

Écrit par le 19 décembre 2024

(Vidéo) 'Reeves', le prochain court-métrage western made in Provence



Après son premier court-métrage [Marianne](#), inspiré de la légende de Robin des Bois, la production avignonnaise [MarieCyrielle](#) dévoile la bande-annonce de son nouveau court-métrage, *Reeves*, un western tourné en Provence avec une équipe 100% locale. Aux commandes de ce projet, la Vauclusienne [Marie Bertrand](#), fondatrice de MarieCyrielle Production, qui lance une cagnotte de financement participatif afin de concrétiser le film en 2025.

« Après la mort de leur père, les frères Reeves, accablés par les dettes du ranch familial, décident de tenter leur chance à la ville. Guidés par le plan rocambolesque de l'aîné, Cole, ils s'embarquent dans une aventure qui promet plus de surprises que prévu, surtout lorsque Charlie, le cadet rêveur, croise la route de Louise, une fille de saloon en quête de liberté. De cowboys à hors-la-loi, embarquez avec ce trio unique dans une épopée pleine d'humour et d'émotion ! »

Tel est le synopsis du court-métrage *Reeves* qui ne demande qu'à voir le jour en 2025. Coécrit par Marie Bertrand et Dorian Coppola, le projet ne dispose pour l'instant que d'un synopsis prometteur et d'une bande-annonce alléchante.

Écrit par le 19 décembre 2024

« Ensemble, donnons vie à ce western provençal unique. »

MarieCyrielle Production

Après avoir auto-financé le tournage de la bande-annonce réalisé avec 1000€, et afin que ce film se concrétise, la production avignonnaise MarieCyrielle fait appel à la générosité de tous en lançant une cagnotte de financement participatif. Le budget pour le tournage du court-métrage a été estimé à 4000€, une somme que l'équipe souhaite réunir d'ici le samedi 28 décembre. « Si ce palier n'est pas atteint avant cette date, le projet ne pourra malheureusement pas voir le jour, et chaque contributeur sera intégralement remboursé », explique-t-elle.



[Voir cette publication sur Instagram](#)

Écrit par le 19 décembre 2024

Une publication partagée par Marie — Réalisatrice & Photographe (@mariecyrielle)

Un film qui met en valeur le territoire et les talents locaux

Comme à son habitude, Marie Bertrand, au travers de ses productions, souhaite mettre l'accent sur le local. « Pour la bande-annonce, nous avons déjà eu la chance de collaborer avec des partenaires régionaux », affirme-t-elle. La Ferme du Vieux Mas à Beaucaire, la Ferme Équestre de Joucas, ou encore l'Escape Game TimeXperience Avignon ont servi de décors pour la bande-annonce de ce court-métrage qui se veut un mélange entre *Les 7 Mercenaires* et *Dr Quinn, Femme Médecin*. Et c'est sans oublier les paysages magnifiques du Vaucluse, du Ventoux au Luberon, notamment le Colorado Provençal, qui ont permis une immersion totale dans le Far West. Qui a dit qu'il fallait se déplacer aux États-Unis pour filmer un western ?

'Notre ambition est de marier le charme brut et évocateur du western avec la beauté intemporelle des paysages provençaux.'

MarieCyrielle Production

L'équipe de tournage, elle aussi, est 100% locale. MarieCyrielle Production invite également les

Écrit par le 19 décembre 2024

entreprises locales à prendre part au projet. « Participer à cette aventure est l'opportunité unique de s'associer à un film qui célèbre la créativité, l'audace et les paysages emblématiques de la Provence, conclut-elle. Rejoindre l'aventure *Reeves* n'est pas seulement soutenir un film, c'est devenir acteur d'un projet régional ambitieux et porteur de sens. Nous sommes convaincus que le cinéma est un vecteur puissant pour créer du lien et valoriser les marques qui nous accompagnent. »

Pour le moment, l'équipe de tournage a réussi à réunir plus de 1 700€. Il reste donc moins de deux semaines pour réunir la somme restante.

Pour participer à la cagnotte de financement participatif, [cliquez ici](#).

Trois collèges vauclusiens récompensés pour leur alimentation bio et locale

Ecrit par le 19 décembre 2024



Les collègues [Pays de Sault à Sault](#), [Anne Frank à Morières-lès-Avignon](#) et [Jean Bouin à L'Isle-sur-la-Sorgue](#) ont reçu le premier niveau du label [Ecocert 'En cuisine'](#) qui valorise les produits bios et locaux dans les menus de la restauration collective.

