

Acte #03

Agir au cœur des territoires
et des entreprises

L'économie de la culture

Culture : gisement
de richesse
non délocalisable
en Vaucluse

Commerce

Le cœur des
villes bat dans
les commerces
de Vaucluse

Sport

Les Jeux
Olympiques,
un moteur
pour le sport
dans le
Vaucluse ?

Culture & économie

Tiago Rodrigues

DIRECTEUR DU
FESTIVAL D'AVIGNON

« Le Festival,
c'est aussi une
entreprise »

CCI DE VAUCLUSE

**La Nuit du Commerce
de Proximité**

JEUDI 4 JUILLET • 19H30
CHÂTEAU DE MASSILLAN À UCHAUX



100% COMMERCE 100% LOCAL !



La CCI de Vaucluse lance des chèques cadeaux valables dans les commerces et services de proximité du département.

Vous êtes une entreprise et vous souhaitez en faire bénéficier vos collaborateurs ?

Vous êtes commerçant et vous souhaitez adhérer à ce dispositif ?

CHÈQUES CADEAUX CCI VAUCLUSE
HORIZON
COMMERCE

 CCI VAUCLUSE



Sommaire

P.03
Édito

P.04
Actualités économiques

P.08
Le Vaucluse en chiffres



P.10
L'économie de la culture

P.14
Face à face : Gilbert Marcelli et Tiago Rodrigues

Ours

Magazine gratuit — Ne peut être vendu

Directeur de la publication : Gilbert Marcelli
Conception et création : Agence Anonymes
Rédaction : l'Echo du Mardi, CCI de Vaucluse, Agence Anonymes



P.20
Le cœur des villes bat dans les commerces de Vaucluse



P.22
Les Jeux Olympiques, un moteur pour le sport dans le Vaucluse ?

P.26
Nos entreprises à suivre

P.32
La CCI en action

P.36
La minute expert

P.37
Les visages de la CCI

P.38
Les livres économiques

P.40
Agenda

Crédits Photos : BP Med, CCI de Vaucluse, Chorégies d'Orange, J.Crozat, A.Double, DR-Sdis, DR-Tut tut, Empreinte d'Ailleurs, S.Ferré, Insane festival, Libère Thés Sens, P.Merkel, Navadanet, V.Ovessian, C.Raynaud de Lage (Festival d'Avignon), Shutterstock, Ville de Carpentras, S.Villeger

Impression : Imprimerie De Rudder — Siret : 34442354600029
Tirage : 7000 exemplaires — Parution juin 2024

Édité par la CCI de Vaucluse.

SCANNEZ-MOI



startingjob.fr

THE PLACE TO BE
AUDITEUR
CUISINIER
CODEUR
MANAGER
SERVEUR
BADMAN

STARTINGJOB!

LA PLATEFORME EMPLOI/ALTERNANCE



CCI VAUCLUSE

Édito

« **Créer des ponts entre culture et économie** »



Gilbert Marcelli
Président de
la CCI de Vaucluse

Au regard de ses missions, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Vaucluse est naturellement aux côtés des porteurs de projets qu'elle conseille, des entreprises qu'elle accompagne dans leur développement, et des intercommunalités qu'elle soutient dans la dynamisation de leur territoire.

Mais nous aimons aussi être là où on ne nous attend pas ! Catalyseur d'idées, accélérateur de projets, la CCI de Vaucluse a conçu et organisé en avril dernier le Salon Innomoov, Rencontres Sud Mobilités & Énergies qui a réuni de nombreux professionnels de ces filières innovantes et dont je salue le succès de cette 1^{re} édition.

C'est dans ce même esprit d'impulsion de projets et de dynamisation de nos filières d'excellence que nous souhaitons créer des ponts entre culture et économie : soutien au Festival du Livre, rencontres entre dirigeants et acteurs culturels, appui technique au Festival d'Avignon, nous sommes convaincus qu'au-delà de la dimension artistique de ces actions, bénéfiques dans un monde complexe et incertain, la culture participe à l'attractivité d'un territoire et contribue ainsi à son développement économique.

J'ai ainsi souhaité dans ce numéro estival m'entretenir avec Tiago Rodrigues, Directeur du Festival d'Avignon, Festival de Théâtre le plus renommé du monde. Ouverture au monde économique, rôle social, présence sur le territoire toute l'année, nos valeurs sont communes !

Je vous souhaite à toutes et à tous, une bonne lecture, un bel été, et de beaux festivals !

En bref

KPI, EURENCO ET BERTO AU TOP DE L'INNOVATION

Trois entreprises vauclusiennes figurent dans le palmarès des 200 entreprises françaises leaders de l'innovation 2024 du journal Les Echos. Il s'agit de KPI (83^e), le spécialiste français de la préfabrication et la poutrelle en béton précontraint dont le siège social se trouve à Saint-Chamand à Avignon, du groupe sorguais Eurenco (99^e), le leader européen des poudres et explosifs, ainsi que du groupe avignonnais Berto (165^e) basé dans la zone d'activité de Courtine.

CAP SUD : CARREFOUR SUCCÈDE À CASINO

Le vendredi 17 mai dernier, l'enseigne Carrefour a pris la relève de celle de Casino au sein du centre commercial Cap Sud à Avignon. Implanté depuis l'ouverture du centre en 1973, le magasin avait été cédé en début d'année au groupe Carrefour suite aux difficultés de Casino. Après quelques semaines de travaux, le supermarché de 5798 m² a donc rouvert ses portes sous ses nouvelles couleurs. L'espace Drive a été aussi conservé.

LE PETIT TRAIN DE L'ISLE SE MET AU VERT

Pour cette saison touristique 2024, les Voyages Arnaud à Carpentras ont mis en service à l'Isle-sur-la-Sorgue un petit train touristique roulant au HVO, un biocarburant 100% renouvelable et certifié durable. Outre la diminution du bruit et des odeurs du moteur, le HVO permet de réduire les émissions de CO2 d'au moins 70% et de particules fines de plus de 85%. Produit à partir de matières premières végétales, résiduelles ou de déchets, notamment issus de l'agriculture, ce biocarburant peut être utilisé comme alternative au diesel sans avoir besoin de modifier le moteur.

Actualités



La société avignonnaise Tut tut vient de célébrer son 3^e anniversaire. Pour l'occasion, le service de livraison collaboratif créé par Vincent Chabbert en 2021 s'offre une 7^e place dans le top 10 des startups travaillant le plus avec les champions français du 'retail'.

TUT TUT : LA STARTUP QUI MONTE, QUI MONTE...

Déjà lauréat du trophée de l'hypercroissance décerné par la Région Sud et les French Tech de Paca en 2023, le service de livraison collaboratif basé à Avignon Tut tut vient d'intégrer le top 10 des startups travaillant le plus avec les champions français du 'retail'. Établi par le magazine numérique et business Alliancy, ce classement met en avant les jeunes pousses du secteur travaillant le plus avec les plus grosses entreprises françaises du retail, c'est-à-dire le commerce de détail. Dans ce cadre, les grandes enseignes telles que Lidl, Leclerc, Super U, Leroy Merlin, Mr Bricolage, Cora, Ikea, La Fnac et bien d'autres encore veulent mettre en avant ces sociétés leur proposant des solutions innovantes afin d'améliorer le dernier maillon de la chaîne de distribution

ou de s'adapter aux modifications des nouveaux usages de leurs clients. Grâce à sa solution de cotransportage, la société vauclusienne créée il y a 3 ans par Vincent Chabbert se classe en 7^e position du palmarès d'Alliancy. Pour cela, les 40 collaborateurs de Tut tut travaillent avec 2 000 enseignes partenaires et 125 000 cotransporteurs optimisant les trajets déjà existants des particuliers et l'espace non utilisé dans leur véhicule afin de garantir des livraisons rapides et sécurisées de proximité. De quoi générer un chiffre d'affaires de 2,5M€ en 2023 et espérer atteindre un CA de 8M€ cette année. Autre satisfaction, cette technique de cotransportage a permis d'économiser plus de 54 tonnes de CO2 en 2023, ce qui représente plus de 756 000 km parcourus en voiture.



LE CJD PACA AGIT POUR LA JEUNESSE ET LA SOLIDARITÉ DANS L'ENTREPRENEURIAT

Président de l'entreprise avignonnaise Waya Tech, spécialisée dans le développement de logiciels et applications mobiles sur mesure, Hervé Millet est également le président du Centre des Jeunes Dirigeants de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur depuis juillet 2023. Cette association nationale, qui existe depuis 1938 et qui compte près de 6 000 entrepreneurs engagés, a deux vocations : former ses membres au métier de dirigeant, et être un mouvement militant qui se veut « ni de droite ni de gauche, mais devant. » En Vaucluse, le CJD Avignon, qui compte 62 membres, intervient sur plusieurs axes, notamment l'influence et l'éco-responsabilité. La jeunesse est aussi au cœur de ses actions. Un sujet sur lequel Hervé Millet, qui a aussi été président de la section avignonnaise de 2020 à 2022, est très impliqué. « Le CJD Avignon a co-créé il y a 10 ans avec le réseau Entreprendre l'association des Entrep' Vaucluse qui accompagne environ 80 jeunes chaque année dans une démarche de création d'entreprise », explique le président du CJD PACA. Ce dernier a également participé à la création de l'événement 'Et Si CT Toi?', dédié à la jeunesse engagée et créé pour susciter l'envie d'agir pour l'avenir, qui a vu le jour au début du mois de juin 2024 à Avignon.

Avant d'être le président de la section d'Avignon et le président du CJD PACA, Hervé Millet a rejoint le mouvement en 2017. « Ça a été un moyen pour moi d'apprendre à être un dirigeant, ce que je n'avais jamais été auparavant », ajoute-t-il. Le CJD, c'est aussi un moyen pour certains de rompre l'isolement du dirigeant. « Je suis très sensible à la solidarité entre entrepreneurs », affirme Hervé Millet, qui met un point d'honneur à faire ressortir cette solidarité à travers ses actions et ses engagements au sein du CJD. Ce dernier représente une boîte à outils pour les dirigeants qui sont en difficulté et qui cherchent à se faire aider. Le CJD est aussi partenaire d'associations qui peuvent venir en aide aux dirigeants, notamment aux niveaux financier et psychologique. En Vaucluse, par exemple, le CJD est partenaire du Centre d'Information sur la Prévention des difficultés des entreprises de Vaucluse, de l'Aide Psychologique aux Entrepreneurs en Souffrance Aigüe, ou encore de l'association 60 000 rebonds qui accompagne les entrepreneurs ayant perdu leur entreprise. « On a un vrai rôle sociétal, le CJD est au service du vivant, c'est-à-dire des humains, mais aussi de la planète », conclut Hervé Millet.

VAISON : LE MOULIN DE CÉSAR INTÈGRE LE RÉSEAU CAPFRANCE

La résidence de vacances Le Moulin de César à Vaison-la-Romaine vient d'intégrer le réseau CapFrance. En rejoignant le 1^{er} réseau de villages vacances et d'hôtels clubs indépendants en France, Le Moulin de César va notamment bénéficier d'une nouvelle visibilité axée tout particulièrement sur la gamme 'Avantage' de CapFrance, qui allie confort des équipements et activités variées avec des journées rythmées par les séances sportives, les initiations ou encore les découvertes en tout genre. Géré par Stéphane Roy, l'établissement de tourisme vauclusien dispose d'une trentaine de 30 chambres simples, d'un pavillon de 6 chambres de 2 à 4 lits avec sanitaires partagés, ainsi que de 2 studios.



L'ECOMIN EN MODE ACCUEIL DES ENTREPRISES

Désormais baptisé ECOMIN depuis l'automne dernier, le Marché d'intérêt national à Avignon implanté à Saint-Chamand dispose de 7 salles de réunion, de 15m² à 75m². Ces salles peuvent accueillir entre 6 et 27 personnes dans le cadre de réunions, de séminaires, de formations ou encore d'entretiens. L'ensemble de ces espaces sont totalement équipés : climatisation, écran, vidéoprojecteur, wifi, restauration à proximité, parking gratuit, accès facile via les transports en commun et le tramway...

Contact :
Delphine Ducos
04 90 88 91 02
d.ducos@minavignon.fr



INDUSTRIE : UN VAUCLUSIEN À LA TÊTE DES FFI

Samuel Marc, président du groupe industriel vaclusien Fenix Evolution, basé à Gargas, vient d'être nommé coordinateur des régions Provence-Alpes-Côte d'Azur et Occitanie pour le club des Forces françaises de l'industrie (FFI).

Ayant à cœur de réindustrialiser les zones rurales, Samuel Marc aura notamment pour mission au sein des FFI d'organiser les Nuits de l'industrie à travers quatre événements majeurs afin de valoriser le savoir-faire français. Fenix Evolution est spécialisée dans la revalorisation des fruits locaux déclassés.

La société vaclusienne travaille notamment avec le Groupe Perret basé à Bagnols-sur-Cèze pour créer une nouvelle génération de bio activateurs à base de ferments lactiques afin d'activer et régénérer la fertilité des sols.

L'ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL D'ALADDIN

Le fabricant d'abris de piscine Aladdin vient d'annoncer qu'il basculait la totalité de sa production en aluminium 100 % recyclé. Implantée dans des ateliers de près de 5 000 m² situés dans la zone de Courtine, la société avignonnaise est la première de son secteur à utiliser ce procédé de production.

De quoi réduire l'empreinte carbone de ses matériaux de 8,6 kg de CO₂/kg auparavant à 2,95 kg de CO₂/kg désormais.

C'EST LE MOMENT POUR CANDIDATER À LA 20^E ÉDITION DES TROPHÉES RSE PACA

En 2024, ce sera la 20^e édition des Trophées RSE (Responsabilité sociétale des entreprises) Provence-Alpes-Côte d'Azur. L'occasion pour les entreprises vaclusiennes de candidater à ce prix distinguant les acteurs du changement « qui contribuent, en première ligne, à la transition écologique et à la transformation sociale par le développement de nouvelles pratiques responsables, éthiques et inclusives ». En 2023, après avoir été sélectionnée lors du palmarès vaclusien, la société Lökki-Les Éleveurs de Bulles, micro-brasserie de boissons à base notamment de kombucha située à Cavaillon, avait ensuite figuré parmi les 6 lauréats régionaux en obtenant le 1^{er} prix des Transitions et de la RSE. Dans le même temps, l'entreprise cavaillonnaise industrielle Sterne, spécialisée dans la fabrication et la conception de pièce en élastomère et silicone, avait reçu le prix Coup de cœur RSE Vaucluse.

