

Ecrit par le 5 février 2026

'Bien Bon!', une semaine à croquer pour valoriser la richesse agro-alimentaire du Grand Avignon



Du 11 au 17 septembre, le Grand Avignon a organisé la première édition de ses rendez-vous gourmands 'Bien bon !'. Plusieurs événements dispersés sur le territoire, dans le Gard et en Vaucluse, ont rythmé cette semaine portée sur la richesse agro-alimentaire de l'Agglomération.

Avec ses 11 km² de terres agricoles et viticoles (37% du territoire), ses 67 km² de forêt, ses 400 fermes et exploitations et ses 1 500 commerces de bouche, l'Agglomération de 16 communes (de Rochefort à Velleron, de Roquemaure à Caumont) dispose d'atouts majeurs pour son autonomie alimentaire.

Du 11 au 17 septembre, cantines d'écoles, maisons de retraite, et hôpitaux ont bénéficié de repas de fête

Ecrit par le 5 février 2026

confectionnés par des chefs. Un « Défi Food-Trucks », des banquets champêtres et une ‘Place des Gourmands’ ont été mis en oeuvre. Et vendredi soir au Conservatoire du Grand Avignon, Place Pie, s'est déroulée une ‘Conférence alléchante’ sur ‘Ce que veut dire bien manger aujourd’hui ? Et comment bien boire?’ avec [Olivier Bompas](#), ancien sommelier et formateur auprès de l’Université de la vigne et du Vin de Suze-la-Rousse, aujourd’hui journaliste au Point, et Florent Quellier, universitaire à Angers et historien de l’alimentation et du végétal.



La soirée des Défis Foodtruck. ©Grand Avignon

Entre 1991 et 2018, 3 500 hectares du Grand Avignon ont été rayés de la carte. Pour stopper cette hémorragie, il a réagi en se dotant, en 2019, d'un « PAT » (Programme Alimentaire Territorial) pour « Maintenir une agriculture forte et durable, garantir une alimentation saine et locale et des circuits courts ». [Guy Moureau](#), maire d’Entraigues et vice-président du Grand Avignon l'a rappelé : « Ce qui fait notre force ce sont les paysans, leurs productions, nous devons reconquérir les friches abandonnées. Manger bien, local, sain en toute convivialité c'est le but de cette 1ère édition de ‘Bien Bon!’ »

Jean-Anthelme Brillat-Savarin, député et auteur culinaire (1755 - 1826) disait « Dis-moi ce que tu manges et je te dirai qui tu es ». Florent Quellier prend la parole : « Un repas c'est un échange, un moment de plaisir, de gourmandise, un supplément d'âme, où on partage le pain, le vin et des valeurs ». Olivier

Ecrit par le 5 février 2026

Bompas ajoute : « C'est aussi un rituel, on passe du temps à cuisiner des mets, on choisit un vin, une couleur, on attend qu'il soit à la bonne température, on le carafe ou pas. »

« La gastronomie française a été reconnue comme 'Patrimoine immatériel de l'Humanité' en 2010, mais la cuisine est une valeur spécifique depuis fort longtemps » répond l'historien, « Passer du temps autour d'une table, définir un ordre pour les plats, associer des goûts, des textures, des saveurs, des épices, mettre en valeur la richesse des terroirs, c'est aussi ce que recherchent les touristes qui viennent en nombre chez nous. »

Olivier Bompas évoque alors une tendance forte actuelle qui risque de modifier les comportements, celle induite par les végétariens et les véganistes. « Les accords mets et vins vont devoir évoluer, les chefs proposer d'autres recettes ». Il ajoute, » Certains boivent moins mais mieux. Mais les jeunes consomment moins de vin mais plus d'alcool sous forme de cocktails et de spiritueux. On voit sortir de terre des micro-brasseries partout, la consommation s'individualise, le repas de famille se déstructure, fini le poulet ou le rôti du dimanche, quand le grand-père débouchait une bonne bouteille, expliquait aux enfants ce qu'elle contenait. Il faisait oeuvre de transmission. Aujourd'hui, dans les familles mono-parentales, on décapsule un soda. »

Florent Quellier met en garde : « Manger vegan pour les uns n'exclut pas la blanquette de veau pour les autres ». Et il évoque toute une série de termes qui traduisent « la peur de manquer » : rationnement, pénurie, disette, famine, vaches maigres, dénuement qui tranchent avec l'inverse : opulence, ripaille, abondance, profusion. »

Le film-culte de Marco Ferrerri *La grande bouffe* (1973 avec Marcello Mastroianni, Michel Piccoli, Ugo Tognazzi, Philippe Noiret) s'invite alors dans le débat. Cette satire du consumérisme et de la décadence bourgeoise qui est huée à Cannes, qualifiée d'obscène et pornographique. Entre nos 2 débatteurs, il est alors question d'ébriété, de lâcher prise : « Une légère ivresse ça détend, il vaut mieux avaler, sans rouler sous la table, un petit verre qu'un comprimé d'anti dépresseur », conseille Olivier Bompas en souriant.