Le [Département de Vaucluse](#) est engagé depuis plusieurs années dans la promotion des circuits courts et de saison. À l'instar du gouvernement français, qui a adopté la [loi EGalim](#) en 2018, qui favorise une alimentation saine, durable et accessible à tous, tout en soutenant un revenu aux producteurs et en améliorant les conditions de production.

Dans ce sens, le Département a également créé, avec la Chambre d'Agriculture de Vaucluse, la plateforme [Agrilocal84](#), qui met en relation, 121 acheteurs, avec 261 fournisseurs dont 70% d'agriculteurs. 32 collègues vauclusiens utilisent déjà les services de cette plateforme afin de proposer une alimentation bio et locale aux élèves. Ce lundi 14 octobre, trois d'entre eux ont été récompensés pour leurs efforts et ont reçu le premier niveau de labellisation Ecocert 'En cuisine'. « Dans ces trois collèges, il y a une vraie dynamique pour proposer une meilleure alimentation aux élèves entre l'équipe de direction, la restauration et la secrétaire générale chargée des commandes alimentaires, explique [Delphine Gautier](#), directrice adjointe des collèges au Conseil départemental de Vaucluse. À terme, on souhaite accompagner d'autres collèges dans cette démarche-là. »

Écrit par le 19 décembre 2024

Cliquez sur les images ci-dessous pour les agrandir



Collège Pays de Sault, Sault

Ecrit par le 19 décembre 2024



Collège Jean Bouin, Isle-sur-Sorgue

Ecrit par le 19 décembre 2024



Collège Anne Franck, Morières-lès-Avignon

Le label Ecocert 'En cuisine'

La labellisation Ecocert 'En cuisine' valorise les établissements de restauration collective qui introduisent des produits bio, locaux et sains. Ce label se décline en trois niveaux, représentés par trois carottes. Les trois collèges vauclusiens distingués ont obtenu la première carotte de ce label et visent d'ores et déjà les deux autres carottes.

Ainsi, les collèges labellisés doivent respecter un cahier des charges qui requiert 20% des approvisionnements alimentaires bio, l'interdiction des OGM, de 25 additifs et des huiles hydrogénées (huiles végétales transformées), un menu végétarien par semaine et des légumes secs de préférence bio au moins une fois par semaine. Le label demande aussi la mise en place d'actions écoresponsables telles que lutte contre le gaspillage alimentaire, et le diagnostic des produits de nettoyage et des matériaux plastiques utilisés.

Des établissements accompagnés

Ecrit par le 19 décembre 2024

Afin d'atteindre ce premier niveau du label, les collèges vauclusiens ont été accompagnés par le Département qui forme les chefs et les seconds de cuisine à la valorisation des fruits et légumes, à la diversification des protéines, mais aussi à l'élaboration de menus correspondant aux critères du label.

[Le Département de Vaucluse forme les chefs des cantines scolaires aux protéines végétales](#)

Une démarche éducative

En plus d'être fédératrice en impliquant le personnel de cuisine, mais également la direction, et les enseignants des établissements, cette démarche vers une alimentation plus saine, bio et locale, a également un côté éducatif, dans le but de sensibiliser les élèves. « Il y a diverses interventions dans les classes au cours de l'année sur des sujets comme la diététique ou les éco-gestes, ajoute Delphine Gautier. Il y a une partie éducative qui est toute aussi importante pour le label. »

Concernant les collèges vauclusiens labellisés, ils comptabilisent à eux trois plus de 1000 élèves qui sont concernés par cette alimentation bio et locale. 1000 demi-pensionnaires sont éduqués quotidiennement au rapport entre l'alimentation et la santé, mais aussi entre l'alimentation et l'environnement.

Laboratoire Cerra : les cosmétiques bios produits à Avignon

Ecrit par le 19 décembre 2024



Implanté à Avignon, le laboratoire Cerra est né en 2016 grâce à [Cécile Labadie](#) et [Raphaël Le Bruchec](#) et propose une gamme de neuf produits cosmétiques naturels et biologiques vendus en magasins bios, pharmacies, ou directement sur [le site de la marque](#).

Petite entreprise familiale, Cerra voit le jour en avril 2016 dans un garage d'un peu plus de 30m² au Thor. Alors que Cécile Labadie vient tout juste d'obtenir son doctorat en chimie et biochimie à Avignon, et que Raphaël Le Bruchec, quant à lui, vient d'arrêter son activité professionnelle, ils décident ensemble de lancer leur propre entreprise de cosmétiques formulés et produits en Provence. Ce n'est qu'en 2019 que le laboratoire Cerra déménage à Avignon dans des locaux de 200m².