L'année précédente, c'est la chocolaterie Castelain à Châteauneuf-du-Pape qui avait été récompensée au niveau régional en se voyant attribuer le prix coup de cœur du jury Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Les entreprises ont jusqu'au mercredi 31 juillet pour déposer leur dossier de candidature (voir lien ci-dessous). Les lauréats vaclusiens seront récompensés lors d'une soirée de la RSE Vaucluse qui se tiendra dans le département à l'automne 2024 avant de concourir lors de la grande finale régionale qui se déroulera ensuite.



CANDIDATURE AUX
TROPHÉES DE LA RSE



BA 115 : RAFALE POUR L'EMPLOI D'ORANGE

Alors que la patrouille de France est venue inaugurer, début mai, la nouvelle piste rénovée de la BA 115 (Base aérienne) d'Orange (voir photo ci-dessus), le colonel Guillaume Deschamps a rappelé qu'avec l'arrivée des Rafale de l'Escadron de chasse 1/5 Vendée en juillet prochain, les effectifs du site vont compter 250 agents supplémentaires d'ici la fin de l'année 2025. Dans la foulée, l'atterrissage d'un second escadron de l'avion de combat omnirôle de Dassault d'ici 2028 devrait entraîner l'affectation de 200 autres

personnels supplémentaires de l'Armée de l'air et de l'espace. De quoi renforcer l'importance de la base en matière d'emploi sur ce territoire où elle représente déjà plus de 10 % des emplois du bassin de vie économique d'Orange. Pour rappel, plus de 180 M€ d'investissement ont été engagés sur les 317 hectares de la BA 115 afin d'accueillir les Rafale dont un appareil, au moins, sera prêt à décoller en cas d'alerte 24 heures sur 24 en quelques minutes seulement afin d'intervenir dans le ciel de l'Hexagone.



BANQUE : LA BP MED DÉVOILE SES RÉSULTATS EN VAUCLUSE

C'est le 15 mai dernier à Avignon que la Banque Populaire Méditerranée a dévoilé ses résultats annuels 2023. Devant plus de 550 sociétaires, Philippe Henri, président du conseil d'administration, et Sabine Calba, directrice générale de la BP Med, ont présenté les bilans commerciaux et financiers de l'établissement bancaire coopératif regroupant plus d'un demi-million de clients dans 9 départements du Sud de la France. En Vaucluse, la Banque Populaire Méditerranée compte 52 842 clients particuliers ainsi que 15 176 clients professionnels. Elle dispose de 23 agences dans le département où travaillent 251 collaborateurs. Sur l'exercice annuel, la Banque Populaire Méditerranée, qui a franchi le cap symbo-

lique des 200 000 sociétaires fin 2023, a annoncé 401,8 M€ de produit net bancaire (PNB), un résultat net de 64,6 M€ et 1,1 milliard d'euros de fonds propres. « En 2023, notre banque a confirmé son dynamisme et sa solidité, dans un environnement toujours plus complexe, s'est félicité Philippe Henri. Pendant que d'autres montraient une certaine frilosité, notre activité commerciale a été soutenue. Nous avons fait preuve d'audace en continuant à jouer pleinement notre rôle. » Même satisfaction pour Sabine Calba : « Notre force, c'est la confiance réciproque : celle du territoire dans la capacité de notre banque à l'accompagner, et celle de la banque dans la capacité du territoire à créer de la valeur. »

AUCHAN À LA DÉCOUVERTE DES PRODUCTEURS LOCAUX

Le groupe Auchan vient de boucler la 4^e édition de son opération nationale 'Tous aux champs, le tour' visant à emmener ses collaborateurs, ses clients et ses partenaires à la découverte des producteurs et agriculteurs locaux proposant le meilleur de nos terroirs. À cette occasion, cette tournée 2024 a fait étape le jeudi 30 mai au magasin du Pontet afin de faire découvrir les vins Pierre Chanau en Côtes du Rhône avec la Cave Villedieu, et le vendredi 31 mai au magasin Mistral 7 d'Avignon afin de mettre en avant le miel des Compagnons du miel à Bollène avec Naturalim.



C'EST LE BOUQUET AVEC FLORAJET

À l'occasion de la dernière fête des mères, l'entreprise vaclusienne Florajet, basée à Cabrières d'Aigues, a dévoilé pour la première fois une étude réalisée avec Opinionway sur les habitudes des Français lors de cette fête. « Près de la moitié des Français (48 %) choisissent de fêter les mamans avec des fleurs », constate Florajet, leader de la commande de fleurs en ligne en France. Désignée meilleur e-commerçant fleuriste de l'année 2024, l'entreprise vaclusienne a été créée par Philippe Lefrancq en 1992. Aujourd'hui, ce dernier a passé la main à sa fille Virginie Lefrancq depuis le début de l'année. En effet, cette dernière est la nouvelle directrice générale de l'entreprise familiale Florajet partenaire de plus de 4500 artisans fleuristes livrant 800 000 bouquets par an dans 110 pays dans le monde.

Chiffres clés Économie de la culture



Vaucluse (2023)*

+ de **180**
Festivals et événements
par an

+ de **100**
Musées, monuments
et sites de visites

9
Sites classés au patrimoine mondial
de l'humanité par l'UNESCO



Festival d'Avignon (2023)

43
Spectacles

35
Emplois à l'année

2
Expositions

300
Manifestations



Festival Off Avignon (2023)

1400
Compagnies

125
Compagnies étrangères

140
Lieux

124
Événements

1500
Spectacles

466
Créations

370
Premières à Avignon

177
Spectacles Jeune public

60 M€

Impact économique du Festival d'Avignon

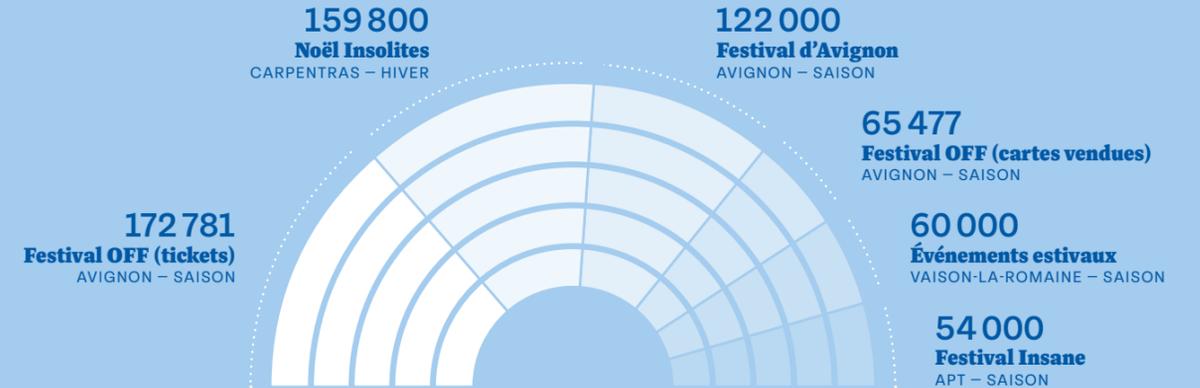
+ de **4000**

Établissements de l'économie créative

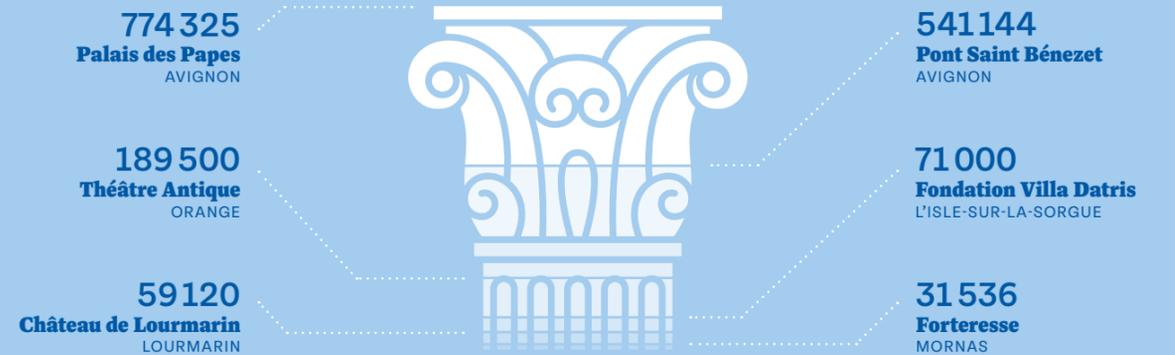


Nombre d'entrées

Événements



Monuments historiques



Musées et jardins



*Vaucluse Provence Attractivité – **Requien, Lapidaire, Calvet, Petit palais, Palais du Roure

Culture : gisement de richesse non délocalisable en Vaucluse

Théâtre, musique, opéra, cinéma, arts vivants, numérique, festivals... En Vaucluse, la culture a trouvé une terre fertile pour se développer. Pour autant, cela n'a pas toujours été une évidence et il aura fallu finalement longtemps pour que l'on se rende compte du poids économique de ce secteur qu'il ne faut surtout pas limiter à la seule animation destinée à attirer des touristes.

Par Laurent Garcia – Rédacteur en chef de l'Écho du Mardi

Culture et Économie, c'est l'éternelle opposition entre la cigale et la fourmi. D'un côté la futilité de la Culture face à des domaines plus nobles comme l'industrie, le commerce, les services, la banque, l'agro-alimentaire et bien d'autres... qui mériteraient davantage de considération. Car pour beaucoup, évoquer la Culture c'est parler d'émotion, de plaisir, de programmation, d'agenda, d'animation des territoires, de fréquentation...

En revanche, associer Culture et Économie devient un exercice moins flagrant, surtout pour des acteurs du monde économique qui ont tendance à vite considérer qu'il faut faire figurer les activités culturelles dans la colonne 'dépenses' plutôt que celle des 'recettes'. Les choses semblent toutefois avoir grandement évolué ces dernières années avec une prise de conscience du poids économique de la Culture. Même si on est encore loin de parler en PIB ou en CA, on raisonne tout de même maintenant plus facilement en retombées directes, indirectes, en retour sur investissement voir également en évaluation d'un capital 'marque' des territoires bénéficiant de l'image de ces activités culturelles.

PRISE DE CONSCIENCE PRÉCOCE EN VAUCLUSE

Il faut dire qu'en Vaucluse, il y a longtemps que l'on s'est rendu compte de l'impact économique que peut avoir la culture sur un territoire. Une prise de conscience que l'on pourrait presque officiellement dater de l'été 2003. Cette année-là, en raison du conflit des intermittents du spectacle, de la grève des artistes et des techniciens, la 57^e édition du festival d'Avignon est annulée. Une première dans l'histoire du 'In'.

« 70% des Français estiment que l'offre culturelle détermine l'attractivité d'un centre-ville »

Le choc est alors rude pour le monde économique local qui, à l'image d'une partie de la population locale, était alors prompt à fustiger la présence estivale de ces 'caraques'



dont on était bien content de se débarrasser à la fin du mois de juillet après avoir bien pris soin de leur vider les poches... Une certitude : à partir de 2003, et malgré les nuisances qu'il peut générer, nous n'avons plus entendu personne réclamer le départ du Festival d'Avignon.

Rebelote en 2020 avec une nouvelle annulation pour cause de Covid.

« Malheureusement, à cause de la pandémie, on a bien vu comment cette suppression a remis en valeur l'importance du festival au niveau économique, mais aussi au niveau de la vie de cette ville et de ses habitants », confirme Tiago Rodrigues, directeur du Festival d'Avignon.

Une bonne piqûre de rappel qui remémore à ceux qui voudraient oublier l'impact que la culture peut avoir sur notre département. Un territoire qui a la chance de disposer d'un maillage dense de manifestation culturelle.

UN CHAMPION DE LA 'FESTIVALISATION'

En Vaucluse, on dénombrait ainsi 151 festivals selon une étude publiée l'an dernier par le ministère de la Culture*. C'est autant que le nombre de communes du

département. Bien évidemment, il n'y pas un événement culturel de ce type dans chaque ville et village de Vaucluse, et certaines communes abritent plusieurs festivals, mais cela dénote le poids de l'enracinement local de la culture. En effet, le Vaucluse figure en 9^e position dans le top 10 des départements français pourvus en offre festivalière derrière les Bouches-du-Rhône, champion incontesté avec 305 festivals, Paris (298 festivals) et le Rhône (département et métropole de Lyon groupés avec 183 festivals). Mais comparative-ment, nous n'avons pas à rougir face à des départements voisins bien plus peuplés que nous talonnons de peu : le Var (193), les Alpes-Maritimes (179) et l'Hérault (154) notamment.

Il faut dire que le Vaucluse entretient une longue histoire avec les événements culturels d'envergure. Ainsi, avec le Festival de théâtre d'Avignon, créé en 1947, ou bien encore les Chorégies d'Orange pour l'opéra et la musique classique, créées en 1869 et relancées en 1971, le Vaucluse fait partie, là encore, du top 10 hexagonal des festivals ayant vu le jour avant 1980. Mieux : avec 10 festivals créés durant la décennie ●●●

↑ Le plus ancien festival lyrique au monde a vu le jour en 1869 dans le théâtre antique d'Orange. Après avoir été relancées au début des années 1970, les Chorégies d'Orange permettent, plus de 150 ans plus tard, à la cité des princes de faire partie des rares villes françaises dont le nom est immédiatement associé à une grande manifestation culturelle comme Cannes, Aix-en-Provence ou... Avignon.

*Cartographie nationale des festivals : entre l'éphémère et le permanent, une dynamique culturelle territoriale' d'Edwige Millery, Emmanuel Négrier, Stéphane Coursière.



↑ Dans le pays d'Apt, L'Insane festival a accueilli 55 000 spectateurs en 2023. De quoi générer 6,5 M€ de retombées économiques.

1990-2000, le Vaucluse apparaît à nouveau parmi les territoires les plus dynamiques en la matière derrière les Bouches-du-Rhône (22 festivals créés) et le Var (13), mais en faisant jeu égal avec l'Hérault (10). Selon l'étude du ministère de la Culture, Avignon et Orange font d'ailleurs partie des rares villes dont le nom est immédiatement associé à de grandes manifestations culturelles comme Aix-en-Provence, Cannes ou bien encore Paris. Une notoriété dont les retombées économiques sont difficiles à évaluer précisément, mais qui participent indéniablement à l'attractivité du territoire. Et pour ceux qui en doutent encore : le nouveau baromètre du centre-ville et des commerces (voir pages 18 à 21) rappellent que 70% des Français estiment que l'offre culturelle détermine l'attractivité d'un centre-ville. Ce qui pousse Gilbert Marcelli, président de la CCI, à marteler : « Plus qu'ailleurs, en Vaucluse, il faut mettre la culture au centre de nos villes, au centre de l'économie. »

Et de poursuivre dans son interview croisé avec le directeur du Festival d'Avignon (à lire en pages 14 à 17) « Celui qui n'a pas compris qu'il fallait lier la culture à l'économie, n'a rien compris au Vaucluse ».