« Comment bien manger aujourd'hui avec l'inflation, la flambée des prix des fruits et légumes, quand certains français ne font qu'un seul repas par jour? Florent Quellier, l'historien a une idée : « La viande c'est cher, elle a toujours été le symbole du pouvoir, de la puissance, des riches. Mais les légumineuses, les légumes oubliés, c'est la viande du pauvre. on ne met pas assez en valeur les protéines végétales, peu chères comme les lentilles, le petit épeautre, les haricots, les pois-chiches, les fèves. Elles limitent la fringale, elles sont riches en glucides, elles fournissent un carburant de choix aux cerveaux comme aux muscles et, avec leurs fibres, elles diminuent l'absorption des graisses et du cholestérol. Il faut penser à les associer à des céréales comme le blé, le boulgour, le riz, le quinoa ou la semoule. »

En attendant d'inventer la cuisine de demain, les chefs vont devoir adapter leurs cartes, leurs menus, leurs accords mets-vins au goût des consommateurs végétariens, végétaliens et végans en attendant peut-être de faire griller des insectes...



Ecrit par le 5 février 2026



Ecrit par le 5 février 2026

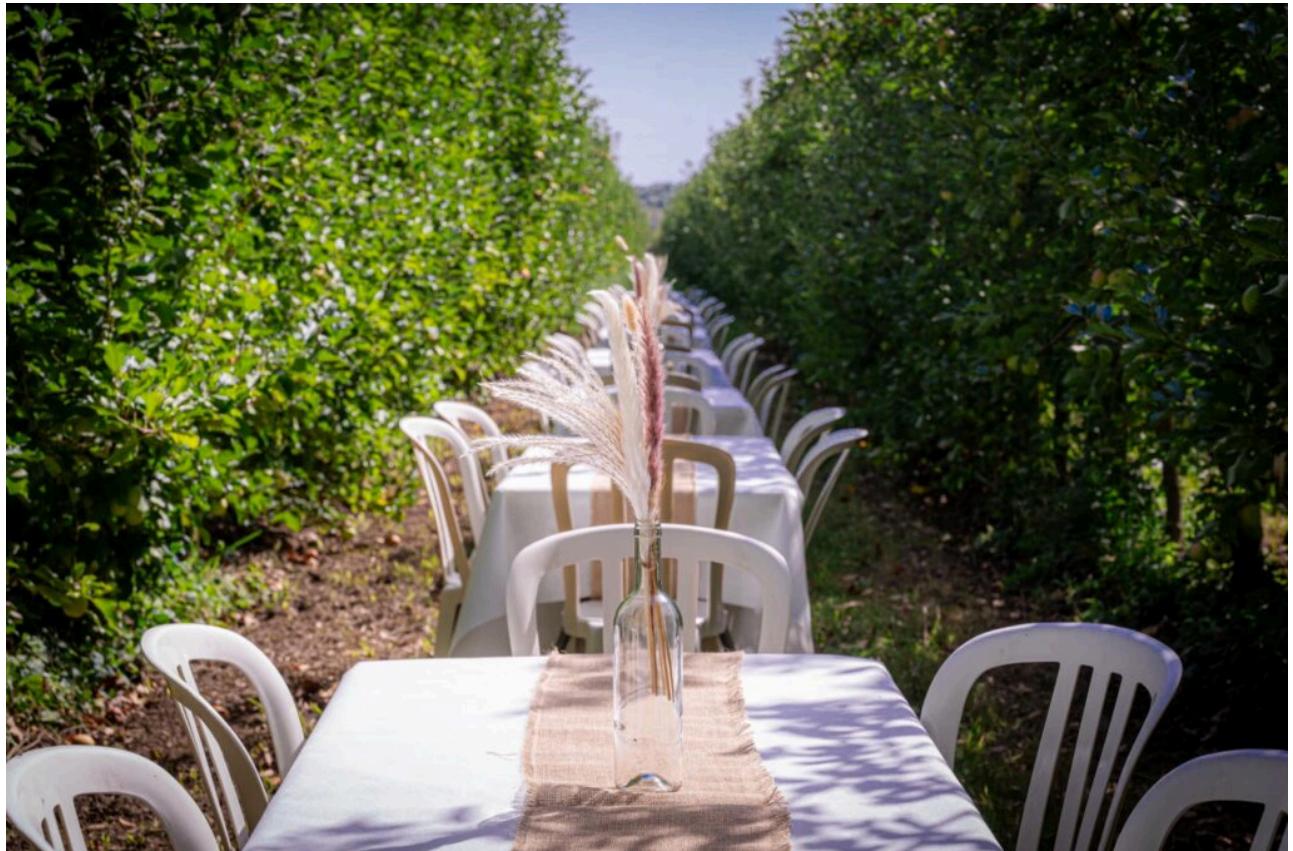


Ecrit par le 5 février 2026

Ecrit par le 5 février 2026



Ecrit par le 5 février 2026



La surprise des Chefs. ©Grand Avignon

Green Spot Technologies lauréat du Affordable Nutrition Scale-up Challenge

Ecrit par le 5 février 2026



GREEN SPOT TECHNOLOGIES

Green Spot, dont l'un des deux sites français est situé à Carpentras, remporte l'Affordable Nutrition Scale-up Challenge. Ce défi, initié par EIT Food et Blendhub, avait pour objectif de sélectionner des offres d'ingrédients innovants et durables.

EIT Food et Blendhub se sont associés pour accompagner 10 startups dans le développement de solutions durables pour la transition alimentaire. Ils recherchaient des entreprises produisant des ingrédients ou des formulations à base de poudres pouvant être développés dans trois catégories : les boissons, produits de boulangerie, produits laitiers ou substituts laitiers.

[Lire également - « La startup agroalimentaire Green Spot Technologies s'implant à Carpentras »](#)

Avec ses ingrédients fermentés et upcyclés sous forme de poudres à haute valeur nutritive, Green Spot Technologies, dont les laboratoires de recherche et développement industriel sont implantés à Carpentras, a su convaincre les jurys des trois catégories. Ce prix va permettre à l'entreprise, qui emploie une vingtaine de salariés en France répartis sur deux sites, de finaliser son offre de marché accompagnée de partenaires du marché européen et international.

Un partenariat à grande échelle

EIT Food rassemble une communauté européenne de professionnels qui travaillent sur des projets

Ecrit par le 5 février 2026

