

Ecrit par le 23 novembre 2024

Camaret-sur-Aigues : une année record pour le Comptoir de Mathilde



Avec un chiffre d'affaires de 43M€ en 2022, l'entreprise vauclusienne [le Comptoir de Mathilde](#) vient d'enregistrer une hausse de +35% par rapport à l'exercice précédent. La société fondée en 2007 par [Richard Fournier](#) affiche ainsi son meilleur résultat depuis sa création avec un chiffre d'affaires en augmentation régulière à l'exception notamment de 2020, année du Covid.

Implantée à Camaret-sur-Aigues, où il fabrique de manière artisanale l'essentiel de ses recettes d'épicerie fine et de chocolats, le Comptoir de Mathilde est devenu aujourd'hui leader français de l'épicerie fine artisanale.

En effet, avec son 'chocolat de grignotage', sa pâte à tartiner haut de gamme (sans huile de palme, sans OGM et à forte teneur en pâte de noisettes), ses alcools de spécialité, ses condiments et toutes ses autres gourmandises, le Comptoir de Mathilde propose un concept de boutique façon 'retour aux sources' qui correspond aux attentes d'une clientèle de plus en plus à la recherche de produits de 'qualité, goûteux,

Ecrit par le 23 novembre 2024

régressifs et abordables'. « Autant d'ingrédients qui se transforment en valeur refuge pour un grand nombre de consommateurs ; nécessaire dans le contexte actuel », explique la marque qui s'était fixée l'an dernier d'atteindre un CA de 50M€ d'ici 2025. Un chiffre finalement presque atteint en 1 an.

Un réseau qui veut s'étendre à l'international

Après avoir franchi [le cap des 100 boutiques en 2021](#), le Comptoir de Mathilde regroupe aujourd'hui 139 boutiques (90% en franchise et 10% en succursale). Un total obtenu grâce à l'ouverture de 26 nouvelles boutiques à travers tout le territoire en 2022. La marque compte aussi 2 400 revendeurs.

Pour continuer sur cette lancée, la marque s'est fixée de nouveaux objectifs à horizon 2027. A savoir l'ouverture de 20 à 25 boutiques par an pour atteindre un total de 250 points de vente, le développement de nouvelles gammes de produits (boissons chaudes, boissons alcoolisées, boissons non alcoolisées afin de correspondre aux attentes des consommateurs) et l'intégration d'un nouvel outil industriel afin de maîtriser un nouveau savoir-faire français.

Le Comptoir de Mathilde veut aussi s'implanter dans plusieurs pays (Allemagne, Espagne, Angleterre, Benelux, Suisse) avec le soutien d'un spécialiste en réseau de franchises.



Le Comptoir de Mathilde ambitionne de compter 250 points de vente d'ici 2027.

Succès du Club des gourmands

« Cette année passée est également synonyme d'une nouvelle étape franchie en termes de relation clients

Ecrit par le 23 novembre 2024

avec le lancement du Club des gourmands, se félicite également la marque. Ses 890 000 adhérents ont le privilège d'accéder à des contenus de qualité et 'différenciants' autour du savoir-faire, de la transmission, du partage et de la gourmandise. Une manière de renforcer l'engagement et l'attachement des clients vis-à-vis de la marque. »

Cave 'V and B' à Avignon-Sud : 'partageur de bons moments'



Cet homme-là, Kevin Turgis est un 'partageur de bons moments' dans sa cave-bar [V and B d'Avignon](#) située dans la zone de Mistral 7.

'V and B' pour vins et bières, mais on y trouve aussi 400 références de whiskies, autant de rhums, de vodkas, spiritueux et liqueurs sur cet espace de ventes, de dégustations, de partage, de rencontres conviviales et de soirées à thèmes lors des matches de rugby du Tournoi des 6 Nations.

A la tête de ce lieu de 300m² depuis novembre dernier, un normand de 30 ans, Kevin Turgis venu dans le sud pendant le Covid. Depuis, il y a fait des rencontres professionnelles qui l'ont amené à prendre la gérance du V and B dans la zone commerciale de Mistral 7.

