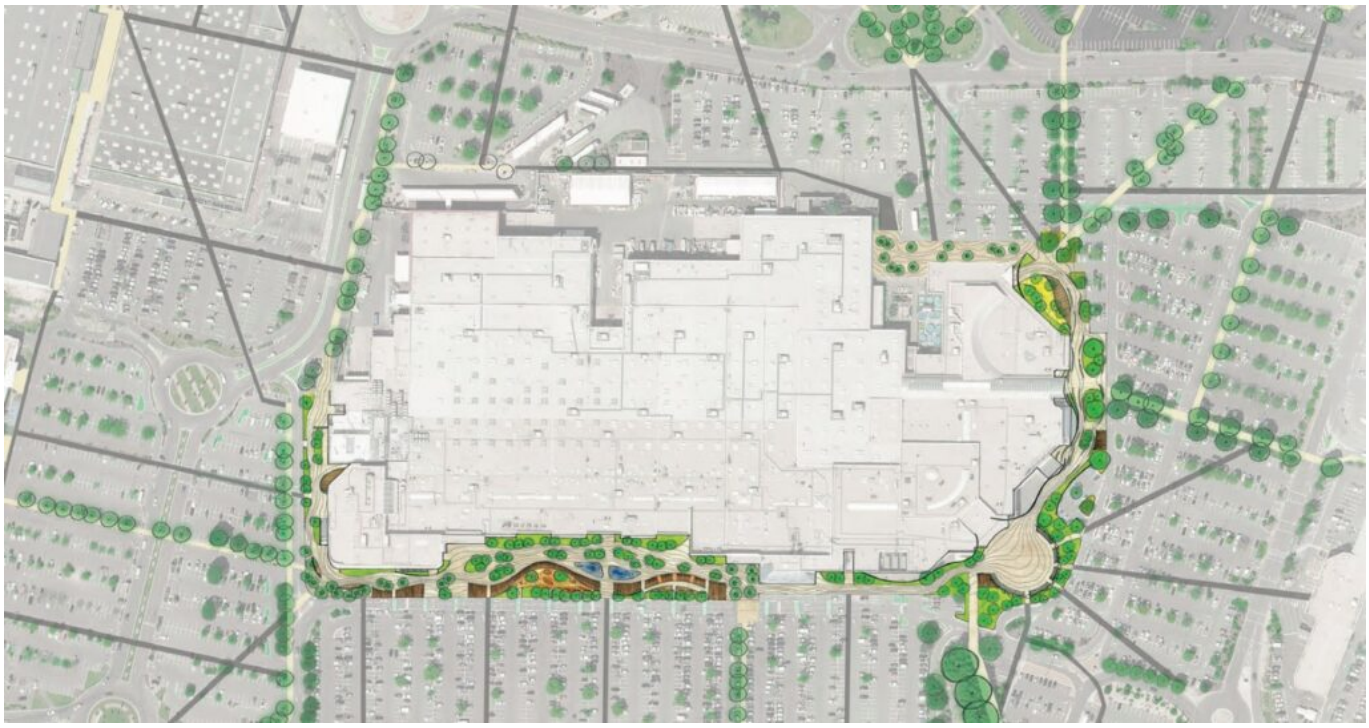
La pierre, l'eau et le vent
Une mission confiée à Jean-Philippe Charon, architecte associé au sein de l'agence lyonnaise Archigroup qui a remporté l'appel à projet concernant l'espace Archipel mais aussi toute la 'régénération' du centre commercial.
« Il nous a notamment fallu retravailler sur les façades 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 cohabitées 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 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 lônes 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).