d'innovation dans le domaine de la nutrition. Ils accompagnent les entreprises dans le développement de leurs solutions. Blendhub est quant à elle une entreprise située en Espagne qui produit des aliments durables grâce à son réseau mondial de centres de services alimentaires. Ce réseau permet d'aider les entreprises qui le composent afin d'accélérer la production de ces aliments innovants.

A la suite de la cérémonie de remise de prix, qui aura lieu ce lundi 11 septembre dans les locaux de Blendhub, à Murcia (Espagne), Green Spot va bénéficier de l'expertise de l'entreprise pour la commercialisation de ses ingrédients.

J.R.

Conserves Guintrand : de Carpentras au palais de l'Elysée



Ecrit par le 5 février 2026

L'Entreprise du patrimoine vivant (EPV) basée à Carpentras va participer l'exposition 'Fabriqué en France' qui se tiendra à l'Elysée les 1^{er} et 2 juillet 2023.

Après deux entreprises de Pertuis, Pellenc en 2020, puis Watt & Well en 2021 ce sont [les Conserves Guintrand](#) qui ont été sélectionné parmi 2 452 dossiers pour participer à la 3^e édition de '[La grande exposition du fabriqué en France](#)' qui se déroulera ce week-end au palais de l'Elysée.

A cette occasion, plus d'une centaine d'entreprises verront leurs produits exposés avec, cette année, une attention plus spécifique pour celles « qui s'engagent en faveur d'une production plus vertueuse en matière environnementale et sociale, ainsi que pour le partage de compétence et d'expérience », explique Emmanuel Macron, le président de la République.

« Nous devons chérir l'innovation comme la transmission de nos savoir-faire. »

Emmanuel Macron

[Un jury national d'une quinzaine de membres présidé par l'animatrice Sophie Davant](#) où figure notamment les ministres Roland Lescure et Olivia Grégoire, a donc sélectionné la société vauclusienne pour qu'elle présente son 'Petit épeautre du Mont Ventoux au pistou'.

Conditionné dans des bocaux en verre, ces conserves sont préparées à partir de petit épeautre du Mont Ventoux lavé, trempé puis cuit le plus naturellement possible, à l'eau. La recette est agrémentée d'huile d'olive, de basilic et d'ail. A noter que la conserverie propose deux variantes de cette recette : l'une incorporant de l'huile d'olive et des morceaux d'olives de Nyons et l'autre contenant une sauce à base de tomate de Provence.



« Nous devons chérir l'innovation comme la transmission de nos savoir-faire, insiste le Président de la République qui inaugurera l'exposition ce vendredi. Nous devons faire du 'Fabriqué en France' une évidence, une source de fierté et de rayonnement. Vous mettre à l'honneur les 1^{er} et 2 juillet prochain permettra à chacun de constater que ce choix que vous avez fait était et demeure un choix d'avenir. »

Ecrit par le 5 février 2026

Plus de 120 ans de savoir-faire dans le Comtat pour cette entreprise du patrimoine vivant

Crée à Caromb en 1898, la Conserverie Paul Guintrand s'installe à Carpentras en 1910 afin notamment de se rapprocher du chemin de fer et de la fabrique de boîtes métalliques qui s'y trouve. Aujourd'hui, c'est la 4^e génération de la famille qui est aux commandes.