« Ici, c'est une ambiance, un état d'esprit qu'on retrouve devant et derrière le comptoir. Avec 700 références de vins par exemple, 3 000 pour les commandes sur internet, nous avons forcément ce que

Écrit par le 23 novembre 2024

vous aimez déguster. Nos cavistes se décarcassent pour trouver la bonne bouteille de rouge Saint-Préfert de Châteauneuf-du-Pape ou de blanc de chez Michel Chapoutier de Tain l'Hermitage. »



Kevin Turgis, nouveau gérant de la cave V and B à Avignon-Sud.

De toutes les couleurs

Des bières, il y en a de toutes les couleurs, blondes, ambrées, blanches, brunes voire noires, des artisanales, en canettes ou en bouteilles, qu'il se procure en Belgique bien sûr, au Royaume-Uni, au Canada, en Pologne ou en Espagne « C'est un endroit où tout le monde aime se retrouver après le travail, tous les salariés de la zone d'Avignon-Sud, beaucoup d'hommes mais aussi, de plus en plus de femmes qui viennent passer un bon moment, décompresser après le boulot dans une ambiance cool. En plus, on ferme tôt, à 21h 30, donc les clients ne sont jamais partis en titubant », dit-il avec un large sourire.

Ecrit par le 23 novembre 2024



Des planchas de charcuterie et de fromages sont proposées à l'apéro, du Saint-Nectaire, du Saint-Marcelin, du Brie, de la coppa, du Serrano, du saucisson de sanglier ou de taureau, des toasts de tapenade, de saumon, de sardine ou de Reblochon, de tomates séchées, des flammenkuches, ces tartes alsaciennes à l'oignon flambées, « Nous avons des producteurs artisanaux dans tous les terroirs de l'hexagone qui nous envoient le meilleur de ce qu'ils confectionnent ». Il est vrai que le réseau « V & B » en France, ce sont 260 magasins implantés depuis 2001. Autour de nous, l'enseigne est notamment présente à Plan de Campagne, Orange, Valence, Montélimar et Aubenas.

Ecrit par le 23 novembre 2024



La cave 'V and B' multiplie les animations et les rendez-vous festifs comme ici lors d'un blindtest.

De nombreux projets

Des slogans décorent la boutique : « Ce n'est pas l'homme qui prend la bière, c'est la bière qui prend l'homme », « Ceci est un bar et bien plus encore », « Drink less, taste more » (Buvez moins mais avec plus de goût)... Kevin Turgis ne se présente pas comme un concurrent de ses confrères, il met volontiers à l'honneur dans ses vitrines des alcools de la distillerie Manguin de la Barthelasse, des rhums arrangés de chez Ferroni à Aubagne et des bouteilles de liqueur de Frigolet de la distillerie Blachère à Châteauneuf-du-Pape. Il a plein de projets en tête, enrichir la liste de ses références, agrandir la cave et la terrasse pour recevoir encore plus de monde et organiser encore davantage de soirées de dégustation avec les meilleurs vignerons et spécialistes de spiritueux, whiskies et rhums de la façade méditerranéenne. Et comme il est normand, évidemment, il n'oubliera pas les vins du Calvados, Pinot noir ou gris, les cidres et poirés et ses eaux de vie.

Contacts : www.vandb.fr

Les Négociales : Erudis Formation accueille les qualifications Vaucluse du challenge



Ce 28 février, [Erudis Formation](#) accueillera les qualifications Vaucluse du 34^e challenge « [Les Négociales](#) », un concours de négociation sous forme de jeux de rôle pour les étudiants en formation commerciale.

Pour la 10^e année consécutive, [Erudis Formation](#) est le centre de qualifications Vaucluse du challenge « [Les Négociales](#) » : un concours de négociation sous forme de jeux de rôle pour les étudiants en formation commerciale. Dans le cadre de ces sélections, le concours accueillera 200 étudiants à l'échelle départementale. A la fin des sélections, ils ne seront plus que 25 qualifiés pour la finale nationale, qui aura lieu en mars à Epinal.

