

La Provence affiche ses ambitions en Vaucluse



Après avoir remis au goût du jour la tournée des vœux de La Provence l'an dernier, les équipes de direction de notre confrère sont revenues à Avignon et Carpentras afin de présenter les évolutions récentes du quotidien.

« C'est important pour nous de démarrer l'année avec vous. De commencer 2026 avec l'ensemble des lecteurs et des interlocuteurs sur le terrain, lors d'une année qui est particulièrement importante pour La Provence », a expliqué [Olivier Biscaye](#), directeur de la rédaction de La Provence, devant un parterre de décideurs locaux et de lecteurs invités à un petit-déjeuner au Quai des Saveurs à Avignon.

« L'an dernier, nous sommes revenus aux fondamentaux de la proximité, la locale. Ce qui fait l'ADN de tout quotidien régional en fait, poursuit Olivier Biscaye. Au cours de cette année écoulée nous avons aussi beaucoup écouté l'ensemble des lecteurs et des interlocuteurs pour proposer un quotidien au plus



Ecrit par Laurent Garcia le 21 janvier 2026

près du territoire. »

[\(Vidéo\) Le journal La Provence désormais disponible en version audio](#)

Après [le passage en audio](#) en septembre dernier, cette dynamique s'est traduite par le lancement, il y a quelques jours, d'un nouveau format du journal avec un passage en tabloïd.

« Nous proposons une nouvelle formule avec des changements de format et de maquette, confirme [Jean-Louis Pelé](#), directeur général du groupe La Provence-Corse Matin. Nous proposons aussi un cahier des sports régionaux le lundi, c'était une demande forte des lecteurs. Le mardi, il y aura un cahier Eco, avec un abonnement spécifique pour les entreprises qui voudrait recevoir le journal uniquement ce jour-là. »

« Les élections municipales, c'est un enjeu majeur pour nos journaux. »

Olivier Biscaye, directeur de la rédaction de La Provence



De gauche à droite : Olivier Biscaye, Jean-Louis Pelé, Mélanie Ferhallad et Philippe Méron.

Cette volonté de proximité ne s'arrête pas là puisqu'en cette année électorale, La Provence entend participer pleinement au débat démocratique local.

« Les élections municipales, c'est un enjeu majeur pour nos journaux, rappelle Olivier Biscaye. C'est

Ecrit par Laurent Garcia le 21 janvier 2026

vraiment notre élection, car elle est locale, proche des habitants et prend en compte les enjeux de nos concitoyens. » Dans cette optique d'hyper-proximité et d'engagement local, La Provence va ainsi organiser des débats entre les candidats dans 27 villes de son territoire (voir encadré en fin d'article).

« Ecouter, écouter et encore écouter. »

100 correspondants supplémentaires pour mieux mailler le territoire

En parallèle, le quotidien régional a recruté 100 correspondants supplémentaires sur l'ensemble de ses trois départements de diffusion (Bouches-du-Rhône, Vaucluse et Alpes-de-Haute-Provence).

« Au-delà des équipes de journalistes sur le terrain, il y avait une très forte demande de remailler le territoire avec des interlocuteurs de La Provence, précise le directeur de la rédaction. Avec nos nouveaux correspondants, cela permettra également que de nombreuses communes ainsi que de nombreuses thématiques soient abordées dans nos colonnes. »



La Provence Mobile. Crédit : La Provence

Lancement de La Provence Mobile

Ce début d'année 2026, c'est aussi l'occasion pour le titre de PQR (Presse quotidienne régionale) de lancer '[La Provence mobile](#)', une voiture aux couleurs du journal, qui fait le tour d'une trentaine de communes.

« L'idée est assez simple en réalité : écouter, écouter et encore écouter avant de rendre compte des attentes des habitants avec une page qui sera publiée le lendemain », annonce Olivier Biscaye.

8 000km par jour pour livrer La Provence en Vaucluse



Ecrit par Laurent Garcia le 21 janvier 2026

Chaque jour, les solutions de livraison du journal La Provence parcourent l'équivalent de 8 000km en Vaucluse (25 000km pour les trois départements de diffusion). Certains endroits sont même livrés à vélo afin d'éviter les embouteillages.

« Notre rôle c'est que notre journal soit acheminé tous les matins à la première heure, explique [Michel Zinno](#), directeur administratif et commercial en charge de la diffusion et des abonnements de La Provence. A nous de couvrir la totalité du territoire sans laisser de zones blanches. Dans ces secteurs qui peuvent exister sur certaines petites localités où il n'y a pas forcément des points de vente traditionnels, nous efforçons de privilégier l'abonnement-porté. Nous travaillons aussi avec nos équipes à créer des points de vente dans des zones à fort flux qui ne sont pas, jusqu'alors, des points de vente traditionnel. »

Le gage d'une information sérieuse et professionnelle

« Il y a beaucoup d'ambition cette année pour le Vaucluse », confie [Mélanie Ferhallad](#), directrice départementale de La Provence en Vaucluse qui par ailleurs a prévenu que sa rédaction donnerait « la parole à tout le monde en se faisant l'expression de toutes les expressions, toutes sauf la haine et l'incitation à la haine », notamment sur les réseaux sociaux.