LES VILLES DE VAUCLUSE N'HÉSITENT PAS À MISER SUR LA CULTURE

Une logique que l'on semble bien avoir comprise à Carpentras où la commune n'a pas hésité à développer les Noëls insolites, un festival de rue qui rapporte 3 fois plus de retombées que ce qu'y consacre la municipalité pour son organisation. Devant le succès, le concept sera repris en partie par Avignon. De son côté Carpentras vient à nouveau de miser sur la culture avec l'ouverture, en avril dernier, du deuxième plus grand Monument historique du Vaucluse : la bibliothèque-musée de l'Inguimbertaine dans l'Hôtel-Dieu entièrement réhabilité. Un pari réussi, pour ce concept inédit en France, avec près de 18 000 visiteurs pour son week-end d'inauguration.

Dans le pays d'Apt, on a misé plutôt sur la musique actuelle avec L'Insane festival qui a vu le jour en 2015 sur Avignon avant de rejoindre le Luberon à partir de 2018. Aujourd'hui, l'événement doit plutôt gérer une crise de croissance avec ses 55 000 spectateurs et ses 6,5 M€ de retombées économiques en 2023. Le festival ID-Ile sur la Barthelasse à Avignon entend prendre le même chemin du succès. Même les vigneron d'Inter-Rhône s'y mettent avec leur Live des Côtes-du-Rhône mêlant musique, foodtruck et dégustation sur le parvis du palais des papes avec un nouveau record de fréquentation à la clef en mai dernier (5 500 personnes présentes).

DES AMBITIONS EN CINÉMASCOPE

Autre secteur alliant culture et développement économique : le 7^e art. En effet, si le Vaucluse, département parmi les plus cinéphiles de France, est particulièrement bien achalandé en salles obscures (un nouveau cinéma vient d'ailleurs d'ouvrir à l'Isle-sur-la-Sorgue alors que la ville n'en comptait plus depuis près de 40 ans) il s'agit ici plutôt du domaine des tournages des films et autres productions audiovisuelles.

L'an dernier, la Commission du film Luberon-Vaucluse a accompagné 56 tournages ayant généré 288 journées de tournage dans le département. Concrètement, cette présence a débouché sur l'équivalent de 6 082 nuitées ainsi que l'emploi de 620 techniciens, artistes et figurants dans le Vaucluse. De quoi générer 7,28 M€ de retombées économiques locales grâce au tournage de ces fictions.

Une manne que le Vaucluse compte bien faire fructifier quand on sait que pour 1€ dépensé afin d'attirer ce type de tournage, cela rapporte 5€ pour un documentaire, 7,60€ pour un film et 12€ pour une série.

On comprend mieux alors pourquoi le Conseil départemental et VPA (Vaucluse Provence Attractivité), son bras armé chargé du développement économique, accompagnent le 'Plan stratégique du cinéma et audiovisuel' de la Région Sud afin d'implanter



de manière pérenne des studios de cinéma sur Avignon, probablement dans la zone de Courtine ou alors vers Agroparc.

UN SECTEUR INNOVANT

En Vaucluse, la culture sait aussi rimer avec innovation. Pour la nouvelle édition du Frames web vidéo festival à Avignon en avril dernier. Sorte de festival de Cannes des youtubers, l'événement a attiré plus de 500 vidéastes, producteurs, diffuseurs, médias lors des rencontres professionnelles qui se sont notamment déroulées au centre des congrès du palais des papes. À cela s'ajoute près de 2 000 participants aux différentes animations proposées dans plusieurs lieux d'Avignon mais surtout près d'un million de personnes qui ont suivi les activités diffusées en live sur le web. Avec au final, plus d'un milliard de nuitées et près de 700 000 € d'impact économique. Sans s'appesantir sur l'excellence de filière numérique locale déjà évoquée dans le premier numéro d'Acte, le magazine de la CCI de Vaucluse, le territoire regorge de pépites alliant innovation et culture. C'est ainsi le cas dans la cité des princes avec le spectacle de L'Odysée sonore du Théâtre antique d'Orange qui revient cette année pour une 2^e édition.

Le principe de cette première mondiale proposée par Edeis en charge de la gestion

culturelle du site ? Le public, équipé d'un casque audio spatialisé et géolocalisé permettant la diffusion d'un son binaural en trois dimensions, part durant 45 minutes à la découverte de la mythologie au travers de videomappings réalisés par intelligence artificielle et projetés par 25 vidéoprojecteurs. Une prouesse distinguée d'un Award de l'innovation 2024 dans le cadre du dernier CES (Consumer electronic show) de Las Vegas.

↑ Après les spectacles de rue des Noëls insolites, Carpentras mise à nouveau sur la culture avec la bibliothèque-musée de l'Inguimbertaine. Ce concept inédit en France est désormais le deuxième plus grand Monument historique du Vaucluse après le Palais des Papes à Avignon.

« Plus qu'ailleurs, en Vaucluse il faut mettre la culture au centre de nos villes, au centre de l'économie. »

GILBERT MARCELLI

On le constate, le Vaucluse ne manque pas de gisements de développement de ses activités culturelles qui, à l'inverse de beaucoup d'autres secteurs économiques, ont l'avantage d'être indélocalisables pour peu qu'on veuille à les préserver.

Culture & économie

« Le Festival, c'est aussi une entreprise »

Gilbert Marcelli
Président de la CCI de Vaucluse

Tiago Rodrigues
Directeur du Festival d'Avignon

Rencontre entre le monde économique et celui de la culture avec Tiago Rodrigues, directeur du Festival d'Avignon, et Gilbert Marcelli, président de la CCI de Vaucluse. Deux univers que tout semble opposer mais qui ont compris tout l'intérêt de travailler ensemble. Quand la CCI n'hésite pas à devenir la CCCI : la Chambre de commerce, de la culture et de l'industrie de Vaucluse.

Par Laurent Garcia – Rédacteur en chef de l'Écho du Mardi



Pendant longtemps, la culture a été perçue comme une dépense. Un secteur vivant de subventions et d'argent public servant avant tout à enrichir l'âme et animer les territoires plutôt qu'être rentable. C'est même un domaine que l'on a tendance à opposer au monde économique. Les choses ont cependant l'air d'évoluer ?

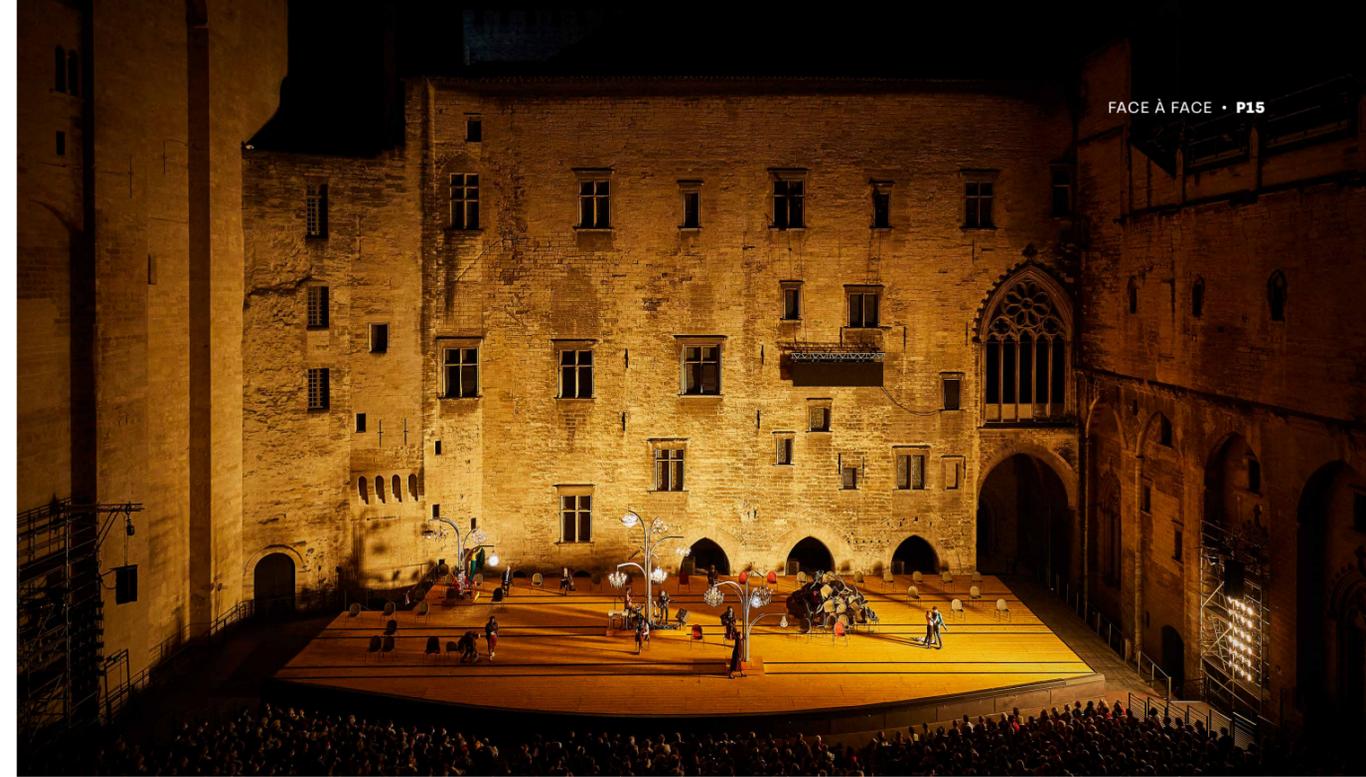
Tiago Rodrigues : « La Culture a besoin du soutien de l'aide publique. Pour le Festival d'Avignon c'est encore le cas, puisque l'Etat et les collectivités locales contribuent à hauteur de 55% aux 16M€ de son budget annuel. Mais le Festival, c'est aussi une entreprise qui doit trouver, chaque année près de 45% de financements propres, essentiellement par la billetterie. Nos recettes de billetterie ont d'ailleurs augmenté de 25% entre 2022 et 2023. Dans le même temps, nous avons aussi doublé le mécénat qui représente désormais 8% de nos recettes. »

Gilbert Marcelli : « C'est vrai qu'aujourd'hui, quand nous échangeons avec Tiago, nous avons l'impression de parler avec un chef d'entreprise. C'est un 'patron' avec des projets d'investissement et une vision stratégique du développement du festival qui va bien au-delà

de la 'simple' activité culturelle. C'est pour cela que nous sommes allés vers lui pour savoir ce que l'on pouvait faire ensemble. »

Le monde culturel peut pourtant afficher un sentiment de supériorité, voire de mépris, vis-à-vis du monde économique. Vous, Tiago Rodrigues, vous ne semblez pas avoir peur 'd'aller au contact' de cet univers ?

Tiago Rodrigues : « Effectivement, dès que l'opportunité se présente, je n'hésite pas à parler très directement aux acteurs du territoire, que ce soit le public, les acteurs culturels, les décideurs politiques et bien évidemment le monde économique. J'ai toujours essayé de concilier cette vision idéaliste et pragmatique car ce qui m'intéresse c'est de partager des valeurs. C'est le cœur du projet. Je suis le petit-fils d'un vendeur de fromage. Au Portugal, mon grand-père avait le soin de faire le meilleur 'deal' possible : pour lui, pour sa famille, pour son commerce, pour ses clients sans sacrifier sa passion du fromage. Il vendait quelque chose auquel il croyait. En tant que directeur, je ne suis pas là pour vendre, mais je comprends la dimension de négociation, la dimension économique d'une activité. Quand j'ai commencé à faire du théâtre à



21 ans, j'ai aussi débuté une carrière d'entrepreneur avec ma compagnie car il fallait payer les salaires des acteurs. »

Vous raisonnez donc en tant qu'entrepreneur ?

Tiago Rodrigues : « Bien sûr ! En arrivant au Festival d'Avignon, j'ai d'abord voulu comprendre comment s'organise cet événement qui irrigue ce territoire depuis presque 80 ans. Un Festival qui bénéficie d'un financement public en stagnation depuis très longtemps mais qui doit faire face à une hausse des charges. Donc, comme toutes les entreprises, lorsque les moyens restent les mêmes et que les charges augmentent, soit on affaiblit le Festival pour survivre, soit on cherche plus de moyens pour le développer. »

Gilbert Marcelli : « Ce que j'aime avec Tiago Rodrigues, c'est qu'il a le courage de mettre l'économie au cœur du festival. Il a noué un vrai dialogue avec les acteurs économiques du territoire. Il fait preuve d'ouverture et, comme la CCI de Vaucluse, il ne s'interdit aucun sujet. De notre côté, nous pouvons aussi l'accompagner pour lui amener de nouveaux partenaires et mécènes afin qu'il puisse développer 'son' festival, dans l'intérêt collectif de notre territoire dont Tiago à une vision plus ouverte en y intégrant notamment l'ensemble des intervenants socio-économiques dans un périmètre cohérent avec la réalité de notre bassin de vie. »

Le Festival d'Avignon serait donc aussi celui du Vaucluse et même de la Région Sud ?

Tiago Rodrigues : « Avec ces 60M€ de retombées, le festival est effectivement une des grandes manifestations économiques de ce département mais aussi de cette région.

Nous avons donc une responsabilité historique de faire fonctionner ce moteur économique local. Avec les JO, il aurait été ainsi plus confortable de raccourcir la durée du Festival. Eh bien Non ! Comme d'habitude, il durera plus de 3 semaines. Nous avons bien fait, puisqu'au niveau des réservations, le public, qui dépense 80% de son budget sur le territoire, a répondu présent et sera bien là pour les théâtres mais aussi les commerçants, les hôteliers, les restaurateurs... »

Gilbert Marcelli : « Il faut également rappeler que pendant la période estivale, le In c'est 750 personnes qui y travaillent dont 90% sont originaires du Vaucluse, du Gard et des Bouches-du-Rhône. Il ne faut donc pas résumer la culture à une simple fréquentation touristique. Effectivement, il y a les commerçants, les hôteliers, les restaurateurs, les activités culturelles, les services... mais il y a aussi les aménagements qui vont avec, les façades rénovées, une ville plus belle et accueillante. Cela créé aussi de la sécurité car il y a plus de présence. Au final, cela génère de l'attractivité car aujourd'hui le monde entier vient en Vaucluse grâce au Festival. Ensuite, si nous sommes bons nous avons toutes les cartes en main pour attirer des entreprises grâce à la qualité de vie que notre territoire à taille humaine pourra offrir à leurs salariés. »

La valeur économique d'Avignon, c'est aussi la renommée inestimable de sa 'marque' ?