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 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 !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 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.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 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 ou 2 arrêts sont séparés de 500 mètres entre Sorgues et Le Pontet.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

-

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

Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 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 vauclusien) ou bien encore les 110 boutiques du Village des marques de Miramas. « Deux équipements très récents »,

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

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 m^2 de surface de vente (hyper et galerie) et ses 113 commerces dans la galerie, c'est plus de 220 enseignes. C'est le 2e Kiabi de France, le 2e 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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 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 autours 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-commmercialisation 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.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

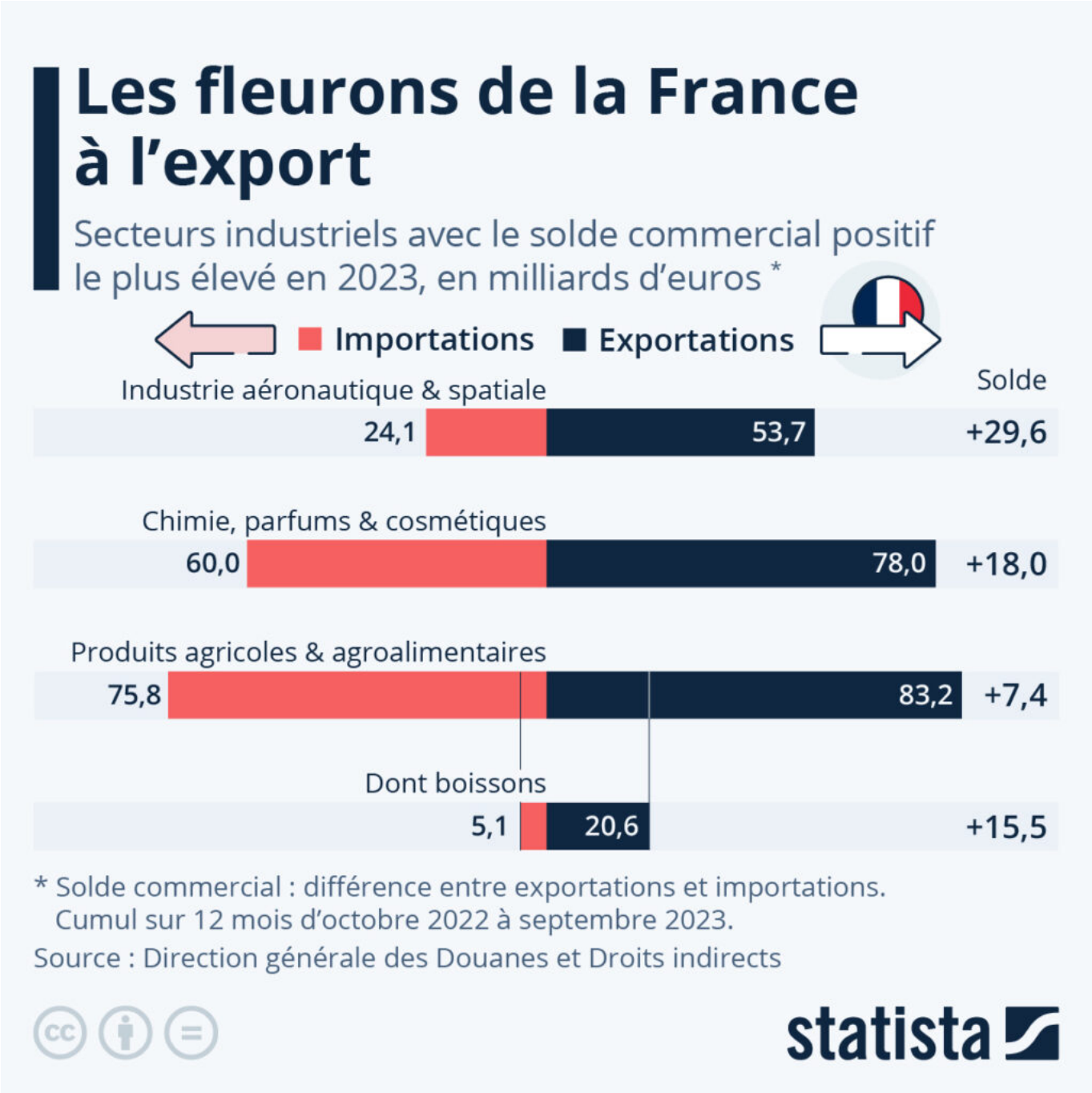
Comme le bâtiment Pixel inauguré en 2017 (au centre), les deux nouveaux programme de bureaux de Nhood vont être réalisé par le cabinet d'architecture sorguais Archi 3.

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…).*

Industrie : les fleurons de la France à l'export

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025



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.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 avril 2025

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