Si les deux collaborateurs ont débuté cette nouvelle aventure avec seulement quatre produits, ils en proposent désormais neuf. « L'objectif est de sortir un ou deux nouveaux produits par an, pour faire évoluer Cerra de façon organique », explique Raphaël Le Bruchec. Ainsi, la marque se compose de deux crèmes de jour, une crème de nuit, un lait démaquillant, un lait pour le corps, un crème pour le corps, un exfoliant pour le corps, de l'huile de jojoba et de l'huile de karité.

Écrit par le 19 décembre 2024



Une partie des produits Cerra. ©Didier Amadori

De la conceptualisation à la commercialisation

Depuis la création de leur société, Cécile et Raphaël s'occupent de tout du début jusqu'à la fin. Grâce à ses connaissances obtenues lors de ses études en chimie et biochimie sur les conservateurs naturels liés à la cosmétique, Cécile s'occupe notamment de la conception, de la fabrication mais aussi du conditionnement de tous les produits Cerra. Ainsi, c'est elle qui assemble les différents composants des crèmes et laits, et qui effectue des tests pour d'éventuels nouveaux produits. En seulement cinq jours, Cécile peut confectionner entre 600 et 700 produits.

De son côté, grâce à son expérience dans le commerce, Raphaël est en charge de toute la partie commercialisation des produits. C'est donc lui qui s'occupe notamment de démarcher des vendeurs pour que ceux-ci mettent la marque Cerra dans les rayons leur magasin. Aujourd'hui, en plus d'être vendus sur le site de la marque, les cosmétiques Cerra sont disponibles dans plus de 150 points de vente telles que des pharmacies, des magasins bios et quelques magasins indépendants. Environ 70% de ces points de vente se situent dans la région Paca, et les 30% restants dans le reste de la France.

La cosmétique bio, c'est quoi ?

Contrairement à l'agriculture, en France et en Europe, il n'existe pas vraiment de réglementation pour déterminer ce qu'est un produit cosmétique biologique. Par exemple, Cerra utilise de l'huile d'onagre dans ses produits. L'onagre est une fleur qui doit donc être cultivée dans le respect des charges l'agriculture biologique mises en place par l'Europe pour que son huile soit certifiée biologique. « Mais en tant que transformateurs de cette matière première brute, il n'y a pas de transfert automatique de la qualification biologique », commence par expliquer Raphaël.

« Une tomate biologique est considérée comme telle car il y a la non présence de beaucoup d'éléments qui a été démontrée, poursuit-il. Un cosmétique, c'est un mélange de matières premières bios, mais aussi

Ecrit par le 19 décembre 2024

non bios car certains éléments ne peuvent pas avoir cette certification, comme l'eau par exemple qui est beaucoup utilisé en cosmétique. » Alors la vraie question est : quand un produit cosmétique peut-il être considéré comme biologique ? Pour être considéré comme tel, les acteurs professionnels de la filière cosmétique bio se sont entendus entre eux et ont déterminé que les produits doivent contenir minimum 20% de matière première d'origine agriculture biologique (contre 10% il y a dix ans).

La double fonction du laboratoire Cerra

Le laboratoire Cerra, c'est avant tout une marque de cosmétique bio. Cécile et Raphaël se démènent au quotidien pour faire rayonner leurs produits et pour proposer de la nouveauté, sur un marché de plus en plus prisé. Mais ce n'est pas tout. Le laboratoire travaille non seulement pour la marque Cerra, mais également pour d'autres.

Le 'travail à façon', c'est une pratique qui consiste à fournir sa main d'oeuvre. Ainsi, le laboratoire Cerra aide ceux qui souhaitent lancer leur marque de cosmétique, ceux qui souhaitent étoffer la leur, ou ceux qui souhaitent tout simplement délocaliser et se décharger de la fabrication de leurs produits. Cécile et Raphaël produisent donc des produits pour les autres mais ils ne s'occupent que de la production et non de la vente.

©Didier Amadori

Des valeurs écologiques

En plus de produire des cosmétiques naturels et bios, la marque Cerra se veut être la plus écologique possible, tout en restant transparente envers ses consommateurs. « L'écologie ce n'est jamais blanc ou noir, on ne peut pas être écologique à 100% », affirme Raphaël. Ainsi, la marque a récemment opté pour un changement d'emballage de ses produits en pot.