Tiago Rodrigues : « Avignon est connu dans le monde entier. Cela n'a pas de prix ! Que ce soit un petit village de Patagonie, en Afrique-du-Sud ou à Reykjavik, je peux vous assurer que quand j'arrive dans ces lieux-là, s'il y a des gens qui font du théâtre et que je dis que je viens

↑ Si la Cour d'Honneur du Palais des Papes constitue le navire amiral du Festival, le plus grand événement de théâtre francophone du monde n'hésite pas à s'exporter alentour afin, notamment, de renouveler son public. « Nous veillons cependant à ne pas aller dans de nouveaux territoires sans approfondir au préalable le travail dans ceux où nous sommes déjà », insiste Tiago Rodrigues. En attendant en 2023, 15% des spectateurs ont assisté pour la première fois à une représentation du In lors du Festival d'Avignon.





↑ Quand la cigale devient fourmi ! Outre sa programmation artistique, le Festival c'est aussi près d'une quarantaine de permanents, 750 salariés en juillet (dont 90 % sont originaires du Vaucluse, du Gard et des Bouches-du-Rhône) et 60 M€ de retombées économiques non délocalisables sur le territoire.

d'Avignon, ils savent où c'est. Il n'y a pas beaucoup de villes de 90 000 habitants qui soient connues à l'échelle globale. Si on fait la comparaison entre le coût de la présence des Jeux Olympiques à Marseille, et ce que paye le territoire sur Avignon pour bénéficier du Festival et de ses retombées directes et indirectes, on sera ravi de découvrir qu'Avignon fait un deal beaucoup plus intéressant que Marseille en termes d'argent public ! »

« Celui qui n'a pas compris qu'il fallait lier la culture à l'économie, n'a rien compris au Vaucluse. »

GILBERT MARCELLI

Gilbert Marcelli : « Et cela ne se limite pas à Avignon. Il y a tout un bassin de vie, au-delà du Rhône et de la Durance, dans lequel le Festival essaime. Ce qui me plaît, c'est de mettre la culture au milieu de tout cela. De donner la possibilité aux gens de mettre en valeur notre territoire en les faisant ve-

nir chez nous. Ils voient les forces vives de notre territoire et de ses alentours : les entreprises, l'agroalimentaire, le vin, son accessibilité avec la gare TGV notamment... Quand on voit notre richesse culturelle et le patrimoine qui nous entourent, c'est évident que nous disposons d'une vraie vitrine pour attirer les entreprises et les garder. »

Tiago Rodrigues, à vous entendre parler, on a le sentiment que vous n'hésitez pas à considérer le spectateur comme un client d'une activité culturelle en mesure d'irriguer d'autres secteurs du territoire ?

Tiago Rodrigues : « Le festival d'Avignon ne m'appartient pas. Il appartient à ce territoire ainsi qu'aux générations de spectateurs qui s'y sont succédées. Pour moi, ils s'agit avant tout de proposer une 'expérience Festival'. Nous devons accompagner le public avant même qu'il prenne son billet et le raccompagner jusqu'à chez lui. Pourquoi croyez-vous que nous avons ouvert la billetterie plus tôt qu'auparavant. C'est pour que le public puisse réserver ses billets de transport le plus en avance possible afin de bénéficier des meilleurs prix. Nous avons aussi mis en place, en partenariat avec le Grand Avignon et la SNCF, des horaires de bus et des TER plus tardifs afin de permettre aux gens de rentrer plus facilement chez eux. L'idée c'est d'apporter des solutions de mobilité ainsi



que de réduire notre impact carbone. C'est de s'inscrire dans ce territoire sur la durée comme on l'a fait après l'incendie de la Montagnette à Barbentane (voir ci-dessus), c'est d'accueillir 7 000 personnes par an à la Fabrica ou de travailler à la création d'une filière de professionnels des arts vivants formés dans le cadre d'une charte éco-responsable. »

Gilbert Marcelli : « Nous soutenons pleinement cette démarche, cette dynamique qui consiste à prendre en compte la globalité d'une situation. Nous ne sommes pas là que pour faire du profit mais pour trouver des équilibres. Quand le Festival fait découvrir le théâtre à 5 000 jeunes de nos territoires, ce n'est pas quantifiable mais cela n'a pas de prix. Cette philosophie c'est ce qui nous anime : la notion de service public pour le Festival et celle d'utilité publique pour la CCI. »

Pour vous, économie et culture sont donc indissociables ?

Gilbert Marcelli : « Il est indispensable de lier la culture et l'économie. C'est pour cela que nous travaillons avec le In pour ima-

giner des choses sur notre campus ou que nous hébergeons RFI durant le Festival. Il faut s'ouvrir davantage. Et il ne faut pas se limiter au Festival d'Avignon et au théâtre. La culture c'est aussi la musique, le cinéma, la sculpture... c'est pour cela aussi que nous avons accueilli le festival de cinéma les Rencontres du Sud ou que nous commençons à abriter des expositions dans nos locaux.

« Faire la synthèse entre un modèle économique sain et la mission de service public du Festival. »

TIAGO RODRIGUES

Il faut mélanger la culture et l'économie, surtout dans nos territoires. La CCI en fait c'est la CCCI : la Chambre de commerce, de la culture et de l'industrie de Vaucluse. Je suis convaincu que celui qui n'a pas compris ça, n'a rien compris. Il n'a rien compris à Avignon, Il n'a rien compris au Vaucluse. Il n'a rien compris à notre région. »

Tiago Rodrigues : « Cette grande fête des arts vivant doit être aussi riche pour la population que le festival l'est pour tous les visiteurs, notamment les 11 mois restants de l'année. Notre ambition est de faire la synthèse entre un modèle économique sain et la mission de service public du Festival. »

✦ Plus de la moitié de la forêt de la Montagnette à Barbentane est partie en fumée lors de l'incendie de juillet 2022 alors que Tiago Rodrigues se préparait à prendre ses fonctions à la tête du Festival. « On s'en fiche de savoir que c'est un autre département, explique ce dernier C'est juste à côté ! Il y a eu une pluie de cendres sur la Cour d'honneur. Cela nous touche et donc on y va. » Depuis, le Festival a soutenu les initiatives de reboisement et y propose même des représentations.

↓ En revenant dans les carrières de Boulbon, le Festival d'Avignon fait le pari des grandes jauges afin de développer sa capacité d'autofinancement grâce au développement des recettes de billetterie. Le site propose ainsi près de 1 000 places dans le Nord des Bouches-du-Rhône, juste au Sud d'Avignon.





LE CŒUR DES VILLES BAT DANS LES COMMERCES DE VAUCLUSE

Avignon

Pour nos concitoyens, accessibilité, sécurité et propreté semblent être les vertus cardinales de l'attractivité des cœurs de ville. Des centres-villes, autrefois malmenés par les grandes enseignes périphériques et plus récemment par les géants de la vente en ligne, qui n'ont cependant pas dit leur dernier mot. Preuve en est, 'l'amour' que leur portent les Français qui sont de plus en plus nombreux à les fréquenter. Le début de la reconquête ?

Par Laurent Garcia
Rédacteur en chef de l'Écho du Mardi

Les 22 et 23 mai derniers, Avignon est devenu le cœur des centres-villes de France en accueillant au centre des congrès du palais des papes les 18^e Assises nationales du centre-ville. Organisé par l'association Centre-ville en mouvement l'événement réunit chaque année des centaines d'élus venus de toute la France, mais aussi des managers de centre-ville, des représentants des chambres consulaires ainsi que les principaux acteurs du centre-ville et du commerce. L'occasion de dévoiler le baromètre du centre-ville et des commerces qui dresse un état des lieux de l'attractivité de nos cœurs de ville.

LES FRANÇAIS AIMENT LES CENTRES-VILLES

Bonne nouvelle, nos centres-villes sont plus attractifs cette année que l'an dernier. En 2024, 72% des Français déclarent s'y rendre au moins une fois par semaine contre 70% en 2023. C'est la part la plus haute depuis que ce baromètre a été initié depuis 2016. Ce sont les cadres et les jeunes qui sont les plus attachés aux centres-villes. Les habitants des villes inscrites dans le dispositif Action Cœur de ville (ACV), dont font partie Avignon, Carpentras, Cavaillon (voir encadré) ainsi que Arles et Tarascon, y sont encore plus attachés que le reste de la population puisque cette part s'élève à 76% (en augmentation de 10 points en 4 ans).

Fort logiquement, 64% des français déclarent aussi leur attachement aux centres-villes en 2024. Un chiffre en hausse puisqu'ils n'étaient que 61% en 2023. On constate cependant des différences importantes au sein des villes moyennes puisqu'ils sont 78% dans

les communes de 100 000 habitants, mais à peine 57% dans celles de moins de 50 000 habitants. Effet Action cœur de ville oblige, ils y sont encore davantage attachés (70%) dans les communes ayant mis en œuvre le dispositif.

ACCESSIBILITÉ, SÉCURITÉ ET PROPRETÉ POUR MIEUX LUTTER CONTRE LE 'DÉCLINISME'

Tout n'est cependant pas si rose puisque l'étude observe également la persistance d'un fort sentiment de déclinisme. Ils sont 40% à estimer que le centre-ville qu'ils fréquentent est plutôt sur le déclin sur les 10 dernières années. Un chiffre qui s'est envolé de 10 points depuis 2016.

Ce sentiment est plus marqué dans les communes rurales (51%) ainsi qu'auprès des retraités (49%). Inversement à tous les autres chiffres jusque là cités, ce sentiment de déclinisme est étrangement plus fort dans les villes estampillées ACV (46%), même s'il est en baisse de 12 points depuis 2020.

Pour contrer ce phénomène, l'offre des commerces, la sécurité, l'accessibilité (stationnement et les transports en commun), le cadre et la propreté sont les domaines à traiter prioritairement par les usagers des centres-villes afin d'en renforcer l'attractivité.

« L'image d'une ville dépend étroitement de son niveau de sûreté et de propreté », rappelait d'ailleurs Gilbert Marcelli, le président de la CCI de Vaucluse lors de la signature d'un nouveau partenariat avec l'association Centre-ville en mouvement lors de ces 18^e Assises.

LES MAIRES EN PREMIÈRE LIGNE

« Ces thématiques sont effectivement très importantes si l'on souhaite que les cœurs de ville restent attractifs », confirme Nordine Saihi, membre du bureau de la CCI de Vaucluse, président de l'U2P et de l'association des commerçants 'Groupement Commercial et Artisanal du Pays d'Apt Luberon'. Il rajoute : « Le centre-ville c'est notre outil de travail. C'est un centre commercial à ciel ouvert. Il est donc important que nos villes soient propres, accessibles et sûres. »

« Nos clients et nos visiteurs doivent pouvoir se promener dans nos centres-villes en toute sécurité sans être importunés par la marginalité ou la délinquance », insiste le président de la CCI de Vaucluse. Autant de domaines dans lesquels les commerçants n'ont pas forcément la main. C'est pour cela que ces derniers préconisent une concertation avec les élus et tout particulièrement les maires.

Cela tombe bien puisque le 9^e baromètre du centre-ville et des commerces fait aussi apparaître que le maire et son conseil municipal sont en première position (63%) pour agir sur la modernisation des centres-villes. Ils devancent les commerçants de proximité (44%), les citoyens (34%), les associations locales (31%) et les entreprises locales (24%). C'est donc prioritairement à eux, que les Français font confiance pour revitaliser les centres-villes.

« C'est vrai que le maire et son conseil municipal sont en première ligne de l'attractivité de la ville », confirme Cécile Helle, maire d'Avignon.

Pas étonnant alors que ce soit sous l'impulsion de leurs élus que les principales villes du département se soient inscrites dans la dynamique des dispositifs Action cœur de ville mais aussi Petites villes de demain (15 villes) et Villages d'avenir (22 villages) davantage destinés aux plus petites communes (voir ci-après).

TRAVAILLER EN TOTALE CONCERTATION

« Si c'est aux villes d'aménager les rues et de les nettoyer, reconnaît Nordine Saihi, nous, nous sommes là pour faire remonter des solutions opérationnelles auprès d'élus à l'écoute des problématiques concrètes. Aujourd'hui, on ne peut pas faire l'un sans l'autre. C'est pour cela qu'il faut s'appuyer sur une solide concertation afin de travailler ensemble grâce à une relation élus-commerçants permanente. »

« S'il ne faut pas oublier le rôle majeur des associations de commerçants, qu'elles soient sédentaires ou non-sédentaires ainsi que les managers de centre-ville, qui ont un rôle majeur à jouer dans la dynamisation de nos centres, le renforcement du dialogue avec interlocuteurs privilégiés que sont les maires et les élus est indispensable », complète Gilbert Marcelli.

« Nous sommes tous concernés par le commerce de centre-ville »

Gilbert Marcelli



Carpentras

« Le centre-ville c'est notre outil de travail, »

Nordine Saihi



Lourmarin

TOURISME : LE MIROIR AUX ALOUETTES ?

« Si les centres-villes sont accueillants pour les habitants, ils le seront pour les commerçants mais aussi pour les touristes », poursuit Nordine Saihi qui tempère cependant : « Même si nous sommes dans un département extrêmement touristique, il faut mettre l'habitant au centre de tout. Il faut être très vigilant avec ceux qui vivent ici car si c'est accueillant pour les habitants, ça l'est pour les touristes. Par contre, si c'est trop accueillant pour les touristes, ça ne l'est pas forcément pour les habitants. »

Ce sont ces raisons qui incitent notamment le président de la CCI de Vaucluse à dénoncer la 'sur-présence' de l'offre des plateformes de location touristique sur le territoire : « Il faudra bien en venir également à réglementer plus sérieusement les activités locales types Airbnb qui concurrencent déloyalement nos hôteliers et qui contribuent à faire de nos centres-villes, aux mieux des parcs naturels, au pire des réserves. »

La maire d'Avignon alerte d'ailleurs sur l'impact de ces meublés touristiques qui « contribuent à la pénurie de logements » tout en transformant le profil de l'activité

dans les centres au détriment des activités commerciales traditionnelles destinées aux habitants et au profit des enseignes de plats à emporter notamment.

UN ACTE CITOYEN MAIS À QUEL PRIX ?

Pour beaucoup de nos concitoyens (83%), faire ses achats en centre-ville est cependant encore perçu comme un acte citoyen. « Le Covid a agit comme un électrochoc, rappelle Nordine Saihi. Il y a eu un véritable engouement pour la proximité. Cela a permis de faire émerger des services. Que ce soit les élus, les commerçants ou les citoyens, on a alors réalisé que nous avions besoin les uns des autres. »

Toutefois, ce sentiment de citoyenneté est en perte de vitesse (-6% par rapport à l'année dernière). L'inflation et la baisse du pouvoir d'achat sont certainement passées par là puisque 62% des Français considèrent que le prix est le principal obstacle à leurs achats en centre-ville.