La société qui s'est vue attribuée le label Entreprise du patrimoine vivant (EPV) en 2020 ne travaille que des fruits et légumes frais d'originaire de Provence ou de la Vallée du Rhône. Elle offre une large gamme de conserves en boîtes métal ou en bocaux verre pour une clientèle allant de l'industriel au grossiste agroalimentaire sans oublier le consommateur final.

Les Conserves Guintrand peuvent donc autant produire des marques distributeur ou concevoir des recettes spéciales pour ses clients que ce soit en conventionnel ou en BIO. L'entreprise distribue ses produits sous les marques suivantes : 'P. Guintrand', 'Y. Reynier', 'Estella', 'Les comtadins'.

« Nous transformons les produits suivants pendant les campagnes annuelles qui s'échelonnent de juin à décembre : Bigarreau, cerise noire, abricot, reine Claude, tomate, poire Williams, coing, oignon, cardon », explique l'entreprise vauclusienne qui propose également des recettes de 'cuisinés du sud' comprenant de la courgette, des poivrons ou de l'aubergine.

Grand Avignon : future capitale de la formation pour les filières agricoles agroalimentaire ?

Ecrit par le 5 février 2026



Le Grand Avignon a coordonné la candidature d'un groupement d'acteurs locaux de la formation pour la filière agroalimentaire à l'occasion d'un appel à manifestation d'intérêt « Compétences et métiers d'avenir » lancé par l'Etat. La remise de prix a eu lieu le mercredi 7 juin à Paris.

Le projet retenu par l'Etat, intitulé Vitamin'A (Vision du Territoire du Grand Avignon sur les Métiers et formations Innovantes autour de la Naturalité et de l'Alimentation), vise à apporter des solutions concrètes aux entreprises de la naturalité, de l'agriculture et de l'agroalimentaire à travers une offre complète de 26 dispositifs de formation structurés et innovants.

Près de 10M€, subventionnés à hauteur de 70% par l'Etat, vont ainsi permettre de financer, dans les 5 ans à venir, des formations jusqu'au bac+5, organisés au sein du pôle de compétitivité Innov'alliance, de Food'in Paca, de l'ISEMA, de l'Université d'Avignon, ou encore de l'Isara, première école d'ingénieur agronome à s'implanter dans la région Sud grâce à cette aide.

Ecrit par le 5 février 2026

Ce projet s'adresse à l'ensemble des publics (étudiants, apprentis, salariés, demandeurs d'emploi, personnes en reconversion...), de niveau infra-bac à bac+5, en formation initiale et continue. Le programme vise à former les acteurs des métiers de la production agricole ou agroalimentaire, de la qualité, de la recherche et du développement, mais aussi du marketing, du commerce ou de la distribution.

Le Grand Avignon assurera le pilotage du projet avec l'appui d'un conseil scientifique coprésidé par l'Université d'Avignon et l'Inrae. L'objectif est de former 5 270 étudiants et salariés à l'horizon 2030 et de financer 11 organismes de formation.

Camaret-sur-Aigues : l'usine Zapetti met les produits frais et locaux à l'honneur

Ecrit par le 5 février 2026



L'usine de [Zapetti](#), située à Camaret-sur-Aigues, est l'une des onze usines du groupe [Cofigeo](#). Connue surtout pour ses plats cuisinés italiens, la marque travaille essentiellement avec de la tomate fraîche locale depuis sa création en 2005.

C'est sous une météo pluvieuse que le site de Raynal & Roquelaure et Zapetti de Camaret-sur-Aigues a accueilli la presse il y a quelques jours afin d'ouvrir les portes de son usine et de dévoiler son savoir-faire. Née en 1967, l'usine de Camaret est rachetée par Raynal & Roquelaure, qui fait partie du groupe Cofigeo, en 2003. La marque Zapetti, elle, a été lancée deux ans après. Cofigeo regroupe donc ces deux marques, ainsi que Petitjean, Garbit, et William Saurin.

À sa création, Zapetti est spécialisée dans les plats cuisinés appétisés italiens et les sauces. En 2009, la marque s'étend au marché des sauces pour pâtes. Aujourd'hui, elle est surtout connue pour ses raviolis ou cannellonis pur bœuf, ou encore pour sa sauce pizza cuisinée.