Au-delà, notre consœur a fait le vœux que la volonté des journalistes d'informer localement soit respectée, notamment sur les réseaux sociaux. « Nous allons continuer à travailler, à exercer nos métiers sans pression aucune. Notre seule volonté, c'est de donner le meilleur pour continuer à informer le plus grand nombre et le plus souvent possible. »

« Ces dernières années, nous avons beaucoup développé notre site internet, nos réseaux sociaux au travers de vidéos, complète Olivier Biscaye. A nous de veiller à réguler l'ensemble des propos qui peuvent s'y trouver. Nous tiendrons cette ligne pendant la campagne pour que les lecteurs et les citoyens puissent avoir une information coordonnée, hiérarchisée, sérieuse et professionnelle grâce aux journalistes de La Provence. »

Ecrit par Laurent Garcia le 21 janvier 2026



La Une de l'édition Vaucluse de La Provence du jour.

« Tout le monde lit la Provence. »

Théophile Monnier, responsable de la régie commerciale Provence Média

Un média puissant

« Notre titre est un média qui aide l'économie locale, qui participe à l'attractivité du territoire, insiste [Théophile Monnier](#), responsable de la régie commerciale Provence Média. Dans un contexte économique compliqué et instable, il est important de penser à communiquer. Notre rôle, c'est d'offrir un média puissant, un média qui parle à tous les habitants d'Avignon et de la région, de proposer des solutions qui soient efficaces dans une période particulièrement difficile où il y a des arbitrages à faire en termes de communication. La Provence est aujourd'hui très puissante sur les réseaux sociaux, il y a un énorme travail qui a été fait. Nous avons des solutions digitales, nous avons aussi une puissance sur le 'print' qui est très importante. Tout le monde lit La Provence. »



Ecrit par Laurent Garcia le 21 janvier 2026

La Provence met l'économie du Vaucluse à l'honneur

Multiplication des événementiels

Enfin, le quotidien va multiplier les événementiels à commencer par [le Tour de la Provence](#) les 13, 14 et 15 février prochains. Après être partie de Rognac lors de la 3^e et ultime étape, l'épreuve cycliste passera en Vaucluse le dimanche 15 dans le Luberon puis cavaillon avant de rejoindre Arles.

Tout récemment, La Provence a aussi remis [ses trophées de l'économie et proposé la deuxième édition du palmarès Génération Engagée](#) lors d'une cérémonie qui s'est tenue à l'espace Jeanne-Laurent du centre des congrès du palais des papes à Avignon. Un événement d'ores et déjà programmé en décembre 2026 pour une nouvelle édition mettant les entrepreneurs du département à l'honneur.

Si La Provence relate l'actu, elle entend donc aussi la faire en multipliant les manifestations événementielles sur son territoire.

« Tout cela afin de renforcer le dialogue avec celles et ceux qui contribuent chaque jour au rayonnement et à l'attractivité de notre région, insiste Olivier Biscaye. Plus que jamais, La Provence affirme sa volonté d'être un journal de proximité, ancré dans ses territoires, attentif aux dynamiques locales, aux initiatives, aux réussites et aux enjeux qui façonnent notre région. »

Laurent Garcia

Municipales : La Provence au cœur des débats

A l'occasion des prochaines élections municipales des 15 et 22 mars 2026, La Provence renoue avec l'organisation de débat public entre les candidats. Dans ce cadre, près d'une trentaine de ces événements vont permettre de donner la parole aux habitants afin qu'ils puissent interroger sur les projets et les enjeux de fond de cette campagne.

En Vaucluse et dans le bassin de vie d'Avignon, ces débats se tiendront le 27 janvier à l'Isle-sur-la-Sorgue (voir ci-dessous), le 29 janvier à Châteaurenard, le 5 février à Cavaillon, le 11 février à Orange, le 19 février à Carpentras, le 23 février à Tarascon, le 3 mars à Arles, le 4 mars à Avignon et le 9 mars à Pertuis.

L'Isle-sur-la-Sorgue pour commencer

Dans le département, [c'est donc à l'Isle-sur-la-Sorgue](#) que la Provence va débiter ses grands débats publics ce mardi 27 janvier, de 18h à 20h, à la salle des fêtes.

« Ce débat, pensé comme un temps d'échange ouvert, pluraliste et constructif, donnera la parole aux habitants pour leur permettre de s'informer, de s'exprimer et de mieux comprendre les perspectives pour l'avenir de la commune avant de faire leur choix », explique le quotidien. Pour y assister, voici le lien d'inscription : [Débat La Provence à l'Isle-sur-la-Sorgue](#).