L'ACHAT PLAISIR VS L'ACHAT UTILE

Le principal atout de centres-villes semble néanmoins résider dans la qualité de son cadre. « Personne ne se dit : 'chouette je vais prendre mon caddie pour aller faire mes courses au supermarché, explique Nordine Saihi. Par contre, les gens ont plaisir à aller au marché, aux halles, faire les boutiques ou aller en terrasse ». Ainsi, 92% des Français apprécient les halles gourmandes et près d'un sur deux considère qu'une promenade dans un centre-ville est plus propice à un achat spontané. À l'inverse, les centres commerciaux de périphérie sont plébiscités pour les achats courants (72%), principalement pour les facilités de stationnement et les prix.

C'est certainement aussi parce que la qualité de vie est un des éléments fondamentaux de l'attractivité des centres-villes que 70% des Français estiment que l'offre culturelle est une priorité afin de renforcer leur attractivité. Un pourcentage qui s'élève même à 76% chez les moins de 35 ans et 77% pour les cadres. De quoi rappeler l'impact de la culture sur l'activité économique (voir dossier p10 à 13 et Face à face des p14 à 17).

LA CCI EN MODE SOLUTION

« La CCI se mobilise pour soutenir le commerce vauclusien », rappelle Gilbert Marcelli. Elle déploie actuellement un nouveau dispositif de chèques cadeaux Horizon commerce destiné à favoriser le commerce de proximité (voir p.21). Un outil présenté et déployé ces dernières semaines à Sorgues, Lourmarin, Entraigues, Pertuis, La Tour d'Aigues, l'Isle-sur-la-Sorgue ou bien encore Carpentras. L'organisme consulaire met également en place, en partenariat avec le Réseau Initiative Terre de Vaucluse, des boutiques test à Bollène et à Monteux. La CCI 84 est aussi présente aux côtés du Pays d'Apt Luberon, de la Communauté Territoriale Sud Luberon et de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Région Provence-Alpes-Côte d'Azur dans le cadre de l'opération régionale 'Eco-défis des commerçants et des artisans' destinée à dynamiser l'économie de proximité sous l'angle du développement durable.

Enfin, après la première édition de 'La nuit du commerce' qui s'est tenue en décembre dernier à Lacoste, la CCI de Vaucluse 'récidive' le 4 juillet 2024 à 19h30 au Château de Massillan à Uchaux avec une soirée Business et tendances pour les commerçants et décideurs du Haut Vaucluse.



Cœurs de ville

En Vaucluse, les communes d'Avignon, Carpentras et Cavillon bénéficient du dispositif Action Cœur de ville lancé en mars 2018 et prolongé jusqu'en 2026. Dans ce cadre, elles ont obtenu, au même titre que les 244 villes intermédiaires structurant le territoire national retenues par l'ANCT (Agence Nationale de la Cohésion des Territoires), des aides aux investissements afin de revitaliser les centres-villes.



Villages d'avenir

Ansouis, Beaumont-du-Ventoux, Bédoin, Cabrières-d'Aigues, Cabrières d'Avignon, Caromb, Crillon-le-Brave, Fontaine-de-Vaucluse, Lagarde-Paréol, Le Barroux, Saint-Christol, Saint-Didier, Sainte-Cécile-les-Vignes, Sérignan-du-Comtat, Travaillan, Uchaux, Vacqueyras, Venasque, Viens, Villelaure, Villes-sur-Auzon et Violès sont les 22 communes vauclusiennes choisies en décembre 2023 dans le cadre de la première vague de la labellisation 'Villages d'Avenir'. Ce programme vise à soutenir le développement de leurs projets et revitaliser la vie rurale.



Petites villes de demain

Le Vaucluse comte 15 Petites villes de demain. Ce 'label' est destiné aux communes de moins de 20 000 habitants souhaitant renforcer leur statut de villes attractives en améliorant leur qualité de vie ainsi que dans les territoires ruraux alentours. Il s'agit d'Apt, Aubignan, Bollène, Cadenet, l'Isle-sur-la-Sorgue, Malaucène, Mazan, Mirabeau, Monteux, Pernes-les-Fontaines, Sault, Sorgues, La Tour d'Aigues, Vaison-la-Romaine et Valréas.



Sorgues



La Tour d'Aigues



Pertuis

Des chèques cadeaux pour favoriser le commerce de proximité

Afin d'augmenter le chiffre d'affaires des commerces de proximité, la CCI de Vaucluse, avec le soutien de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat et de la Chambre d'Agriculture, a lancé les chèques cadeaux 'CCI Horizon Commerce'.

Achetés par les entreprises et les collectivités pour être offerts à leurs collaborateurs, notamment à l'occasion des fêtes de fin d'année, ces chèques cadeaux sont valables dans les commerces et services de proximité du département. Le dispositif a été présenté aux associations de commerçants et commerces du département au cours d'une grande tournée des territoires qui a débuté le 24 mai à Sorgues. C'est à bord du tout nouvel ID. Buzz, fruit d'un partenariat avec le concessionnaire BYmyCAR Volkswagen, que les équipes ont sillonné le département et présenté les atouts de cette opération.

RÉCOMPENSER SES SALARIÉS

Pour les entreprises, les chèques cadeaux permettent de récompenser leurs salariés en leur offrant du pouvoir d'achat supplémentaire, exonéré d'impôts sur le revenu, auprès d'un large choix de commerces de proximité, proches de leur lieu de travail ou de leur domicile. C'est une offre souple et économique, à 0% de charges sociales, de charges fiscales et d'impôts, sans montant minimum de commande, ni frais de traitement.

UN DISPOSITIF GRATUIT POUR LES COMMERÇANTS

Pour accepter les chèques Horizon Commerce de la CCI de Vaucluse, le commerçant doit adhérer à une association de commerçants du Vaucluse, signer une convention de partenariat avec la CCI de Vaucluse et arborer la vitrophonie 'Chèques cadeaux Horizon Commerce' sur sa vitrine. Ce dispositif est bien évidemment gratuit pour les commerçants.

Pour toute information :

Katia Icard
DIRECTRICE RELATIONS AUX ENTREPRISES
ET AUX TERRITOIRES
04 90 14 10 32



Voir la vidéo
Lancement des chèques cadeaux

Les Jeux Olympiques, un moteur pour le sport dans le Vaucluse ?



Si le Vaucluse est indéniablement un département de culture, ses ambitions sportives n'ont pas souvent été transformées. Avec la labellisation « Terre de Jeux » et quatre sites retenus comme Centres de Préparation aux Jeux, le territoire a l'occasion de rayonner à l'international.

Après le passage de la flamme olympique dans le Vaucluse, les Jeux Olympiques et Paralympiques commencent à devenir concrets pour les habitants. Le département a la chance de participer au succès de futurs champions grâce à la labellisation « Terre de Jeux » et à ses quatre Centres de Préparation aux Jeux. Et pour accueillir les athlètes olympiques comme il se doit, les grands moyens ont été déployés.

UN EXEMPLE D'INVESTISSEMENT PRIVÉ-PUBLIC

Grâce au soutien du Département du Vaucluse (45 000 €), de la Région Sud (30 000 €), de l'Agence nationale du Sport (53 000 €), du club de BMX (21 500 €) et de sponsors privés (10 000 €), la piste est équipée d'une butte de départ haute de huit mètres, avec grille de départ électrique et revêtement de sol antidérapant. De quoi attirer les plus grands de la discipline, notamment le Suisse Simon Macquart et le champion olympique hollandais Niek Kimman, habitués de la piste sarriannaise.



Le rayonnement du club de BMX de Sarriens à l'international est également dû à l'implication de son dirigeant, Stéphane Garcia. « Nous avons trouvé la bonne formule pour faire de Sarriens un spot d'excellence du BMX, affirme-t-il. Il faut aller chercher les meilleurs pour offrir la meilleure prestation. Les meilleurs sportifs nationaux et internationaux sont chez nous. Nous organisons des événements mondiaux et sommes très médiatisés, cela attire forcément les regards. Mais la difficulté reste de séduire les partenaires régionaux. Nos sponsors principaux sont italiens, hollandais, américains et allemands.

L'aide de nos entreprises locales partenaires représente 5% de notre budget. 70% vient de nos fonds propres (animations, compétitions, stages, locations de piste). Et le reste des collectivités ».

QUATRE CENTRES DE PRÉPARATION AUX JEUX

À Montoux, la salle d'escrime labellisée CPJ bénéficie de onze pistes électroniques dont six pour la compétition tandis que la salle d'haltérophilie est dotée depuis 2023 d'un espace d'entraînement supplémentaire et d'une table de massage dans la nouvelle mezzanine. À Avignon, les Halles sportives Géricoud accueilleront en juillet l'équipe masculine de gymnastique artistique du Canada pour préparer les épreuves de saut ou de cheval d'arçons aux Jeux Olympiques de Paris 2024. Outre les appareils de musculation et de cardiotraining, ce CPJ possède une salle de réunion sonorisée, un cabinet médical et de soins, une salle de repos et des patios pour la restauration. « Les Halles Géricoud ont séduit le Comité olympique par leur caractère unique en France : elles allient la culture avec les arts du cirque, et le sport, avec une halle gymnique traditionnelle et une halle urbaine dédiée à 14 disciplines dont la gymparkour, le freestyle, le freerunning..., décrit Laurent Michelier, directeur de structure et projets de l'ANT Gym Avignon, la plus ancienne association sportive avignonnaise. Pour notre club, cela permet de créer des passerelles entre les disciplines et de faire rayonner Avignon en France et à l'international. Le centre a ainsi accueilli de nombreux stages d'équipes internationales : tchèque, canadienne, lituanienne, espagnole, belge, suisse, allemande... ». Dernier Centre de préparation aux Jeux, le village de Sarriens est doté désormais d'une piste de BMX aux normes olympiques.

LE SPORT, PUISSANT VECTEUR DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

Pour le Vaucluse, les quatre centres de préparation aux Jeux Olympiques offrent non seulement une visibilité internationale au territoire mais aussi des retombées économiques non négligeables. Selon les chiffres du Département, 1€ investi génère 10 à 11€ de retombées pour le territoire. C'est pourquoi le Conseil départemental a apporté 1 600 000 € aux quelque 350 associations sportives locales et voté un programme de rénovations des équipements sportifs dans les communes (stades, gymnases, terrains extérieurs, piscines, préaux) d'un montant de 4 millions d'euros.

Mais l'intérêt d'investir sur le sport n'est pas seulement économique. Au croisement des politiques en matière d'éducation, d'insertion, de santé, le sport représente un enjeu central pour la société. Il évoque des valeurs essentielles comme la performance, le partage, la convivialité, la réussite collective et le vivre ensemble. Autant de raisons qui justifient l'implication des collectivités et des entreprises dans ce domaine. Cet investissement sera-t-il gage d'espoir et de transformation pour le Vaucluse ? L'avenir nous le dira.

EN DEHORS DES JO, DE NOUVEAUX SPORTS DE NICHE SE DÉVELOPPENT



Moins suivis et moins médiatisés, les sports de niche sont en plein développement, à l'instar du padel ou du moto-ball. Cette activité, hybride du football et de la moto, est née dans les années 1920 en Angleterre et s'est exportée en France dix ans plus tard. Bien que la discipline soit tombée en désuétude dans une grande partie de la France, elle compte encore 12 clubs dans l'Hexagone, dont la moitié dans le Vaucluse, à Camaret, Robion, Carpentras, Valréas, Montoux et Bollène. Pourquoi un tel engouement dans le département ? « À l'inverse de nombreuses régions françaises, nous avons su conserver nos clubs et transmettre notre passion aux jeunes générations, explique Christophe Bartolo, président du moto-ball de Carpentras, club vainqueur de la coupe de France en 2023, 2021 et 2018 et champion de France 2017. C'est un sport collectif avec une connotation mécanique très importante. Le Vaucluse compte environ 300 licenciés et chaque club comprend au moins une équipe junior ». De quoi assurer la relève pour les prochaines années.

LE SPORT EN VAUCLUSE Chiffres clés

67 100

licenciés en Vaucluse en 2022
(source Insee — 113 000 en 2016/2017)

1 400

Près de 1 400 clubs, soit environ 11% des clubs en Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur

0,3

équipement pour 100 habitants : le taux d'équipements sportifs se situe dans la moyenne de la Région Sud PACA

WINWINSPORTS, LA PLATEFORME QUI RAPPROCHE ENTREPRISES ET CLUBS SPORTIFS

Les clubs sportifs rencontrent souvent des difficultés à établir des partenariats avec les entreprises locales. C'est devant ce constat qu'Alexandre Allain, responsable des partenariats pour le club de rugby SUC XV de Cavaillon, a eu l'idée de créer une plateforme digitale innovante : WinWinSports. Avec son associé Olivier Alquié, ils ont mis en place un programme qui permet aux entreprises de répondre aux enjeux de la RSE (Responsabilité sociétale des entreprises) tout en contribuant au rééquipement des clubs. « Lorsqu'une entreprise finance WinWinSports, elle choisit un club sportif pour lequel nous déployons un programme de quatre actions : la fidélisation des adhérents qui profitent de ré-

ductions chez les entreprises partenaires ; la digitalisation du partenariat, ce qui permet d'éviter la fabrication de bâches ou de panneaux PVC, peu écologiques ; la sensibilisation à un sport responsable des clubs vers les licenciés et l'allocation d'un budget de matériel sportif pour les clubs ». Ainsi, en devenant mécènes, les entreprises donnent du sens à leur financement tout en bénéficiant de la traçabilité et de la transparence nécessaires pour leur rapport d'impact RSE. Depuis sa mise en place il y a six mois, la plateforme a séduit 70 entreprises partenaires et aidé 80 associations sportives.

win-win-sports.com



Interview avec
Younès Khattabi

Rugby : Younès veut faire rêver le Vaucluse

À la tête depuis deux ans du club de rugby à XIII Sporting Olympique Avignon, Younès Khattabi veut faire évoluer son équipe en Super League anglaise. Il nous parle de ses ambitions et des forces du département dans le domaine sportif.

Quels sont les atouts du rugby à XIII en Avignon ?

Il existe un vrai terroir de rugby à XIII à Avignon. Le SOA a 108 ans ! Nous avons un stade de 15 000 places qui n'est pas utilisé à sa juste valeur, beaucoup de restaurants et d'hôtels pour accueillir les supporters anglais et des aéroports (Nîmes, Montpellier, Marseille) très bien positionnés. Enfin, de très bons joueurs sortent d'Avignon pour jouer en Angleterre, aux Dragons catalans ou à Toulouse.

Quelles sont vos chances de parvenir à atteindre la Super League ?