Ecrit par le 5 février 2026



Ecrit par le 5 février 2026



Zapetti propose plusieurs recettes réalisables avec ses produits sur ses réseaux sociaux [Facebook](#) et [Instagram](#). ©Zapetti

Camaret, une usine particulière

En tout, Cofigeo comptabilise 11 sites de production, ainsi que son siège social. L'usine de Camaret-sur-Aigues est la seule du Sud-Est, et elle dispose d'un savoir-faire unique pour la préparation des raviolis, des cannellonis, et du taboulé. L'usine a d'ailleurs obtenu de nombreuses certifications telles que les

Ecrit par le 5 février 2026

certifications Bio, VBF, Halal, Tesco, Lidl, IFS Food, BRC, ou encore ISO 14001. Ces dernières garantissent notamment la prise en compte des enjeux environnementaux, ou encore le fait que l'usine soit irréprochable aux niveaux de la sécurité et de l'hygiène.

Un autre point propre au site de Camaret : son stockage, ou plutôt son non-stockage. « Il y a très peu de stockage de boîtes sur le site, une fois qu'elles sont faites, elles sont directement prêtes à partir, c'est un point particulier de l'usine de Camaret », explique Cédric Grinand, responsable amélioration continue du site camaretois. Toute la journée, les machines tournent à plein régime. De la cuisson de la viande, jusqu'à l'étiquetage, en passant par le découpage des pâtes en raviolis ou cannellonis, par la mise en boîte, ou encore par la stérilisation des contenants, tout se fait en une journée, ou deux maximum. Un seul atout est commun à tous les sites du groupe Cofigeo : la qualité du produit.

Une usine qui mise sur le local

« Zapetti à Camaret est très ancré sur le produit local », affirme Cédric Grinand. Les tomates, symboles de la marque qui figurent même sur son logo, sont cultivées entre Valence et Tarascon. La marque met un point d'honneur à faire travailler les producteurs locaux et à proposer aux consommateurs des produits de qualité réalisés avec de la tomate fraîche. La viande, également, provient de France, et non plus d'Europe comme il y a quelques années.

Cependant, l'approvisionnement en produits locaux exclusivement peut parfois présenter quelques problèmes. « L'usine subit également les aléas météorologiques puisqu'on travaille essentiellement avec de la tomate fraîche », développe Cédric. Ainsi, la météo va influencer la qualité du fruit, qui va lui-même influencer le produit final Zapetti. La marque compte sur la qualité du produit afin de pouvoir réaliser ces 100 recettes différentes. En 2021, l'usine a réalisé un volume de plus de 34 000 tonnes, dont 73% sont des plats cuisinés italiens, 15% des sauces et 12% des plats exotiques. Cette année, elle compte produire la même chose, malgré les difficultés liées à une fermeture historique de l'usine en janvier dernier à cause de la montée du prix du gaz, qui a retardé la production d'un mois. Ainsi, l'usine de Camaret va devoir réapprovisionner les stocks sur 11 mois au lieu de 12. Même si Zapetti commence à apercevoir la lumière au bout du tunnel, il lui est tout de même difficile de remonter la pente.

Pour ce faire, 184 salariés se démènent chaque jour, afin que les consommateurs soient satisfaits au mieux des produits qu'ils achètent. Une trentaine d'intérimaires viennent compléter l'équipe selon les périodes. Et même ces travailleurs, sont pour la plupart locaux, comme c'est le cas de Cédric Grinand. « J'ai vécu à Camaret de mes 6 ans à mes 20 ans, et je suis revenu il y a quelques années pour travailler ici », explique-t-il. Il affirme également que la plupart des employés, jusqu'aux agents de maîtrise, sont des personnes qui vivent à Camaret et ses alentours depuis de nombreuses années.

Ecrit par le 5 février 2026



Cédric Grinand explique comment la farce est fabriquée afin d'être insérée dans les raviolis ou les cannellonis par exemple. ©Vanessa Arnal

Une nouvelle réputation du plat cuisiné

Le choix de travailler avec des produits locaux est un argument indiscutable pour de nombreux consommateurs qui le considère comme un gage de qualité. Pendant très longtemps, le produit en boîte avait une assez mauvaise réputation car le milieu de l'agroalimentaire sous-estimait ce produit, et ce qu'il y avait à l'intérieur. Aujourd'hui, cette réputation tend à s'inverser, d'une part grâce à l'approvisionnement en produits frais et locaux, mais aussi grâce aux nombreux efforts fournis par Zapetti.

Il y a quelques années, une grosse partie des recettes de plats cuisinés a été retravaillée afin d'éviter les arômes. Aujourd'hui, 90 à 95% des produits Cofigeo sont en nutriscore A ou B. L'objectif est d'atteindre 100%. Une autre priorité du groupe : baisser le taux de sel dans ses produits. Si la consommation de sel diminue de plus en plus, il permet tout de même la conservation et le rehaussement du goût. Le supprimer totalement serait utopique. Ainsi, les produits de la marque Zapetti présentent environ 1% de

Ecrit par le 5 février 2026

sel chacun. L'objectif serait d'atteindre 0,7% d'ici 2024.