« On était parti sur un pot en aluminium dans un emballage en carton à la base car c'est extrêmement léger et il y a un indicateur à prendre dans le coût carbone de nos fabrications et de notre commercialisation qui est l'expédition », développe le commercial. Désormais, les pots des crèmes Cerra sont en verre, ils sont donc plus écologiques au niveau packaging, mais plus lourds. « On a moins d'emballage, mais on a un coût énergétique de transport plus important », conclut-il.

Ecrit par le 19 décembre 2024



©Didier Amadori

La consommation du bio favorisée par la crise du Covid-19

Comme beaucoup de chefs de jeunes entreprises, Cécile et Raphaël ont d'abord cru que la crise du Covid-19, mais surtout le premier confinement, allait mettre fin à l'aventure Cerra. Mais la vérité en a été tout autre. Si les Français fuyaient les magasins de grande surface, ils se sont davantage tournés vers les supérettes pour fuir le virus, mais aussi dans une volonté de consommer plus local. Ainsi, il y a eu une explosion de fréquentation dans les magasins bios.

En plus de voir la fréquentation de son site internet grimper, Cerra a également observé une augmentation de la vente de ses produits en magasin. Le Covid-19 a finalement eu du bon pour ce secteur qui a pris de l'ampleur. Cependant, la fréquentation des magasins bios a rechuté après la fin du premier confinement en mai 2020 et tend de nouveau vers ce qu'elle était avant.

Des prix abordables

Souvent synonyme de prix élevés, la cosmétique bio voit aujourd'hui de plus en plus de marques proposer des prix plus abordables sur le marché. Parmi les deux précurseurs de la cosmétique biologique, Weleda et Dr Haushka, le premier propose des produits avec des prix relativement bas pour le secteur alors que le second en propose des plus élevés.

Le laboratoire Cerra, lui, a voulu suivre l'exemple du premier afin de toucher une clientèle plus large et pas élitiste. Ainsi, une crème de 50ml vous coûtera environ 20€, un prix qui peut avoisiner les 80€, voire plus, pour la même quantité de produit chez certains concurrents. Au vu de l'accessibilité au plus grand nombre de ce type de produit aujourd'hui, même la grande distribution tend vers le bio et le bio tend vers la grande distribution. « Est-ce qu'un jour on sera chez Leclerc ou Super U au rayon bio ? Pour l'instant

Ecrit par le 19 décembre 2024

non, mais si un jour il n'y a plus qu'eux qui vendent du bio, il ne faut jamais dire jamais », conclut Raphaël.

La Comédienne crée une bière acidulée à la poire pour le printemps



Pour le printemps, la brasserie la Comédienne, située au 135 Avenue Pierre Semard à Avignon, tente de se démarquer et crée une toute nouvelle bière acidulée à base de purée de poire.

Si la bière acidulée existait déjà mais tarde à se développer et à prendre de l'ampleur, [la brasserie avignonnaise la Comédienne](#) prend le pari risqué et crée sa propre bière 'sour' à la poire. Mais attention, il ne faut pas s'attendre à trouver le goût prononcé du fruit. Aucun arôme n'a été ajouté à la boisson, le fruit a été fermenté directement avec les céréales, ce pourquoi le goût de la poire est altéré. A la dégustation, la surprise se lit sur tous les visages.

Ecrit par le 19 décembre 2024

« Je souhaitais créer une bière fraîche pour le printemps, qui sorte de l'ordinaire », explique [Thomas Le Roux](#), propriétaire de la brasserie. Le secret de cette bière ? Le délai de fermentation qui est rallongé pour être certain d'extraire tous les sucres. Ainsi, cette bière printanière, qui a la même base qu'une blanche, vient rafraîchir nos palais, aussi bien qu'elle vient le titiller avec son côté acidulé.

Une triple collaboration vauclusienne

L'élaboration de cette bière à la poire 100% bio et 100% locale, c'est le fruit d'une collaboration entre trois vauclusiens. Thomas Le Roux, le brasseur de la Comédienne a d'abord fait appel à [Charlotte Trossat](#), fondatrice de [Local en bocal](#), basé à Avignon, qui récupère les fruits et légumes bios 'moches', qui ne se vendent pas, auprès des producteurs locaux pour en faire des purées, des soupes, ou encore des compotes. La Comédienne s'est donc rapprochée de Local en bocal afin de se fournir en purée de poires bio, pour l'intégrer à la fermentation de ses céréales et parvenir à la création de sa bière acidulée à la poire.