Le défi proposé prend la forme d'un jeu de rôle : le candidat est le vendeur, un professionnel de la vente est l'acheteur et un trio de professionnels est également jury. L'étudiant, face à un cas de négociation, dispose de 10 minutes pour convaincre les professionnels de la vente. Pour composer le jury, Erudis a fait

Écrit par le 23 novembre 2024

appel à près de 90 professionnels volontaires, qui devront sélectionner au mieux les candidats qui accéderont à la finale nationale.

Cette journée de qualification débutera à 7h30, avec un petit déjeuner d'accueil des jurys et des candidats. Les sujets seront ensuite distribués. Les vendeurs disposeront d'une heure pour affûter leurs arguments avant de défier les acheteurs. Le processus se répétera à deux reprises, suivi de la remise des prix et de l'annonce des qualifiés à la finale. Enfin, entreprises et élèves pourront échanger durant un cocktail de fin de journée afin d'enrichir leur réseau professionnel.

La finale de mars, confrontera les 600 meilleurs élèves-négociateurs sélectionnés parmi 6 000 candidats sur le territoire national et autres collectivités francophones.

Vous êtes étudiant ou professionnel et vous souhaitez participer au challenge Les Négociales, cliquez sur ce [lien](#). Erudis Formation, 95C Allée Camille Claudel, Agroparc, Avignon.

J.R.

Le Thor : appel à projet pour implanter un commerce en centre-ville

Écrit par le 23 novembre 2024



Dans sa volonté de redynamiser son centre-ville, la mairie du Thor propose plusieurs locaux vacants à la location commerciale. Il est encore temps pour un futur commerçant de participer au premier appel à projet qui s'achèvera le 16 janvier prochain.

En 2019, la commune du Thor a lancé son projet de réhabilitation du centre ancien 'CoeurdeVille' qui a pris fin cette année avec l'inauguration des nouvelles places face au Beffroi. L'objectif final consistait à redynamiser le côté commercial du centre-ville. Pour ce faire, le comité de réflexions 'Actions Commerce', composé de commerçants, d'habitants et d'élus, a été créé pour permettre l'amélioration de l'accueil de futurs commerçants et de la mise en place d'animations commerciales.

Dans le cadre de l'aménagement urbain, qui fait également parti de ce plan de redynamisation, la mairie propose des locaux vacants situés en centre-ville, dont elle est propriétaire, à la location commerciale. Parmi ces locaux, il y a celui de l'ancien office de tourisme intercommunal, situé place du 8 mai. La mairie souhaiterait qu'un commerce alimentaire y prenne place. L'appel à projet prendra fin le 16 janvier prochain. Pour en savoir plus sur le local vacant et pour télécharger le dossier de candidature, [cliquez ici](#).

Un projet qui implique les commerçants déjà présents dans la commune

Ecrit par le 23 novembre 2024

Toujours dans une dynamique de stimuler l'implantation de nouveaux commerces, les commerçants du Thor se sont associés à la nouvelle campagne de communication municipale avec une diffusion de portraits de commerçants dans leurs boutiques, qui sont visibles sur les abribus ou sur les façades des locaux vacants.

Les objectifs de cette campagne sont de valoriser et impliquer les commerces existants, de fédérer les commerçants en les incitant à communiquer sur un objectif commun, de solliciter les porteurs de projets d'implantation et les inviter à rejoindre les commerçants thorois, ainsi que d'inciter les propriétaires de locaux vides, à usage commercial, à ouvrir leurs biens à la location au bénéfice de nouveaux commerces.



DR

V.A.

Ecrit par le 23 novembre 2024

Commerce : raccordement électrique pour la nouvelle boulangerie du second cœur de ville de Caumont



Une nouvelle boulangerie artisanale va ouvrir ses portes, début janvier à Caumont-sur-Durance. Cette ouverture s'inscrit dans le projet de réaménagement de l'ancienne caserne des pompiers de la place du marché aux raisons. L'objectif pour la commune de Caumont-sur-Durance est de rénover l'ancienne caserne afin d'y accueillir quatre commerces de bouche et créer un second cœur de ville.