L'objectif de Zapetti reste donc inchangé depuis sa création : proposer un produit toujours plus qualitatif, avec du goûts, sans arômes ajoutés, donc avec des produits frais et locaux. Ainsi, les attentes du consommateurs sont la priorité du groupe Cofigeo.

'1844' et 'Clavel', la double signature emblématique pour le berlingot de Carpentras



C'est en 2018 que Caroline et Michaël Pomies rachètent la marque à Serge Clavel, artisan-confiseur et pape du berlingot depuis 4 générations. Lui, a gardé sa boutique ancestrale sur la célèbre place des platanes à Carpentras. Eux, en 2022 se sont installés sur la zone des Escampades à Monteux sur 550m² flambant-neufs avec aujourd'hui une équipe de 7 personnes.

Ecrit par le 5 février 2026

« En fait, il s'agissait d'une reconversion, explique le patron, Michaël Pomies. Ma femme, Caroline, était secrétaire de direction, moi je travaillais dans l'agro-alimentaire, les fruits confits et nous avons eu envie de changer de vie. Nous avons pris ce virage et nous en sommes ravis. »

Ils commercialisent deux marques, '1844' pour les épiceries fines, 'Clavel' pour tout le reste. Mais les spécialités-maison bénéficient des mêmes préoccupations environnementales, 100% écoresponsables avec des emballages et des films de papillotes compostables et biodégradables, des fruits et miels provenant de producteurs locaux, des confiseries sans agents de conservation.

Et la gamme des saveurs et des arômes est sans fin. Berlingots rouges à la menthe, à l'amande, à l'anis, au caramel, à la cerise, à la fraise, à la lavande, à la réglisse, à la pomme, bonbons aux agrumes, au miel, aux coquelicots, à la violette, chouchous (cacahuète caramélisée), sucettes à la framboise, au cola, au citron ou encore pâtes de fruits à l'abricot, à la clémentine corse, aux marrons d'Ardèche, au melon de Cavaillon, à la pêche de la Vallée du Rhône, à la cerise noire...



Chaque année, la confiserie produit environ 35 tonnes de berlingots. © Confiserie 1844-Facebook

Un peu de douceur dans un monde brûlé

« Nous conjuguons tradition et modernité en alliant un savoir artisanal ancestral avec des recettes simples à base de colorants végétaux (radis, spiruline) et des miels de producteurs locaux », ajoute

Ecrit par le 5 février 2026

Caroline Pomies qui insiste sur l'importance des employés : « Ils sont jeunes, moyenne d'âge 36 ans, sans eux, leur énergie, leur dynamisme et leur créativité, nous ne serions rien ».

Malgré la crise sanitaire et la hausse exponentielle du coût de l'énergie, la confiserie continue ses investissements. Il est vrai qu'elle a une production en hausse puisque, dans ce monde brutal, la demande de douceur est là : 35 tonnes de berlingots, bonbons et sucettes vendues par an et 15 tonnes de pâtes de fruits. Tout est commercialisé en France et en Europe. Mais on ne compte pas non plus les touristes venus de Chine, du Japon, d'Australie, des Etats-Unis, de Nouvelle-Zélande ou d'Amérique du Sud et de Russie qui viennent dans les boutiques de Provence remplir leurs valises de berlingots à la lavande ou de sucette à la fleur de sel et au caramel. Quant au chiffre d'affaires, il explose avec une croissance à deux chiffres : +25%.

Contacts : 796 A Avenue Cugnot 84 170 Monteux

www.confiserie1844.fr

contact@confiserie1844.fr

04 90 67 31 30

Ecrit par le 5 février 2026



Ecrit par le 5 février 2026

Westfalia vient d'inaugurer sa nouvelle mûrisserie de fruits exotiques à Graveson



Comme nous l'avions annoncé il y a 1 an, le groupe [Westfalia fruit international](#), spécialiste de l'importation, du murissage et de la distribution de fruits tropicaux et subtropicaux toute l'année, vient d'inaugurer sa nouvelle mûrisserie de fruits exotiques située à Graveson.

D'une surface totale de 5 450m², bâti sur un terrain de 21 232m², le nouveau site regroupe plusieurs chambres de mûrissement bénéficiant des dernières technologies. Le bâtiment intègre également des bureaux et locaux sociaux (750m²), un atelier de conditionnement et de stockage de produits (4 600m²), ainsi que des locaux techniques (100m²).

Réalisé par l'avignonnais [GSE](#), le bâtiment est doté d'une centrale photovoltaïque de 1 450m² installée sur le toit. Exploitée en autoconsommation, elle doit permettre de compenser une majeure partie de la

Ecrit par le 5 février 2026

consommation électrique du site.