Dans un deuxième temps, Thomas Le Roux a demandé à [Batart](#) (Vincent, de son vrai prénom), tatoueur et graphiste à Avignon, de créer un design unique pour l'étiquette de cette bouteille ainsi que pour une série limitée de 3 autres bières noires, dont une a été élevée dans une barrique de whisky, et une autre dans une barrique de rhum. Cette collaboration est née d'une rencontre fortuite entre les deux hommes lors du Festival d'Avignon pour lequel la Comédienne a créé une bière partenaire qui est présentée chaque année pendant la période du festival. Ainsi, l'artiste a décidé de créer un dégradé de couleur entre chaque étiquettes pour rappeler la tombée de la nuit. Avec son coup de crayon reconnaissable entre mille, Batart a su créer des étiquettes au design unique et original.

Où trouver cette bière ?

Cette bière à la poire est disponible en bouteille de 33 ou de 75cl directement à la brasserie qui est ouverte tous les jeudis et vendredis de 16h à 19h ou encore dans les épiceries fines, les magasins bio, les restaurants ou encore les caves à vins de la région.

« Pour accompagner les jolies journées printanières qui font leur retour, voici notre Sour à la poire. De l'acidité et du fruit pour une boisson hyper désaltérante », annonce la brasserie sur sa page Instagram [@brasserielacomedienne](#).

La farine l'isloise gonfle les boulangers de

Ecrit par le 19 décembre 2024

fierté



Elle est poudreuse à souhait, d'un blanc immaculé. La création de la farine de l'Isle-sur-la-Sorgue, 100% locale, est le fruit d'une étroite collaboration entre plusieurs acteurs du territoire.

Tous sont animés par la recherche d'excellence et la valorisation des circuits courts. Cette démarche soutenue par la ville de l'Isle-sur-la-Sorgue a été initiée en 2018 par Yannick Mazette, maître artisan boulanger à L'Isle-sur-la-Sorgue, président depuis novembre 2021 de la Chambre de métiers et de l'artisanat de région Paca. Il fit alors la rencontre de Loïc Charpentier, directeur d'exploitation au lycée agricole l'islois 'La ricarde', et des responsables de la Minoterie Giral basée à Orange pour la transformation.

Ensemble, ils décident de produire une farine 100% l'isloise et relancent la culture du blé à l'Isle-sur-la-Sorgue. La filière est ainsi créée. A l'automne 2019, ce sont alors 25ha qui ont été semés pour une

Écrit par le 19 décembre 2024

production de 130 tonnes de blé, récoltées en juillet, soit l'équivalent de 550 000 baguettes. Après trois années concluantes, les acteurs de la filière se sont relancés, à l'automne 2021, pour une quatrième année consécutive de production.

150 à 160 tonnes de blés

Ce sont 30 hectares de blés (quatre variétés : Montecarlo, Orloge, Calumet et Apache) qui ont ainsi été semés, au domaine Saint-Gervais, sur une parcelle appartenant au lycée agricole. En terme de rendement, un prévisionnel de production table sur environ 150 à 160 tonnes de blés. Aujourd'hui, la farine est utilisée dans quatre boulangeries l'isloises et poursuit son développement. À terme, elle a pour vocation d'élargir son champ d'utilisation et de se proposer à d'autres boulangeries locales, pâtisseries ou encore restaurants et pizzerias.

Très vite reconnue pour ses vertus nutritionnelles mais aussi gustatives et ne présentant aucun additif ou adjuvant, cette farine de tradition française rencontre un vrai succès. Elle conserve le goût naturel du froment, le pur fruit de l'écrasement du blé. En privilégiant un pétrissage à la main, associé à un temps de repos à température ambiante, cela permet de ne pas dissocier le gluten de l'amidon, de le rendre ainsi plus digeste et de pouvoir miser sur un indice glycémique très bas, une biodisponibilité des minéraux et une teneur en sel en-dessous de la norme. Un montant sur la quantité annuelle de farine vendue, est reversé à l'association de préfiguration à la Fondation Positive et Villages-monde.

Film documentaire à l'appui

Des origines du projet, en passant par la semence et la récolte, un film tourné et réalisé en régie par le service Communication dresse le portrait de ceux qui se sont engagés et investis dans la démarche. Parmi ces derniers : Yannick Mazette, Christian Candhal (Proviseur du lycée agricole La Ricarde (2012-2021), Loïc Charpentier, Maxime Giral (Directeur général de la Minoterie Giral), Fabien Mazette (Maître artisan boulanger, Boulangerie d'ICI), Amandio Pimenta (Meilleur Ouvrier de France et membre fondateur des Ambassadeurs du pain).