[Lire également : « Commerce : un deuxième cœur de ville pour Caumont »](#)

Le commerce a dû être raccordé électriquement et ce sont les équipes d'Enedis qui s'en sont chargées. Ce raccordement, qui imposait une augmentation de puissance, a nécessité des travaux à la fois de génie civil et de génie électrique : terrassement, pose d'une armoire de coupure intégrant les coupe-circuits, le compteur et le disjoncteur.

Une partie du chantier a été confiée l'entreprise FERRE, l'autre partie a été prise en charge par les

équipes Enedis.

J.R.

La CCI de Vaucluse dévoile ses rendez-vous de novembre

La chambre de commerce et d'industrie (**CCI**) de Vaucluse vient de dévoiler ses prochains rendez-vous du mois de novembre.

« **Story Business** » Google Site, un outil pour créer son site internet gratuitement (présentiel).
Lundi 7 novembre de 13h30 à 16h30.

Tarif : 45€ - inscription sur www.vaucluse.cci.fr

Création d'entreprise : l'assurance pour protéger l'entreprise.
Jeudi 10 novembre de 9h30 à 12h.

Une réunion d'information organisée dans le cadre des matinales de la création en partenariat avec la fondation entrepreneurs de la cité. Cette réunion s'adresse aux créateurs, repreneurs d'entreprises et aux dirigeants d'entreprises de moins de 3 ans de tous secteurs d'activité.

Objectif : informer et sensibiliser les porteurs de projets et les jeunes chefs d'entreprise aux risques qu'ils peuvent rencontrer et leurs conséquences sur la pérennité de l'entreprise.

Inscription gratuite et obligatoire sur www.vaucluse.cci.fr

Pilotage PME - Temps de crise.

Mardi 15 novembre de 8h30 à 11h.

Avec l'intervention de Mme De Vos, présidente de la société Eficiale.

Les Trophées des Transitions et de la RSE Vaucluse.

Jeudi 17 novembre à 19h - Novotel Avignon Nord.

Table ronde sur le thème : « La RSE est-elle une réponse efficace face aux crises économiques et énergétiques ? »

« **Story Business** » - Les Réels Instagram (visio)

Lundi 21 novembre de 13h30 à 14h30.

Ces réunions, sous forme d'ateliers, sont organisées par la CCI de Vaucluse et s'adressent aux entreprises de tous secteurs d'activité.

Ecrit par le 23 novembre 2024

La semaine de l'Industrie du 21 au 24 novembre.

Afin de mettre en lumière ce secteur d'activité, des temps ports seront organisés toute la semaine. A l'occasion de cet évènement national, auront lieu conférences, speed dating, etc.

Horizon Commerce, la rencontre des associations de commerçants des territoires.

Lundi 28 novembre de 8h30 à 14h.

Conférence sur les enjeux du commerce.

« Story Business » Canva, créer des visuels pour Noël (présentiel).

Lundi 28 novembre de 13h30 à 16h30.

Tarif : 45€.

Programme complet à retrouver sur www.vaucluse.cci.fr.

JR.

L'enseigne de décoration Muy Mucho prend place à Orange les Vignes

Ecrit par le 23 novembre 2024



muy mucho

Une boutique de l'enseigne espagnole spécialisée dans la décoration et les accessoires d'intérieur [Muy Mucho](#) vient d'ouvrir dans le centre commercial [Orange les Vignes](#). Le magasin de 150m² propose des bougies, de l'encens, des vases, du linge de maison, ou encore des accessoires de cuisine et de salle de bain.

Pour sublimer votre intérieur et le rendre chaleureux, Muy Mucho s'engage à privilégier la qualité des produits à petits prix pour les rendre accessibles à tous, tout en favorisant les matières naturelles comme le bois. « Nous sommes ravis d'accueillir une enseigne comme Muy Mucho s'agissant d'une offre complémentaire à ce qui est aujourd'hui sur site et totalement dans l'air du temps », a déclaré Laurence Viricel, directrice du centre commercial.

Installé en face d'Etienne Coffee Shop, le magasin est ouvert du lundi au samedi de 9h30 à 19h. « Cette installation va nous permettre de faire découvrir ou redécouvrir nos produits aux Vauclusiens car jusqu'ici nos plus proches magasins étaient à Nîmes et Marseille », explique la responsable du magasin Audrey Vernon.