Des avocats pour approvisionner le marché méditerranéen

Inauguré par Terry Moore, président du conseil d'administration de [Westfalia Fruit](#), le site se trouve « à la pointe de la technologie est moderne à tous points de vue, explique le groupe. Des méthodes de stockage de haute technologie aux salles de maturation les plus modernes pour garantir des avocats de la plus haute qualité. L'ouverture de Graveson permet à Westfalia Fruit d'approvisionner localement nos clients, notamment dans le sud de la France, l'Espagne et l'Italie. »

L.G.



© DR

Energie : partenariat inédit entre VPA et Enedis pour une meilleure attractivité du

Ecrit par le 5 février 2026

Vaucluse



Vaucluse Provence attractivité (VPA) et Enedis Vaucluse viennent de signer une convention de partenariat dans l'accompagnement aux entreprises et start-up voulant s'installer sur le territoire vauclusien. Un accord qui a eu lieu dans les locaux carpentrassien de Green spot technologies , première entreprise à bénéficier de ce nouveau dispositif visant à renforcer l'attractivité économique du département.

Une première régionale de la part d'Enedis, gestionnaire du réseau public de distribution d'électricité, représenté par [Sébastien Quiminal](#), directeur d'Enedis Vaucluse, qui s'est déroulée dans les locaux de l'entreprise [Green spot technologies \(GST\)](#), [nouvellement implantée à Carpentras](#). Start up d'origine néo-zélandaise fondée par la brésilienne [Ninna Granucci](#), GST est la première entreprise à avoir bénéficié de ce nouvel accord.

Ecrit par le 5 février 2026

Lire également :

[**"La startup agroalimentaire Green Spot Technologies s'implante à Carpentras"**](#)

Un accord qui va plus loin que l'implantation d'une seule start-up

L'apport d'Enedis dans cet accord nouvellement signé est d'accélérer et de faciliter encore plus l'implantation d'entreprises pour faire rayonner le territoire à différents niveaux.

Prévenu en amont par VPA de la volonté d'entreprises de s'implanter en Vaucluse, Enedis s'engage donc à mettre en relation ces sociétés avec un conseiller qui sera l'interlocuteur privilégié entre le gestionnaire du réseau d'électricité et le nouvel arrivant. Le but étant de veiller à une bonne qualité de fourniture en électricité et donc favoriser l'implantation de ces nouvelles entreprises sur le territoire vauclusien.

« Le Vaucluse dispose d'une bonne qualité de fourniture électrique favorable à l'implantation de nouvelle industrie. »

Sébastien Quiminal, directeur d'Enedis Vaucluse

« L'objectif de cet accompagnement est de prendre en compte la capacité et le maillage du réseau électrique local dans l'installation rapide et confortable de l'entreprise sans complication majeure liée au raccordement », explique Sébastien Quiminal qui rappelle également que « le Vaucluse dispose d'une bonne qualité de fourniture électrique favorable à l'implantation de nouvelle industrie. »

La convention de partenariat lie les deux structures, VPA et Enedis, pour les deux prochaines années.

Au cœur de la cible de VPA

« En facilitant l'accès au réseau d'énergie, nous avons permis l'implantation de Green spot technologie, se félicite [Pierre Gonzalvez](#), président de Vaucluse Provence attractivité, co-signataire de cet accord. VPA se donne pour mission de valoriser, accompagner et dynamiser le territoire en prospectant de nouvelles entreprises comme cela a été le cas avec Green spot technologie qui représente le cœur de cible de notre agence car elle est innovante, circulaire dans ses échanges et participe à des relations nationales et internationales. ».

Pour Sébastien Quiminal, le choix de GST est aussi justifié « car en accélérant et en facilitant l'implantation d'entreprises qui ont une volonté de 'décarboner' leur production, nous satisfaisons aux valeurs d'Enedis et ce d'autant plus que GST ambitionne une production 'zéro déchets'. »

« Dans tous les cas, tout ce qui facilite les démarches des entreprises souhaitant s'installer sur notre territoire est une bonne chose pour nous et pour le Vaucluse », poursuit [Cathy Fermanian](#), directrice générale de Vaucluse Provence attractivité.

Une entreprise aux objectifs et valeurs dans l'air du temps

Green spot technologie devient donc une entreprise ambassadrice de cette volonté commune de développement de l'attractivité des territoires des deux partenaires.

Ecrit par le 5 février 2026

GST, dont l'usine est maintenant installée dans la zone du Marché gare, a pour ambition d'embaucher d'ici la fin de l'année une quinzaine d'employés et, à terme, de se développer pour atteindre une centaine d'employés.

Nina Granucci, [récemment distinguée par le Prix de l'Union européenne des femmes innovatrices](#), a fondé cette entreprise à l'issue de sa thèse en Nouvelle-Zélande où elle a développé [un moyen de production de farines fermentées à hautes valeurs ajoutées produites par fermentation de coproduits](#) (ndlr : dit aussi 'fermentation en milieu solide' nécessitant 20 fois moins d'eau qu'une fermentation en milieu liquide) en valorisant les restes alimentaires encore consommables et utilisables provenant des productions agro-alimentaires industrielles (essentiellement aujourd'hui la pomme, la tomate et la drêche de brasserie).