Lorsque j'ai fait connaître mon projet aux politiques il y a deux ans, ils m'ont pris pour un doux rêveur. Aujourd'hui, nous avons trouvé un investisseur français prêt à nous accompagner sur la partie billetterie et sur l'amélioration du stade. Nous avons un club de Super League anglais (Hull KR dans le Yorkshire) qui veut investir sur Avignon et faire venir ses supporters chez nous... On pourrait même ouvrir une ligne aérienne Avignon-Manchester et créer des synergies entre les deux clubs dans le tourisme et le sport. Nous sommes très actifs dans la vie de la ville. Notre club a la chance

d'avoir une équipe XIII fauteuil qui fonctionne très bien, avec quatre internationaux. Nous sommes présents dans les quartiers prioritaires, dans les écoles... Nous avons déjà validé une convention avec une délégation anglaise.

Qu'est-ce que cela changerait pour la ville et le département ?

Nous pourrions être le poumon de la ville, être reconnu internationalement, comme le pont d'Avignon ! On aurait un lieu de vie, une industrie. Cela aurait un impact économique positif sur la ville car les Anglais se déplacent nombreux pour soutenir leurs équipes. L'hôtellerie et la restauration en ressentiraient les bienfaits. Et les jeunes des quartiers seraient motivés pour apprendre l'anglais en vue d'aller jouer en Angleterre...

Selon vous, que manque-t-il au Vaucluse pour être reconnu dans le domaine sportif ?

Il manque une ferveur autour des clubs sportifs. Ce n'est pas normal qu'Avignon n'ait pas de club de sport à très haut niveau. En ce qui concerne le SOA XIII, tous les feux sont au vert pour réussir.

Nos entreprises à suivre



LA MÈRE GERMAINE – CHÂTEAUNEUF-DU-PAPE

La Mère Germaine booste Châteauneuf-du-Pape

En cinq ans, le couple Isabelle et Arnaud Strasser a entrepris de redynamiser l'institution centenaire La Mère Germaine à Châteauneuf-du-Pape autour de laquelle gravitent désormais un restaurant bistronomique, un hôtel, quatre domaines viticoles et cinq caves. Focus sur cette ascension fulgurante.

Quand l'adolescent Arnaud Strasser a découvert le Vaucluse en voyage avec son père, il ne se doutait pas y revenir en tant qu'entrepreneur quarante ans plus tard. Cet énarque, ex-dirigeant du groupe Casino, a d'abord été conquis par le domaine viticole de la Pousterle dans le sud du Luberon qu'il

acquiert en 2016 avec son épouse Isabelle, ex-enseignante de français. En 2019, c'est en déjeunant à La Mère Germaine qu'il découvre que le restaurant est en vente et décide de l'acquérir.

Cette institution culinaire de Châteauneuf-du-Pape créée en 1922 par Germaine Vion, ancienne cuisinière de la présidence de la République, a vu passer des hôtes prestigieux tels que Fernandel, Jean Gabin, Raimu ou Mistinguett. Le couple Strasser entreprend de lui redonner son lustre d'antan avec une rénovation complète. Un an plus tard, en 2021, le restaurant obtient sa première étoile au guide Michelin.

UN PÔLE À CINQ ENTITÉS

L'aventure ne s'arrête pas là. Cette même année ouvre Le Comptoir de la Mère Germaine, la déclinaison bistronomique de La Mère Germaine, à cent mètres. Un nouvel établissement qui propose quatre ambiances : un comptoir avec cuisine ouverte et rôtissoire, un bar, une brasserie et une terrasse dominant les vignes. En 2022, le pôle s'agrandit avec la création de l'hôtel La Mère Germaine au cœur du village, composé de douze chambres et suites et d'un espace détente avec spa en libre accès. Dernière ouverture en date : la boutique Au Bonheur de la Mère Germaine, qui vend les vins et huiles d'olive des domaines Strasser.



UNE OFFRE POUR LES ENTREPRISES LOCALES

« Nous voulons retrouver l'idée originelle de La Mère Germaine, qui représentait une halte pour les touristes descendant dans le sud de la France, explique Arnaud Strasser. L'idée est d'offrir à nos clients une « expérience » : en s'arrêtant à Châteauneuf-du-Pape, on peut séjourner à l'hôtel 4 étoiles, déjeuner à la table étoilée La Mère Germaine ou au Comptoir de La Mère Germaine, visiter nos domaines viticoles, déguster les vins et les acheter à la boutique ». Le couple entend également démocratiser sa table étoilée, avec un prix d'appel à 62 € pour le menu étoilé en basse saison. « La Mère Germaine n'est pas un restaurant guindé, souligne Isabelle. Les entreprises locales sont d'ailleurs les bienvenues pour des déjeuners, diners d'affaires ou des séminaires. Nous disposons d'une salle de séminaire pour 18 personnes et allons en ouvrir une autre pour 25-30 personnes cet automne. Notre restaurant est ouvert à tous, toute l'année ». Si 2024 est l'année de la consolidation pour le couple d'entrepreneurs, il mise aussi sur le partenariat avec le Campus de la CCI de Vaucluse pour combler les postes vacants à la fois en restauration, hôtellerie, dans les vignobles et les caveaux de vente.



Voir
l'interview
en vidéo



LIBÈRE THÉS SENS – ROBION

Libère Thés Sens, le salon de thé tourné vers le bien-être

Pour un moment de détente à Robion, une seule destination : le salon de thé Libère Thés Sens ! Valérie Wark et Michaël Zonfrillo proposent un panel d'activités qui valorisent l'artisanat local.

Ouvert depuis juillet 2023, Libère Thés Sens est bien plus qu'un salon de thé. Bien sûr, on peut y venir pour déguster un bon café, du chocolat chaud ou du thé. Il faut d'ailleurs goûter aux délicieux biscuits sans gluten (cookies, brownies, financiers et cakes) concoctés par Valérie et aux glaces laitières et végétales. Mais l'établissement est aussi un lieu d'échanges et de partage autour de nombreuses rencontres : ateliers sophrologie, massages énergétiques, réflexologie, cosmétiques maison, concerts, lectures, dédicaces, scrabble... « Nous aimons mettre en valeur l'humain et le relationnel, explique Valérie. C'est pourquoi nous voulons favoriser les rencontres à travers ces diverses activités ».

DE BONS PRODUITS RÉGIONAUX ET NATURELS

Le salon de thé comprend également une partie boutique centrée sur les artisans locaux : un chocolatier de Cabrières-du-Gard, les thés Maison Bourgeois de Salon-de-Provence, le café Sarmiento, torréfacteur de l'Isle-sur-la-Sorgue, les sirops Papilles et Provence de Pernes-les-Fontaines, et des idées cadeaux fabriqués localement comme les bougies de Robion, composées de cire de soja et d'arôme naturel, ou des savons au lait de chèvre ou au lait de jument. Des articles à retrouver du mardi au dimanche, 25 place Saint-Roch, à Robion.

MAISON 1909 – MONTFAVET

Maison 1909 : des rideaux made in Vaucluse

Après son arrière-grand-père, sa grand-tante et sa mère, Amélie Ricard perpétue le savoir-faire familial des rideaux en perles de buis en faisant vivre Maison 1909 à Montfavet depuis plus d'un siècle. Rencontre.

Ils font partie du patrimoine provençal au même titre que les santons, la lavande ou l'huile d'olive. Les rideaux en perles de buis de Maison 1909 ornent les portes des maisons provençales pour protéger les intérieurs à la fois des grosses chaleurs de l'été mais aussi des mouches, guêpes et moustiques. Des rideaux qui tintent joliment lorsque les perles s'entrechoquent au gré du vent, indiquant au commerçant qu'un client vient d'entrer dans sa boutique... Si ces rideaux nous plongent dans le passé, ils sont pourtant toujours au goût du jour grâce à la descendance d'Émile Reboul, ancien bottier reconverti dans la confection de rideaux en 1909. Quatre générations plus tard, son arrière-petite fille Amélie Ricard est la gardienne de l'âme des rideaux en bois de buis. « J'y ai apporté un brin de modernité car désormais ces rideaux décorent également des meubles et des luminaires, précise-t-elle. J'équipe beaucoup de restaurants et d'hôtels, en Australie, à Dubaï, aux États-Unis... Nous travaillons avec des maisons de prêt-à-porter, sur la scénographie des boutiques par exemple ».

DU BUIS AU CHARME

Le buis étant victime d'un insecte dévastateur, la pyrale du buis, l'entreprise travaille désormais le charme pour laisser au buis le temps de se régénérer. « Je ne souhaite pas chercher du buis à l'international, je préfère le choisir français, ajoute Amélie. C'est pourquoi, j'ai préféré le remplacer par du charme qui possède les mêmes propriétés que le buis, et n'enlève en rien la solidité du rideau. Seule la sonorité est plus feutrée, moins aiguë ». Maison 1909, qui compte actuellement deux employés, cherche à recruter d'ici septembre cinq à six personnes en situation de handicap ou des préretraités. « Nous fabriquons les rideaux à la main de A à Z. Ce sont des pièces uniques, réalisées sur mesure, suivant les demandes des clients. Notre maison est la seule entreprise de ce type en France labellisée Artisanat d'art. Embaucher de nouveaux employés sera également un moyen de perpétuer notre savoir-faire ».

www.maison1909.com



LE COMPTOIR DE MATHILDE – CAMARET-SUR-AIGUES

Le Comptoir de Mathilde n'en finit pas de grandir

L'histoire du Comptoir de Mathilde a de quoi faire rêver plus d'un entrepreneur. D'une petite boutique d'épicerie fine à Nyons en 2007, l'enseigne est passée à 152 points de vente dans toute la France aujourd'hui. Zoom sur une success story.

Richard Fournier a le sens des affaires dans le sang. Ce Stéphanois de naissance, fils et petit-fils de chocolatier, décide en 2007 de rendre hommage à sa grand-mère Mathilde, boulangère-pâtissière, en ouvrant une boutique d'épicerie fine à Nyons. Le Comptoir de Mathilde sera sa 14^e entreprise, rien que ça, qu'il a transformée en empire gourmand avec des boutiques dans toute la France. « Comme le concept a bien plu, nous avons ouvert quelques nouvelles boutiques autour de Nyons, puis nous avons décidé de fabriquer nos propres produits pour alimenter ces points de vente, explique-t-il. J'ai notamment choisi de revisiter un grand classique de la pâte à tartiner, sans utiliser d'huile de palme. Très vite, la franchise s'est imposée et j'ai décidé d'investir en 2012

dans un outil de production à Tulette, dans la Drôme, que j'ai déménagé en 2020 dans le Vaucluse, à Camaret-sur-Aigues ».

CAP VERS L'INTERNATIONAL

Aujourd'hui, le réseau Le Comptoir de Mathilde compte 152 points de vente dans toute la France et 600 collaborateurs, dont 120 au siège et à la manufacture de Camaret-sur-Aigues. L'enseigne fabrique 82% de ses produits dans quatre grandes gammes de famille : le chocolat de grignotage, la pâte à tartiner artisanale, l'épicerie fine salée (huile, vinaigre, moutarde, aromates), et l'apéritif-liqueur avec une spécialité, le baba au rhum décliné en plusieurs liqueurs. Avec 42 millions d'euros de chiffres d'affaire en 2023, l'entreprise familiale vise désormais les 250 magasins d'ici 2027. « Nous travaillons sur le développement à l'international, avec pour cible les pays limitrophes : Belgique, Suisse, Italie et Espagne, et nous mettons en place un concept de chocolate shop en Asie et au Moyen-Orient ». Affaire à suivre...

152
points de vente

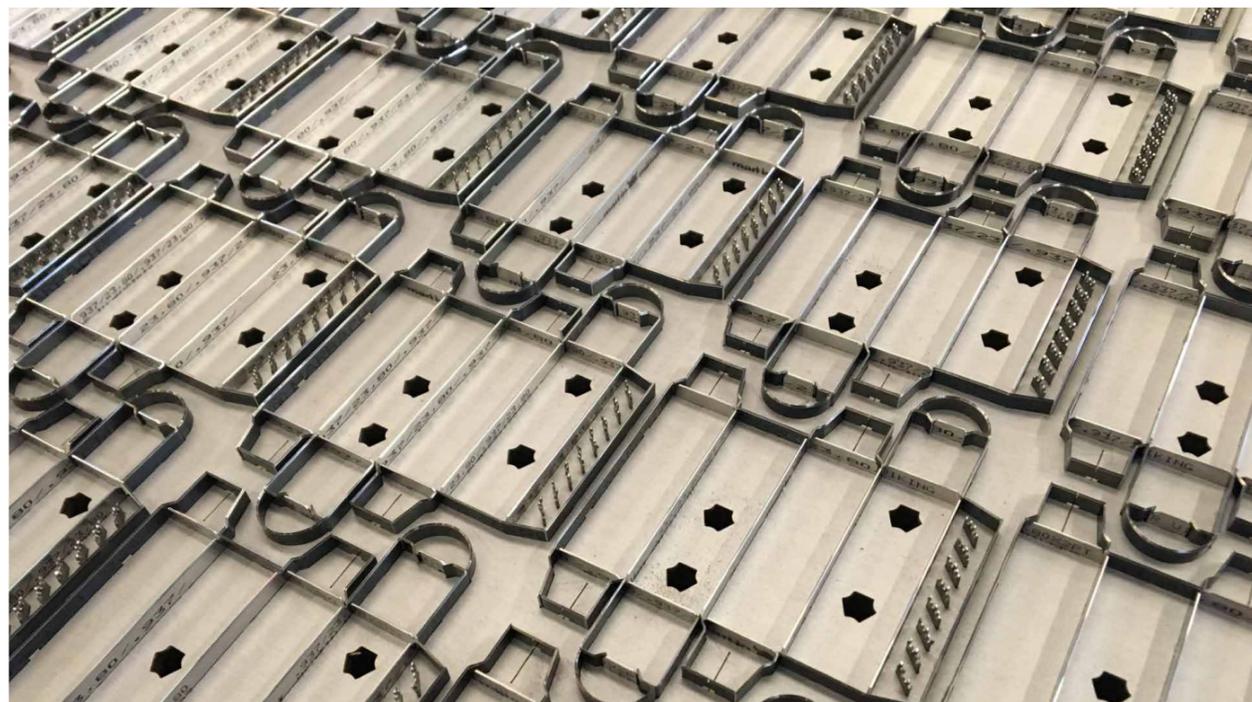
600
collaborateurs

42 M€
de chiffres d'affaire
en 2023

250 magasins
→ Objectif pour 2027

VALFORMES – VALRÉAS

Valformes, une entreprise de Valréas qui cartonne



Depuis 2009, Patrick et Laetitia Gil sont à la tête de l'entreprise Valformes, fabricant d'outils de découpe à destination des fabricants d'emballages en carton. Une entreprise qu'ils ont développée pour en faire un leader dans son domaine.

Saviez-vous que les boîtes en cartons de médicaments, de cosmétiques ou de produits alimentaires nécessitent un travail de découpe de précision pour transformer de simples feuilles en emballages ?