Le film sera dévoilé au grand public en ligne sur le site internet de la ville de l'Isle-sur-la-Sorgue et sur ses réseaux sociaux Facebook et Instagram, mercredi 19 janvier à 12h.

Écrit par le 19 décembre 2024

LA FARINE
de
L'ISLE-SUR-LA-SORGUE

La création d'une farine « Isle-sur-la-Sorgue Village-monde », 100% locale est le fruit d'une étroite collaboration entre plusieurs acteurs du territoire, tous animés par la recherche d'excellence et la transmission de savoir-faire.

Un montant du prix de vente, sur chaque kilo de farine vendue, est reversé à l'Association de préfiguration à la Fondation Positive & Villages-monde.

FONDATION POSITIVE & VILLAGES-MONDE

ISLE SUR LA SORGUE VILLAGE-MONDE

L'Isle sur la Sorgue

Lycée Professionnel LA RICARDE

Métiers Artisanat

Giral

Le bistrot de Saint-Trinit rejoint le réseau

Ecrit par le 19 décembre 2024

'Bistrot de pays'



Le **bistrot de Saint-Trinit** a relevé le défi de décrocher le label « Bistrot de pays », et ce malgré la tempête sanitaire. 'Bistrot de pays' compte désormais 8 établissements dans le département vauclusien.

Après avoir travaillé plus de 20 ans dans des établissements classés quatre étoiles à Avignon, Anthony Mercier a souhaité ouvrir son propre bistrot. C'est à Saint-Trinit qu'il a trouvé son bonheur, avec sa compagne, Elodie Buisson. Saint-Trinit est un petit village installé à la frontière entre le Vaucluse et les Alpes-de-Haute-Provence. Crème de châtaigne, miel de lavande, cochon et agneau du Ventoux sont à l'honneur dans l'assiette, et bien d'autres spécialités. Anthony propose également des plats végétariens. Une cuisine qui attire une clientèle locale qui se mêle également à une clientèle touristique pour créer

Ecrit par le 19 décembre 2024

une ambiance chaleureuse et unique.

Une visibilité accrue

« Beaucoup de clients nous demandaient le label. On travaille depuis le début avec des producteurs régionaux, donc c'est avantageux de le valoriser, de le certifier, c'est la concrétisation de ce que l'on fait depuis un an au Bistrot de Saint-Trinit, explique Elodie Buisson. Cela nous donne de la visibilité et nous permet d'acquérir une clientèle en demande de cette labellisation. On est tout juste labellisés et on voit déjà une différence entre la fréquentation de l'année dernière et de cette année. On a pas mal de clients qui viennent grâce à la communication liée à notre entrée dans le réseau des [Bistrots de pays](#). Maintenant on accueille des groupes de randonneurs et de cyclistes de 10 à 15 personnes quasiment tous les jours qui viennent grâce à l'appellation Bistrot de Pays. On est ravis ! »

Photo: bistrot de Saint-Trinit

Le label en quelques mots

Née il y a 28 ans, l'opération 'Bistrot de pays' est une démarche mobilisant des établissements (bistrots, cafés, estaminets et autres débits de boissons) dans un projet de pays. Le Bistrot de Pays a pour but, à travers un réseau local d'animations, de contribuer à l'animation du tissu économique et social en milieu rural par le maintien du café de proximité. Une fois labellisés, ces cafés-restaurants multi activité s'engagent à respecter la charte. Elle concerne les établissements situés dans des communes rurales de moins de 2 000 habitants et implique notamment une ouverture à l'année, une cuisine mettant en valeur les produits du terroir et l'organisation d'animations festives et culturelles. A l'échelle nationale, le label compte aujourd'hui 118 établissements répartis sur 7 régions et 23 départements.

'Comm'une actu' : nouvelle application anglaise au service de l'information de proximité

www.communeactu.fr, vous connaissez ? Il s'agit là d'une nouvelle application inédite lancée par la municipalité des Angles. Objectif ? Mettre entre les mains des citoyens un outil simple avec accès immédiat et en temps réel à toutes les informations de proximité. Une application qui remet au goût du jour l'économie collaborative.

Ecrit par le 19 décembre 2024

12 communes l'ont déjà adoptée, dont cinq dans le Gard : Clarensac, Saint-Côme et Maruéjols, Saint-Mamert-du-Gard, Souvignargues et Les Angles. Forte de ses milliers de téléchargements et de près d'1 million de consultations d'actualités, l'application poursuit son excellent démarrage. Elle vient ainsi en complément du [site internet](#) de la commune qui s'est dernièrement refait une beauté en devenant plus intuitif, design et fonctionnel.