Nina Granucci, créatrice de GST, et Benoît de Sarrau, directeur technique de Green spot technologie ont mis au point un procédé innovant fermentation en milieu solide permettant de valoriser les restes alimentaires provenant des productions agro-alimentaires industrielles. © Alain Hocquel/ VPA

Lire également :

[“Prix de l'Union européenne des femmes innovatrices pour la néo-vauclusienne Ninna Granucci”](#)

« Nous voulons devenir un acteur industriel majeur de la chaîne de valeur agroalimentaire tout en

Ecrit par le 5 février 2026

gardant notre ambition zéro déchet et en diminuant les tensions sur les ressources », complète [Benoît de Sarrau](#), directeur technique de GST dont la production à l'échelle industrielle devrait véritablement débuter durant le 1^{er} semestre de cette année.

« Des acteurs locaux pour une portée internationale », c'est l'objectif de la fondatrice de GST dont le siège et la R&D se situent à Toulouse et dont Carpentras sera le 1^{er} site de production. Une implantation en Vaucluse justifiée par l'existence d'un 'gisement' de coproduits liée à la présence d'une forte activité agricole ainsi qu'agro-alimentaire.

Pour se développer, GST, qui bénéficie déjà d'un budget d'investissement public, lance également une levée de fonds de l'ordre de 6 à 7M€ pour un investissement intermédiaire total d'environ 10M€.

[*Maylis Clément*](#)

Châteaurenard : certification Ecocert pour la nouvelle gamme de Peruzzo

Ecrit par le 5 février 2026



Peruzzo group vient d'obtenir la certification Ecocert pour sa gamme d'agrumes 'Bo&Bon'. Pour l'entreprise basée à Châteaurenard, cette certification atteste d'une agriculture biologique pour cette nouvelle gamme lancée en 2021 « à la qualité gustative exceptionnelle et aux emballages écoresponsables ».

Dans ce cadre, le groupe situé dans la zone industrielle des Iscles a aussi lancé de nouveaux labels permettant d'identifier l'origine, la qualité et la conformité des produits.

« Bo&Bon est plus qu'une marque, c'est un label que nous lançons et qui garantit la qualité des fruits et légumes à un prix raisonnable, explique Tony Saglietto, directeur du Groupe Peruzzo. Nous travaillons avec des producteurs partenaires soigneusement sélectionnés, privilégions les circuits courts et une agriculture réfléchie avec des fruits et légumes récoltés, à maturité pour préserver toutes les saveurs. »

Ecrit par le 5 février 2026



Les clémentines 'vert lemon' certifiées Agriculture biologique. © Peruzzo group

Cette première obtention de la certification sur la gamme d'agrumes en annonce d'autres pour diverses gammes de variétés de fruits et légumes proposées par Peruzzo. En tout, une quinzaine de variétés est visée. Pour les fruits : melons, raisins, abricots, pêches, cerises, tomates, avocats, pommes et poires. Pour les légumes : courgettes, aubergines et pommes de terre.

Développement sur le marché des fruits 'spéciaux'

Le groupe Peruzzo, créé en 1982 par Alexandre Peruzzo, n'entend pas s'arrêter ici dans sa démarche pour se démarquer. Ainsi, pour son 40^e anniversaire, l'entreprise a continué de développer son marché de fruits 'spéciaux' en proposant durant l'automne dernier la clémentine vert lemon cultivée à Sorrento en Italie. Ce n'est pas le premier produit étonnant vendu par Peruzzo, en effet, la société propose aussi le kiwi rouge Rossy, dont l'entreprise détient la licence exclusive, mais aussi les Oranges Chocolat et Vanille, le Raisin Italia Lucas Oro, la Clémentine de Calabre...

Ecrit par le 5 février 2026



Les Kiwis rouges et jaunes. © Peruzzo group

« L'innovation passe aussi par nos assiettes. »

« Chez Peruzzo, nous souhaitons répondre au mieux aux attentes des consommateurs en leur proposant toujours plus de choix, poursuit Tony Saglietto. En matière de clémentines, tout le monde connaît la clémentine corse ou espagnole. Nous avons pris le parti de proposer un fruit que l'on ne voit nulle part ailleurs avec la Clémentine Vert Lemon. L'innovation passe aussi par nos assiettes. »

Peruzzo, qui compte 15 employés et qui destine ses produits d'origine européenne au marché français, a affiché un chiffre d'affaires de 12M€ en 2021 après avoir réalisé 10,7M€ en 2020.

Maylis Clément

Ecrit par le 5 février 2026