À Valréas, l'entreprise Valformes est devenue le leader français des fabricants d'outils de découpe. Créée en 1989 dans cette région qui est le berceau français de l'industrie du cartonnage, la société a été reprise en 2009 par Patrick et Laetitia Gil. « Nous sommes passés en quelques années d'une industrie locale à nationale et de 5 à 25 salariés, commente Patrick Gil. En 2020, nous avons racheté un confrère à Nantes, ce qui nous permet d'approvisionner la partie ouest de la France de façon plus rapide. Aujourd'hui, notre groupe compte une quarantaine d'employés et une clientèle composée de la majorité des fabricants d'emballages français. Sur la spécialité des emballages compacts, un emballage sur cinq a été découpé avec nos outils ».

DES MÉTIERS DE L'INDUSTRIE 4.0

Depuis quatre ans, l'équipe s'attèle à plusieurs chantiers : la digitalisation de l'entreprise, la réduction de la consommation énergétique et l'égalité hommes-femmes. « Toute la productivité est désormais suivie de façon numérique, de même que la consommation énergétique, poursuit le directeur. Nous connaissons en permanence la consommation d'énergie de chaque machine, ce qui nous permet d'économiser 25 % d'énergie depuis 2021, à production équivalente. Le site de Valréas est dirigé par une femme, tout comme la plupart des postes d'encadrement ».

Principale difficulté : attirer de jeunes talents vers des métiers nécessitant de longues formations techniques. « Nous souhaitons recruter cinq personnes à Valréas, or il n'existe plus de formations dans notre activité. C'est pourquoi nous créons nos propres plans de formation. Nos métiers (dessinateur CAO, techniciens et opérateurs machines...) nécessitent des qualités humaines comme la dextérité et l'imagination. Nous avons des robots, mais nous avons toujours valorisé l'humain ! ».

www.valformes.fr

1989

Année de création

« Nous sommes passés en quelques années d'une industrie locale à nationale et de 5 à 25 salariés »

« Nous avons des robots, mais nous avons toujours valorisé l'humain ! »



LUMI'IN – LORIOU-DU-COMTAT

Lumi'in, partenaire de la transition énergétique dans le Vaucluse !

Depuis 2014, Lumi'in capte de l'énergie solaire, la stocke et la restitue en services : éclairage public, vidéoprotection et recharge de véhicule électrique. Elle s'apprête à lever des fonds pour développer ses activités et plus particulièrement sa filiale Evertone, gestionnaire de bornes de recharge.

Créée en 2014 dans le village de Malijai dans les Alpes-de-Haute-Provence, la start-up Lumi'in a fait du chemin. En bientôt dix ans, le spécialiste de l'éclairage public issu du solaire a installé plus de 10 000 points lumineux dans le monde, dans les collectivités françaises, à l'aéroport Paris Charles de Gaulle et au YCPR de Marseille. L'activité s'est vite diversifiée vers de l'éclairage hybride labélisé par un award au CES de Las Vegas dans rubrique "Climate Change", de la vidéoprotection issue du solaire et les bornes de recharge depuis 2021.

C'est sur ce dernier secteur que misent particulièrement les deux cofondateurs et amis d'enfance, François Vaute et Laurent Saurel. « Le marché des bornes de recharge de véhicules électriques est très porteur, observe François Vaute. En France, il s'est vendu 300 000 véhicules électriques en 2023. Le gouvernement vise les 800 000 ventes en 2027 et 2 millions en 2030. Nous voulons accompagner les entreprises dans leur transition écologique grâce à nos solutions de recharge, que nous gérons de la conception à la maintenance en passant par la fourniture et la pose. Nous proposons aussi une large gamme de carports solaires, des ombrières sur-mesure qui protègent le véhicule tout en l'alimentant à l'énergie solaire ».

APPEL AUX ENTREPRISES VAUCLUSIENNES !

Pour développer ce nouveau marché, l'entreprise dont le site de production est installé à Loriol-du-Comtat a créé sa filiale Evertone, avec laquelle elle prévoit une levée de fonds de plus de 5 millions d'euros fin d'année 2024. « Nous lançons un appel aux apporteurs d'affaires, aux business angels et aux entreprises vauclusiennes, ajoute François Vaute. Nous visons les entreprises du bâtiment : lotisseurs, copropriétaires, promoteurs... et tous les exploitants de parking ouvert au public : restaurants, hôtels, golfs, campings... ». Grâce à cet apport financier, Lumi'in compte capitaliser son expérience et étoffer son équipe expérimentée de 10 collaborateurs afin de déployer ses bornes de manière massive en tiers investissement, une solution de financement clef en main pour le client.

En dix ans d'existence, l'entreprise a récolté un nombre impressionnant de labels et récompenses : de la Région PACA : CEDRE, du ministère de la Transition Écologique Green-TechInnovation, Award "Climate change" au CES de Las Vegas, Solar Impulse... Avec un chiffre d'affaires d'1,6 million d'euros en 2023, soit une hausse de 40 % par rapport à 2022, Lumi'in ambitionne désormais de devenir un installateur majeur d'infrastructures de recharge pour véhicules électriques. Objectif : 1000 bornes posées par an.



Voir l'interview en vidéo

La CCI EN ACTION

INNOMOOV

Retour sur le salon des mobilités et des énergies



C'est sur son campus à Avignon que la CCI de Vaucluse a organisé les 11 et 12 avril dernier Innomoov, les Rencontres Sud Mobilités & Énergies, en partenariat avec le Grand Avignon, la Ville d'Avignon, la Banque des Territoires et Enedis.

Véritable vitrine des solutions de mobilités alternatives et innovantes, Innomoov a été le rendez-vous incontournable des entreprises et des collectivités pour trouver des modes de transport alternatifs et progresser sur la voie de la sobriété énergétique et de l'économie décarbonée.

Près de cinquante exposants ont ainsi présenté leurs solutions liées aux mobilités douces et aux énergies pour les professionnels : véhicules électriques et hybrides, agrocultures, BioGNV, projets hydrogène, photovoltaïque, produits d'autopartage et covoiturage, deux-roues, courtage en énergies. Les intervenants des cinq tables rondes ont quant à eux traité de la décarbonation des transports routiers, du verdissement du transport fluvial et maritime, des technologies innovantes pour le secteur aérien, des aides mobilisables et des formations aux métiers de demain

Inauguré par Gilbert Marcelli, Président de la CCI de Vaucluse, Cécile Helle, Maire d'Avignon, Bénédicte Martin, Conseillère Régionale, Daniel Bellegarde, Vice-président du Grand Avignon, Christian Cariou, Directeur de la Banque des Territoires et de Sébastien Quiminal, directeur d'Enedis, l'évènement, qui a réuni de nombreux professionnels, a été conclu par l'Eurodéputée Karima Delli, Présidente de la Commission Transports et tourisme au Parlement Européen. De l'avis de tous, un joli succès pour cette première édition.



Voir la vidéo :
[Salon Innomoov](#)



TERRITOIRES

Ouverture d'une permanence de la CCI à Bollène

Faisant suite à la convention signée par la CCI de Vaucluse et la Communauté de Communes Rhône Lez Provence (CCRPL) fin 2023, cette permanence vient d'être inaugurée par Gilbert Marcelli, Président de la CCI de Vaucluse et Anthony Zilio, Président de la CCRPL, en présence d'élus consulaires et locaux. Dédiée à l'accueil des chefs d'entreprise et des porteurs de projet du territoire, elle est ouverte le premier mercredi du mois, de 13h30 à 17h, sur rendez-vous pherrera@vaucluse.cci.fr.



FORMATION

2 ministres à l'École Hôtelière d'Avignon

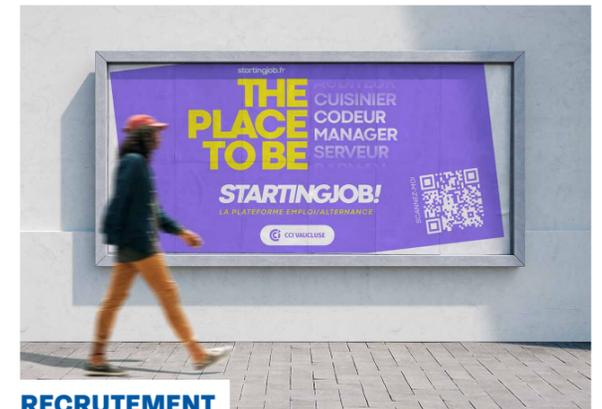
À l'occasion de leur déplacement à Avignon le 29 mars dernier, Olivia Grégoire, Ministre déléguée chargée des Entreprises, du Tourisme et de la Consommation et M. Guillaume Kasbarian, Ministre délégué chargé du Logement, ont été reçus sur le Campus de la CCI de Vaucluse, en présence des élus consulaires et de décideurs locaux. Le déjeuner a été préparé et servi par les élèves de l'École Hôtelière d'Avignon, fiers d'avoir participé à cette belle rencontre.



TOURISME DURABLE

La CCI auditeur Clef Verte

Premier label international de tourisme durable, Clef Verte accompagne les professionnels dans la mise en œuvre de bonnes pratiques environnementales. En 2023, la CCI a audité 14 établissements dont 8 sont aujourd'hui labellisés : Ibis Styles Avignon Sud, Hôtel Mercure Avignon TGV, Mercure Pont d'Avignon Centre, Ibis Avignon Sud, Grand Hôtel d'Orange, le Château de Mazan (notre photo), le Gîte de l'ASPA à Saint-Christol d'Albion et l'Hôtel de Fontenille à Lauris. Cette année, la CCI auditera 23 établissements en vue de l'obtention du précieux sésame pour 2025.



RECRUTEMENT

Startingjob, la plateforme emploi / alternance de la CCI

Cette initiative vise à accompagner les entreprises dans leur recrutement, faciliter l'insertion professionnelle et créer un lien pertinent entre les besoins du marché du travail et l'offre éducative proposée par notre CCI. Elle bénéficie du soutien des intercommunalités, qui voient en STARTINGJOB un levier de croissance économique et qui contribuent à enrichir l'offre de la plateforme. Alors, que vous soyez une entreprise ou un candidat en recherche, rendez-vous sur startingjob.fr.

COMMERCE

Boostez votre activité avec « Mon Projet d'Entreprise Développement »



Sandrine Ferré

La CCI de Vaucluse propose aux commerçants et aux restaurateurs un programme d'accompagnement afin de dynamiser leur établissement. Avec « Mon Projet d'Entreprise Développement », ces professionnels peuvent être accompagnés dans l'optimisation de leur lieu de vente et le développement de leur activité via des techniques de merchandising, d'animations commerciales, de communication et de développement durable et de mise en place de fichier client. Les conseillers commerce tourisme de la CCI réalisent ainsi un diagnostic personnalisé de l'établissement, proposent des ateliers thématiques (merchandising, animations commerciales en boutique et com-

munication) et un coaching de 2 jours avec un expert externe. Ce dispositif offre la possibilité d'accéder aux aides régionales Zéro Rideau Fermé en termes d'investissement. 20 commerces ont déjà bénéficié de ce dispositif, dont le Théâtre d'Augustine à Orange, géré par Sandrine Ferré.

Coût pour l'entreprise :
200 € HT

Prix global de l'opération : 2 090 €
financement de la Région Sud

Renseignements :

Carole Couprie : **04 90 14 87 36**
Julie Montoro : **04 90 14 10 44**

FORMATION

Un pôle Business Management au Campus de la CCI



Fort de 2 formations historiques avec le Bachelor Kedge Business School et un BTS Comptabilité Gestion, le campus de la CCI étoffe son offre et crée un pôle Bu-

business Management ! 7 nouvelles formations en apprentissage du Bac +2 ou Bac +5 sont ainsi proposées pour la rentrée 2024 : BTS Commerce International, Bac +3

Responsable Qualité, Santé, Sécurité, Environnement, Licence Comptabilité, Contrôle, Audit, Bac +5 Manager Marketing Digital, Communication & Events et Bac +3 Responsable de Développement Commercial - Spécialisation Immobilier. Ce dernier est créé en partenariat avec l'École Supérieure de l'Immobilier (ESI), organisme de formation de la FNAIM. D'autres partenariats ont été mis en place, notamment avec l'École Supérieure de la Vente Sup'de V et le CNAM. Des filières particulièrement dynamiques, où les managers opérationnels et cadres commerciaux sont particulièrement recherchés par les entreprises vauclusiennes.

Pour plus d'informations :
campus.vaucluse.cci.fr



ÉCOLOGIE, NUMÉRIQUE, RH...

Accélérez votre transformation avec « Transition 360 »

Votre entreprise fait face à des défis et vous avez besoin d'améliorer vos processus internes et vos performances commerciales grâce au numérique, de mobiliser des ressources humaines à travers la formation, le recrutement, de nouvelles modalités de travail, s'adapter à la rareté des matières premières et à l'augmentation des coûts de production, sécuriser votre entreprise dans son environnement normatif, numérique, dans ses relations avec ses parties prenantes (partenaires, clients, fournisseurs), intégrer

les critères environnementaux et sociaux dans son business ? Vous êtes une PME ? L'entretien Transition 360 est fait pour vous. Bénéficiez d'un entretien gratuit avec un conseiller CCI pour qualifier les enjeux écologiques, numériques ou de ressources humaines de votre projet de développement. Cet entretien vous permet de faire un point sur le projet de développement de votre entreprise et d'identifier les enjeux écologiques, numériques et RH. À la fin de cet échange, une priorisation des besoins est

réalisée. Vous êtes ensuite orienté vers le programme et l'acteur le plus à même de répondre à votre besoin d'accompagnement ou de financement. Un suivi du projet est réalisé par votre conseiller CCI dans les 3 mois suivant l'entretien. L'entretien « Transition 360 » vous permet de faire le point sur vos enjeux, vos priorités et de passer à l'action pour enclencher vos transitions.

Pour plus d'informations :

Lucie Neri : lneri@vaucluse.cci.fr



FONCIER

La CCI lance une plateforme du foncier disponible en ZAE

Réalisée avec le concours des intercommunalités, cette carte interactive regroupe le foncier économique disponible sur les Zones d'Activités Économiques (ZAE) du Vaucluse. Le Vaucluse compte 231 ZAE, pour une superficie totale de 4 209 hectares. Au 1^{er} avril 2024, on recense 82 hectares disponibles pour l'implantation de nouveaux établissements.

Pour plus d'informations :

app.vaucluse.cci.fr/foncier/

Renseignements :

Sarah Mendez Colloc : smendez@vaucluse.cci.fr



COMTAT VENAISSIN

La CCI et la Cove regardent dans la même direction

En raison de la complémentarité de leurs missions en faveur du développement économique, la CCI de Vaucluse et La Cove, représentés par leurs présidents Gilbert Marcelli et Jacqueline Bouyac ont signé le 27 mars dernier une convention de partenariat. Celle-ci prévoit des actions communes envers les créateurs, les entreprises et les commerçants. La dynamisation des centres-villes est en effet un sujet central pour la CCI et la COVE, dont 3 des centres-villes font partie du dispositif « Petites Villes de Demain ».