Pourquoi cette application ?

Le confinement aura au moins eu le mérite de se réinventer, de retrouver du lien sur la toile et de valoriser l'entraide. « La mairie souhaitait aider les commerçants pendant cette période difficile et leur permettre de diffuser toutes leurs informations », explique [Christel Froc](#), adjoint déléguée à la communication à la mairie des Angles. Qu'à cela ne tienne, Comm'une actu naît en octobre 2020. Au sein d'une commune, les acteurs de la vie locale que sont les mairies, les associations et les acteurs de la vie économique, sont de plus en plus à la recherche de nouveaux outils de communication afin d'informer en temps réel leurs concitoyens ou de promouvoir leurs actions. Pour répondre à ces besoins, [Digitalfit](#) (éditeur de solutions logicielles) propose cette solution à la municipalité qui l'adopte très rapidement. « Ils se sont présentés avec cette application destinée aux collectivités qui offre la possibilité à tous les acteurs de vie locale de pouvoir échanger ». 'Comm'une actu' est disponible gratuitement sur [iOS](#) et [Android](#).

Les news locales depuis votre smartphone

Pour les citoyens, 'Comm'une actu' est la solution pour ne rien manquer des actus sportives, associatives, économiques et autres promotions des commerçants. Les citoyens sont informés en temps réel de toutes ces informations depuis le smartphone : résultat des rencontres sportives de ses enfants, promotions de son primeur favori, programme de la fête communale, menu du jour de son restaurant favori, tout est disponible selon les communes sélectionnées sur l'application.

Quel village vous intéresse ?

Les administrés peuvent également être informés de l'actualité au-delà des limites administratives de leur commune. En effet, les utilisateurs de l'application ont la possibilité avec 'Comm'une actu' de sélectionner les villages qu'ils souhaitent suivre. D'ailleurs, une sélection d'actualités est proposée par défaut en fonction de la localisation, sélection modifiable à tout moment. Sur ce principe, il est par exemple tout à fait possible de consulter les informations importantes de son commerce préféré qui se trouve à quelques kilomètres dans la commune voisine. Par ailleurs, le fil d'informations est personnalisable selon les intérêts, les parents sans enfant pourront par exemple décocher les actualités autour de la vie scolaire.

Un outil simple et efficace

Pour les municipalités, seules à pouvoir s'abonner, 'Comm'une actu' est un service qui renforce le lien de proximité avec les concitoyens grâce à l'usage mobile et les notifications en temps réel, tout en

Ecrit par le 19 décembre 2024

renforçant la qualité du service public. Cet outil permet d'augmenter la visibilité des informations municipales, celles-ci se trouvant dans une application qui présente de multiples informations utiles aux concitoyens (vie associative et économique). Presque indispensable dans le contexte actuel, pour diffuser notamment des informations liées à la crise sanitaire, au déconfinement, à la réglementation en vigueur, etc.

Signalez à tout moment

La fonction de signalement citoyen augmente encore l'interaction avec la population en permettant aux habitants de signifier à la municipalité tout désagrément intervenant sur le domaine public (déchets sauvages, problème de voirie, d'éclairage public etc), leur donnant ainsi la possibilité d'être également acteurs de la vie communale.

Comm'une actu a également l'immense avantage de donner la parole aux associations, entreprises, producteurs et autres acteurs de la vie économique, et ce sans aucune gestion de la mairie. Seules les actualités de la commune sont à la charge de celle-ci. La municipalité peut, si elle le désire, réaliser une modération totale ou partielle des flux d'actus avant publication pour relecture/correction. Comm'une actu possède donc les avantages d'un réseau social sans ses inconvénients : pas de commentaires possibles sur les actualités diffusées, pas de publicités, pas de ciblage ou de suggestion de contenu. « En mettant Comm'une actu gratuitement à la disposition de toutes les forces vives de leur territoire, les municipalités adressent un message fort de soutien aux associations, restaurateurs, commerçants, artisans dans cette période si difficile où la proximité et la dynamique locale sont tellement importantes. »

13 000€ financés par la commune des Angles

Pour le moment, la ville prend en charge la totalité du coût financier. « Nous avons soumis une demande auprès de la Banque des territoires, qui peut aller jusqu'à 80% de l'investissement réalisé par la commune », précise Matthieu Vinas, Directeur général des services de la commune des Angles. La mairie prend en charge la mise en place de l'application et les frais occasionnés, et n'envisage aucune tarification à destination des communes adhérentes pour le moment. « Nous verrons d'ici 2 ans si les retombées sont au rendez-vous et si les acteurs du dispositif obtiennent pleine satisfaction. » Et d'ajouter : « nous leur mettons à disposition un outils clé en main, à eux de se l'approprier afin de multiplier les canaux de communication ».