Écrit par le 23 novembre 2024



©Muy Mucho

V.A.

À Gargas, vos jouets s'offrent une nouvelle vie

Ecrit par le 23 novembre 2024

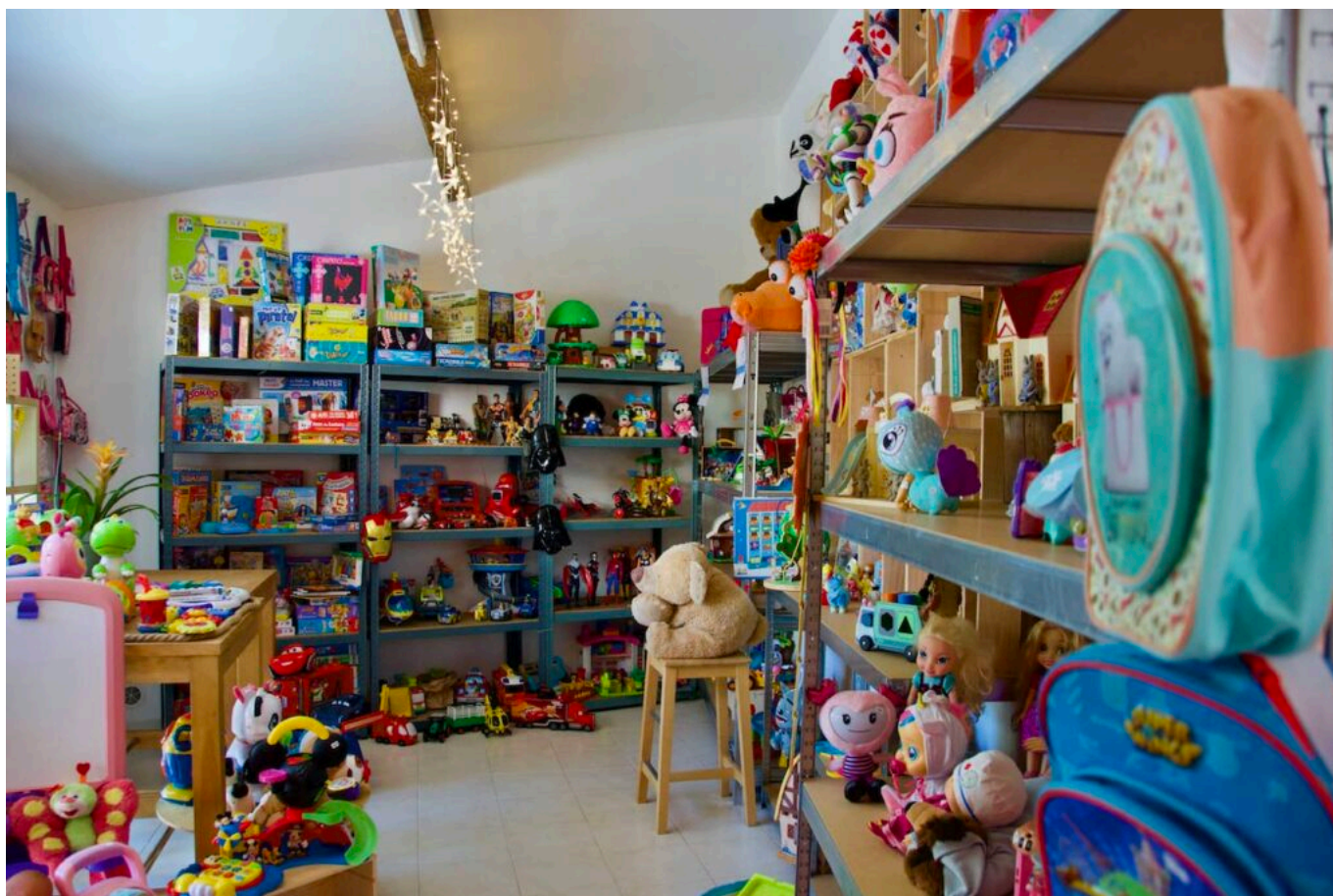


'Il était un jouet' est une boutique de jouets d'occasion née à Gargas en février dernier. Géré par Marjorie Merriaux, le magasin propose des jouets pour les enfants, de leur naissance à environ 12 ans. Barbies, Legos, livres, ou encore jeux de société, tout le monde y trouve son bonheur.