La minute expert

Votre établissement est-il concerné par la mise en conformité accessibilité ?



Carole Couprie
CONSEILLÈRE ENTREPRISES
ET TERRITOIRES



Depuis 2015, la législation française impose à tous les établissements recevant du public (ERP) d'être accessibles aux personnes en situation de handicap, qu'il soit permanent, temporaire, visible ou invisible.

À savoir : l'État soutient financièrement les commerces, hôtels, cafés, restaurants et autres ERP dans leurs dépenses de mise en accessibilité jusqu'en 2028. Cette aide peut couvrir jusqu'à 50 % des dépenses engagées, avec un maximum de 20 000 € pour les travaux d'accessibilité et 500 € pour le diagnostic et l'assistance à maîtrise d'ouvrage.

Mais alors, comment s'assurer de respecter cette obligation légale ?

Voici trois conseils pratiques pour faciliter votre mise en conformité :

1. Faire un autodiagnostic : Il est primordial de débuter par une évaluation

des aménagements nécessaires pour garantir l'accessibilité de votre établissement. La CCI peut vous conseiller ou se déplacer pour vérifier avec vous les points essentiels à améliorer.

2. Remplir le dossier administratif : Un dossier doit être soumis aux Services de l'État pour officialiser votre démarche. Si vous avez besoin d'aide pour cette tâche, la CCI propose un accompagnement rédactionnel, tarifé à 570 € TTC pour un établissement de 5^e catégorie, hors plans.

3. Déposer votre dossier auprès des Services de l'Urbanisme : Une fois votre dossier prêt, vous devez le déposer à la mairie ou aux services d'urbanisme de votre commune pour validation.

Au-delà de l'obligation légale et du risque d'amendes, rendre votre établissement accessible c'est aussi

valoriser votre image et élargir votre clientèle. En effet, garantir l'accès à tous, c'est améliorer l'expérience client et montrer que votre entreprise se soucie de l'inclusion sociale.

Même si tous les aménagements ne sont pas toujours réalisables, de nombreuses modifications sont simples à mettre en œuvre et peuvent faire une grande différence. N'oubliez pas, en cas de cession de votre entreprise, la preuve de mise en conformité vous sera réclamée par le notaire ou le cessionnaire.

Alors, ayez le réflexe CCI pour simplifier votre transition vers une accessibilité complète !



Voir la vidéo :
**Rendre accessible
son établissement**

Les visages de la CCI



Clotilde Octau
CHARGÉE D'ÉTUDES

Originaire de la Drôme, Clotilde a rejoint le Vaucluse pour suivre des études en géomatique et conduite de projets territoriaux. En 2019, elle intègre la CCI pour un stage de six mois, avant d'occuper son poste actuel de chargée d'études. Au sein du service prospective territoriale, Clotilde se consacre à trois missions principales : la réalisation d'études territoriales, le recensement de données pour l'observatoire du foncier économique, et la rédaction de focus économiques. Au quotidien, elle intervient dans la réalisation d'études territoriales qui englobent des sujets variés tels que la redynamisation des centres-villes, l'attractivité des territoires, l'implantation commerciale, ou encore le droit de préemption, fournissant ainsi des analyses précieuses pour les collectivités territoriales du département, mais également pour des porteurs de projets privés.

Clotilde produit également des études détaillées pour l'observatoire SUD Foncier Eco, dont l'objectif est de récolter des données contribuant à une meilleure connaissance du foncier d'entreprises sur l'ensemble du territoire régional. Enfin, notre chargée d'études contribue également à la rédaction de focus économiques, des publications qui permettent de faire un état des lieux chiffrés et cartographiés de divers sujets relatifs à l'actualité de notre territoire : impact du COVID-19, crise énergétique, ou encore les tendances dans le commerce et l'industrie. Clotilde apprécie particulièrement la richesse et la diversité des thématiques qu'elle explore. Entre analyses détaillées, collecte de statistiques, missions d'enquête sur le terrain, travaux de cartographie et élaboration de rapports, son quotidien n'est jamais monotone. « Chaque territoire présente ses propres problématiques et ses propres enjeux, c'est ce qui rend mon travail dynamique et intéressant ! »



Julie Montoro
CONSEILLÈRE ENTREPRISES ET TERRITOIRES

Originaire des Hautes-Pyrénées, Julie est diplômée en gestion de projet touristique. Elle a rejoint la CCI en 2019, quelques années après y avoir effectué son stage de fin d'études. Avant de rejoindre la CCI, Julie a démarré sa carrière dans le secteur vinicole, en tant que chargée de vente et commerciale. D'abord conseillère pour les entreprises sur le territoire du Luberon, c'est en 2022 que Julie hérite du secteur du Grand Avignon. Dans ce rôle, elle se définit comme le point d'entrée de la CCI sur son territoire, où elle accompagne les entreprises et les collectivités territoriales dans leur développement économique, le renfort de leur attractivité et leur mise en relation avec les acteurs clés du territoire. Spécialiste des sujets tourisme et commerce, Julie œuvre à conseiller les entreprises et les commerçants face aux diverses problématiques qu'ils peuvent rencontrer : développement commercial, numérique, aides et financements, réglementation, et accompagnement à l'obtention de labels qualité (Clef Verte, Qualité Tourisme et Classement Hôtelier). En septembre prochain, Julie sera certifiée formatrice agréée, lui permettant ainsi d'enrichir son profil et de continuer à animer avec expertise les webinaires numériques « StoryBusiness » mais également les ateliers du programme "Mon Projet d'Entreprise", dispositif de la Région Sud destiné aux entrepreneurs à la recherche d'un accompagnement pour démarrer ou développer leur activité. Avec cette nouvelle qualification, Julie prévoit de proposer de nouveaux ateliers, afin de poursuivre son engagement à accompagner efficacement les entreprises locales, contribuant ainsi à leur croissance.



Xavier Amory
RESPONSABLE DE L'ÉCOLE HÔTELIÈRE D'AVIGNON

Originaire de l'Oise, Xavier est diplômé en économie, gestion et management. Il a commencé sa carrière comme consultant-formateur en entreprises avant d'assumer des responsabilités managériales et pédagogiques dans différents CFA en région parisienne puis en Bourgogne. Passionné de cuisine, c'est naturellement que Xavier a rejoint la CCI de Vaucluse en novembre dernier, au poste de responsable de l'École Hôtelière d'Avignon. Au quotidien, Xavier œuvre à la promotion et au rayonnement de l'établissement, en mettant en avant la qualité et l'innovation du programme éducatif, basé sur une pédagogie par l'alternance. Chargé du développement et de la structuration de l'offre de formation, son rôle englobe également la gestion des équipes, supervisant les managers et garantissant que les formations se déroulent dans le respect des normes réglementaires. Xavier joue également un rôle dans la définition des orientations futures de l'école. Il entretient notamment des relations étroites avec les acteurs clés du secteur de l'hôtellerie et de la restauration, invitant régulièrement les branches professionnelles à participer activement aux événements organisés par l'École Hôtelière. Dernièrement, c'est l'initiative du "Restaurant Éphémère", un projet réalisé sur le Campus de la CCI, en collaboration avec France Travail et l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie de Vaucluse (UMIH), qui a connu un grand succès auprès des participants. Dès septembre 2025, l'École Hôtelière d'Avignon élargira son offre de formation avec un nouveau programme de Bachelor, mis en place en partenariat avec la CCI de Dordogne, renforçant ainsi son engagement envers l'excellence.

LES LIVRES ÉCONOMIQUES

Une sélection proposée par : **Le Passeur de l'Isle**

6 et 7 place de la liberté, 84800 L'Isle sur la Sorgue — 04 90 20 85 84
 lepasseurdelisle@gmail.com (librairie-papeterie) — lepassourtome2@gmail.com (BD-musique)

Sport

OLYMPISME UNE HISTOIRE DU MONDE

Pascal Blanchard
 Éditions de la Martinière — mars 2024

130 ans d'histoire des Jeux Olympiques à travers ce catalogue d'exposition qui se tient au Palais de la Porte Dorée d'avril à septembre 2024.

DU SEXISME DANS LE SPORT

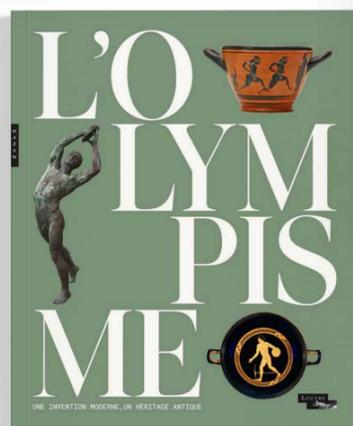
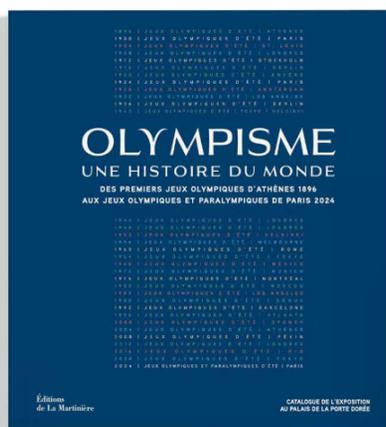
Béatrice Barbusse
 Anamosa — février 2022

Le milieu du sport n'échappe pas au sexisme, et l'auteure ancienne sportive de haut niveau, mais aussi sociologue, raconte ce qu'elle et d'autres femmes, ont pu vivre. En décryptant le phénomène, elle tente aussi de proposer des solutions pour libérer la parole.

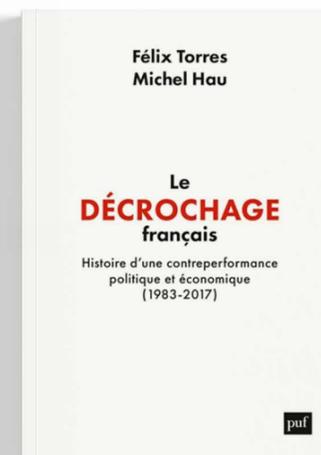
L'OLYMPISME – UNE INVENTION MODERNE, UN HÉRITAGE ANTIQUE

collectif
 Hazan — avril 2024

À l'occasion des Jeux Olympiques de Paris 2024, le Musée du Louvre revient sur l'histoire de la création des premiers jeux olympiques à travers une iconographie riche et enrichissante.



Économie



UNE BRÈVE HISTOIRE DE L'ÉCONOMIE

Daniel Cohen
 Albin Michel — janvier 2024

L'économiste Daniel Cohen, décédé en 2023, nous livre dans ce dernier essai, une brillante rétrospective de l'histoire de l'économie et de l'homme à travers les âges. Un ouvrage de spécialiste mais à la portée de tous ceux qui veulent mieux comprendre notre monde.

LE DÉCROCHAGE FRANÇAIS HISTOIRE D'UNE CONTREPERFORMANCE POLITIQUE ET ÉCONOMIQUE

Félix Torres, Michel Hau
 Puf — avril 2024

Grâce à ce livre, nous pourrions, peut-être mieux comprendre notre époque, en revenant sur les principaux événements qui ont marqué les échecs et les retours en arrière de notre pays, de réformes manquées en résistance au changement...

TOUT SUR L'ÉCONOMIE OU PRESQUE

Eureka
 Payot — Janvier 2024

Gilles Mitteau, le Youtubeur aux 400 000 abonnés, poursuit dans ce livre, le travail entrepris avec sa chaîne pour vulgariser et faire aimer et comprendre l'économie à toutes et tous !

L'ÉCONOMIE DE LA CULTURE

Françoise Benhamou
 La Découverte — septembre 2017

Un ouvrage de référence qui en est à sa huitième édition pour étudier au fil des années, les rouages essentiels et les interactions entre la culture et l'économie.

LES RESCAPÉS DU BURN OUT

Collectif
 Les Arènes — mars 2023

Une BD qui décrypte et permet de mieux comprendre les causes et la réalité du burn-out...un sujet sensible et douloureux parfois mais traité ici avec une pointe d'humour et qui apporte des solutions aux lecteurs !

Agenda

22 juin

FORUM • AVIGNON



Portes ouvertes du Campus de la CCI

Cette journée est l'occasion de visiter le campus, découvrir les formations en hôtellerie-restauration, santé et social, business management, numérique, et de rencontrer les professeurs et les apprenants. Entrée libre ou sur rendez-vous.

25 juin

RDV D'INFO • 13H30 → 17H • APT

Mardi de la Création

Édition spéciale dans les bureaux de Cap Luberon à Apt. Pour aborder en une demi-journée l'ensemble des questions à se poser pour se lancer dans la création d'entreprise : statuts, développement, financement...

25 juin

CONCOURS • PARIS

Finale nationale du concours Graines de Boss

Challenge national, Graines de Boss est une opportunité pour les jeunes entreprises innovantes qui souhaitent accélérer leur développement. Pour cette 20^e édition, la CCI de Vaucluse est le partenaire officiel du concours pour le département.

27 juin

ATELIER • 9H → 13H • AVIGNON

Créer dans l'hôtellerie-restauration

Une demi-journée d'information pour se lancer dans la création d'entreprise dans les secteurs de l'hôtellerie-restauration : cafés, hôtels, restaurants, gîtes, maisons ou chambres d'hôtes, campings, discothèques, traiteurs, organisateurs de réceptions, parcs de loisirs, activités touristiques...

1^{er} juillet

WEBINAIRE • 9H30 → 11H

Google Atelier Numérique

Initiation à la cybersécurité pour les TPE-PME.

1^{er} juillet

WEBINAIRE • 14H → 15H30

Google Atelier Numérique

Comment protéger ses données personnelles sur internet ?

4 juillet

ÉVÈNEMENT • UCHAUX



Nuit du Commerce de Proximité (sur invitation)

Notre 2^e édition de la Nuit du Commerce de Proximité se tiendra au Château de Massillan à Uchaux ! Cet événement vise à réunir commerçants, élus et décideurs économiques du territoire afin d'impulser de l'énergie positive et d'échanger sur les nouvelles tendances du commerce d'aujourd'hui et de demain.



PROGRAMME ET INFORMATIONS PRATIQUES

Salon de l'Entreprise

création business digital
formation financement

Toutes les solutions pour les dirigeants !



JEUDI 17 OCT 9H > 18H
SALLE DES FÊTES DE SORGUES



CAMPUS.VAUCLUSE.CCI.FR

FESTIVAL



D'AVIGNON

du
29 juin
au **21 juillet**
2024

78^e édition