Ecrit par le 19 décembre 2024

Les producteurs d'ail de Piolenc cuisinent dans un champ



L'Association des Producteurs d'ail de Piolenc (APAP) organisera une émission de cuisine pour le moins novatrice. Une cuisine sera installée dans un champ d'Ail de Piolenc, et un chef étoilé, [Christian Etienne](#), y cuisinera les délicieux produits du terroir. Le rendez-vous est donné ce jeudi 6 mai à 17h30, en direct de la page Facebook : [Ail de Piollenc](#).

Seront conviés à cette émission, les producteurs d'Ail de Piolenc de l'APAP, ainsi que des agriculteurs

Ecrit par le 19 décembre 2024

produisant : endive, fraise, blette, pommes de terre (Nicolas Bérard) ; miel et produits dérivés (Frédéric Jouffre) ; volaille, œufs, farines de blé et d'épeautre, huile d'olive (Robert Champ) ; fromage de chèvre (Raymond Bagnol) ; patate douce (David Biscarrat) ; artichaut, asperge, lentille, pois chiche (Sylvain Bernard) et vins (Gregory Payan).

L'ensemble des produits de Piolenc seront rassemblés dans un garde-manger et le chef pourra y piocher pour préparer des recettes 100% locales. Pour l'Ail de Piolenc, il lui suffira d'en sortir un de terre, au champ !

Pour vous inscrire, [cliquez ici](#).

(Vidéo) Netflix : la série 'Bridgerton' au cœur de la Provence

Beaucoup de créativité, un bol de passion et une pincée de folie, tels sont les ingrédients de la dernière production réalisée par la vidéaste avignonnaise Marie Cyrielle. Ce clip musical, devenu très vite viral sur la toile, s'inspire de la série Netflix 'La chronique des Bridgerton' et met le savoir-faire local sous le feu des projecteurs.

Vidéaste depuis près de dix ans, passionnée par le montage vidéo et la création de contenus numériques, Marie, originaire d'Avignon, a récemment créé son entreprise de communication. Très attachée à sa Provence natale, la jeune vidéaste souhaitait mettre en lumière toute la richesse de cette région en soutenant les commerçants, artisans et producteurs locaux. Pour son dernier projet, la société '[MarieCyrielle](#)' a souhaité se plonger dans l'univers de la série '[La Chronique des Bridgerton](#)', qui se déroule dans l'Angleterre du XIXe siècle. Cette nouvelle création est un clip musical sur le titre 'Ocean Away', interprété par Abigail Barlow et Emily Bear, également inspiré de la série de Netflix.

Made in Provence

Avec ce clip, 'MarieCyrielle' souhaitait mettre en avant le savoir-faire local, avec des artisans et créateurs de Provence, valoriser le territoire et le patrimoine à travers un projet hors du temps. L'objectif est alors de montrer que la création peut prendre différentes formes et qu'il faut continuer de s'autoriser à rêver, « parce qu'il n'y a rien de plus beau qu'une équipe de tous les horizons qui se rassemble autour d'une création commune. »

Pour mener à bien ce projet inédit, Marie s'est entourée de partenaires locaux. Tout d'abord, le [château](#)



Écrit par le 19 décembre 2024

[de Mazan](#), où a été tournée la vidéo, mais aussi des artisans et commerçants provençaux : la créatrice de bijoux '[LaurettaPerl](#)' à Vedène, l'association 'Mémoire et légendes' à Salon-de-Provence pour les costumes d'époque, ainsi que le salon de coiffure '[A l'angle 230](#)' de Morières-lès-Avignon. Ce projet est également l'occasion de mettre en avant Evidence, un studio créatif Avignonnais en pleine élaboration, regroupant des jeunes freelances et des passionnés de création sur des projets locaux uniques. Des initiatives s'inscrivent dans la dynamique de création artisanale caractéristique du Département. Rappelons que le Vaucluse était, en 2019, le département où l'emploi artisanal avait le mieux résisté avec 18 470 entreprises (+5,8%). *Source : Chambre de métiers et de l'artisanat de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur (CMAR Paca).*