Devant l'entrée de la boutique Il était un jouet, minitractopelles et tricyles sont exposés près de la porte. À l'intérieur, une première pièce où les clients sont accueillis par la maîtresse des lieux. Derrière le mur de droite, la caverne d'Ali Baba, ou plutôt la caverne de Marjorie Merriaux, la gérante de la boutique.

Des centaines de jouets sont disposés sur des étagères et sur des tables. Peluches, petits instruments de musique, figurines des dessins animés préférés des enfants, ou encore petites voitures, cette pièce représente le rêve de tout enfant. Dans les 27m² de la boutique, près de 1500 jouets sont en vente, et c'est sans compter ceux que stocke Marjorie à son domicile, où tout a commencé.

Ecrit par le 23 novembre 2024



©Vanessa Arnal

Un changement soudain de vie

Après sept ans en tant qu'hôtesse d'accueil dans une entreprise aptésienne, Marjorie Merriaux souhaite changer de vie en décembre 2020, sans vraiment savoir où se diriger. « Un soir, je suis tombée sur un reportage télévisé dans lequel un homme parcourait les vide-greniers pour acheter des jouets afin de les revendre dans sa boutique », explique-t-elle. Là, c'est le déclic.

Après avoir laissé l'idée mûrir dans sa tête, Marjorie commence à chercher des lots de jouets sur les sites de ventes de particulier à particulier tels que Vinted, Leboncoin, Facebook Marketplace, mais aussi dans les vide-greniers. Pendant plus d'un an, une partie de son domicile se transforme en un véritable magasin de jouets, mais elle vend principalement sur internet. En février 2022, son activité prend un nouveau tournant.

Les prémices de la boutique

Après avoir présenté son activité à la mairie de Gargas dans l'optique de trouver un local pour tous ses jouets, Il était un jouet voit enfin le jour en février dernier. Même si elle possède désormais une boutique

Écrit par le 23 novembre 2024

physique au 462 Avenue des Cordiers à Gargas, Marjorie poursuit en parallèle ses ventes sur internet. Entre nettoyage et petites réparations, c'est une réelle seconde vie que prennent les jouets dans les mains de l'entrepreneuse. À sa grande surprise, elle découvre que la boutique et les ventes sur internet fonctionnent toute l'année et pas seulement pendant la période des fêtes fin d'année.

« Il y a toujours des anniversaires toute l'année, Pâques, les naissances, les enfants qui ont fait leur vaccin, les enfants qui passent en classe supérieure, ou autre, ce ne sont pas les occasions qui manquent pour faire plaisir. »

Marjorie Merriaux

Avec l'arrivée du Covid-19, beaucoup se sont tournés vers les commerces locaux, mais également vers la seconde main. Il y avait donc un marché à prendre. « Il n'y a pas ou que très peu de magasins d'occasion réservés aux jouets dans les alentours, donc c'était vraiment une opportunité que je devais saisir », développe Marjorie Merriaux.

Un commerce en accord avec son mode de vie

Si Marjorie ne se dit pas 'écologique', elle est tout de même une très grande consommatrice de site de revente. « Ça m'arrive très régulièrement d'acheter des choses personnelles sur vinted comme des vêtements ou des accessoires. J'aime beaucoup faire de la récupération pour ma maison aussi », explique-t-elle.

Si la seconde main a explosé ces dernières années grâce à sa dimension économique, son côté écologique plaît également. C'est dans cette démarche que s'inscrit Il était un jouet, qui a reçu le label '[Éco-défis des commerçants et artisans](#)' qui valorise les actions menées par les entreprises locales en matière d'environnement, énergie, transport, déchets, éco-produits, gestion de l'eau, emballages, responsabilité sociétale.

Ecrit par le 23 novembre 2024



©Vanessa Arnal

La boutique avignonnaise CQFD primée au Challenge national du commerce

Écrit par le 23 novembre 2024



La boutique [CQFD](#) à Avignon vent de remporter le 'Mercure d'Or' du Challenge national 2022 du commerce et des services organisé par le réseau des CCI de France. Un prix qui, après la chocolatière Aline Géhant l'an dernier, récompense un commerçant avignonnais pour la seconde année consécutive.

Créé en 2013 place de la Principale à Avignon, le magasin [CQFD](#) vient d'être primé dans la catégorie 'Innovation commerciale - qualité' lors du dernier Challenge national du commerce et des services organisé par le réseau des CCI de France. C'est Cindy Chastagner, gérante de ce premier 'concept store' hexagonal dédié à la fabrication française qui a reçu ce prix visant à promouvoir « les capacités des professionnels du commerce à innover, à s'adapter à l'évolution des modes de vie et de consommation de leurs clients, mais aussi à relever le défi de la dévitalisation des centres villes ».

En tout, 9 catégories sont récompensées : 'la création ou reprise d'entreprise', 'l'innovation commerciale - qualité', 'l'adhésion à un réseau de commerce indépendant organisé', 'l'apprentissage, la formation, le développement du personnel', 'le développement économique et commercial', 'l'e-commerce', 'le commerce non-sédentaire', le commerce rural ainsi que l'ESS (Economie sociale et solidaire).

Un lieu pour consommer éthique en harmonie avec soi

Totalement dédié à la fabrication française, la boutique fait partie d'un concept baptisé 'Le Nid', un lieu

Ecrit par le 23 novembre 2024

unique à vivre où consommer éthique, manger sain et prendre soin de soi à travers son corps, son esprit, sont non seulement une philosophie mais aussi un art de vivre.

'Le Nid' regroupe ainsi sur un même espace : la décoration (boutique CQFD), le yoga (Inspire Yoga), et la restauration (Le Nid). Au cœur d'un café restaurant et d'un espace bien-être tourné autour du yoga, le showroom se pense avant tout comme un lieu de rendez-vous pour découvrir, échanger ou se poser tout simplement.

Transparence envers les clients

« Chez nous, CQFD ne signifie pas 'Ce qu'il faut démontrer', explique Cindy Chastagner. CQFD c'est 'Ce qu'il faut découvrir', 'Ce que la France dessine' et 'Ce qu'il faut décoder'. CQFD propose des Créations éthiques Franco Décalées. Cela signifie que notre concept store accorde une grande importance au Made-in-France, à la consommation responsable et à la transparence envers nos clients. »

Avec le soutien de la CCI de Vaucluse

C'est la Chambre de Commerce et d'Industrie de Vaucluse qui a proposé la candidature de Cindy Chastagner au jury national.

« Le concept store CQFD a retenu l'attention de la CCI de Vaucluse pour plusieurs raisons : l'esprit de la boutique reflète une réelle passion du métier ainsi qu'une philosophie de vie, précise l'organisme consulaire vauclusiens. Les produits proposés sont sélectionnés avec attention, pour leur design et parce qu'ils sont issus d'une démarche l'éco-conception. Quant au projet global du Nid, il allie parfaitement les différents univers des partenaires, à la fois créatifs et complémentaires. Par ailleurs Cindy Chastagner a su s'adapter à la situation en temps de crise en développant la communication sur les réseaux sociaux, un site internet marchand performant. Perspectives de développement du concept, une gestion d'entreprise maîtrisée, un choix minutieux de la gamme de produits proposée... Une véritable pépite à valoriser ! »

Un nouveau prix pour Avignon

Pour Avignon et la CCI de Vaucluse ce nouveau 'Mercure d'Or' démontre la qualité du commerce de la cité des papes. En effet, c'est la deuxième année consécutive qu'un commerçant avignonnais est primé lors de ce Challenge national. L'an dernier, c'est chocolatière avignonnaise Aline Géhant qui a été distinguée dans la catégorie innovation commerciale et qualité.

L.G.

www.cqfd-avignon.fr