

Ecrit par le 31 janvier 2026

Trophée 'Madame artisanat' de la CMA : les candidatures sont ouvertes



Pour valoriser le parcours des 800 000 femmes du secteur de l'artisanat et susciter des vocations, les Chambres de métiers et de l'artisanat, dont [celle de Paca](#), lancent la troisième édition du prix 'Madame artisanat', avec le soutien du [groupe AXA](#).

Les deux premières éditions ont été l'occasion de distinguer des femmes, dirigeantes d'entreprises artisanales ou jeunes talents du secteur, pour leur parcours et leur détermination. Cette troisième édition affiche la volonté d'inspirer les femmes à se lancer dans les métiers de l'artisanat, en empruntant le chemin de l'entrepreneuriat ou de la formation par apprentissage. Les cheffes d'entreprise artisanale, les collaboratrices et les apprenties pourront ainsi candidater, avec l'aide de leur CMA.

Ecrit par le 31 janvier 2026

Trois catégories

Trois catégories différentes. Le trophée 'Madame artisanat' récompensera une femme, cheffe d'entreprise, œuvrant depuis au moins 3 ans dans une entreprise artisanale. Le trophée 'Madame apprentie' récompensera une apprentie en formation dans l'un des CFA du réseau des CMA. Le trophée 'Madame engagée' valorisera les projets en faveur de l'économie de demain. Un prix 'Coup de cœur' sera également remis par AXA parmi l'ensemble des dossiers présentés, toutes catégories confondues.

Jusqu'au 31 janvier 2022

Ce nouveau partenariat noué avec AXA prend révèle l'engagement du groupe à promouvoir des actions en faveur des questions sociales, dont l'inclusion des femmes dans l'univers de l'artisanat fait partie. Le prix peut également compter sur le parrainage de [Nathalie Schraen-Guirma](#), animatrice radio/TV, ainsi que sur le soutien de [Bouge ta boîte](#), réseau business féminin et de [FCE France](#), association de femmes cheffes d'entreprise. Les candidatures sont ouvertes jusqu'au 31 janvier 2022, par mail à Carine Truchet : c.truchet@cmar-paca.fr. Après délibération du jury en février, la remise des prix aura lieu le 1er mars 2022.

L.M.

Chambres des métiers : 'La voix des artisans' en tête dans le Vaucluse et en région

Ecrit par le 31 janvier 2026



Avec 995 bulletins exprimés en sa faveur, la liste 'La voix des artisans' de l'U2P vient d'arriver en tête dans le Vaucluse à l'occasion des élections des Chambres de métiers et de l'artisanat qui viennent de se tenir du 1er au 14 octobre 2021. Dans le département, la liste conduite par Yannick Mazette devance celle de 'Fier d'être artisans' de Philippe Catinaud (771 voix) portée par la CPME et la Fédération du BTP notamment. Lors de ce scrutin, où le taux de participation départemental s'est élevé à 5%, 22 983 électeurs vauclusiens étaient appelés à s'exprimer.

Dans le même temps, au niveau régional 'La voix des artisans' totalise 6 613 bulletins contre 5 851 pour sa rivale qui arrive toutefois en tête dans les Bouches-du-Rhône ainsi que les Hautes-Alpes (voir détail des résultats dans le tableau ci-dessous).

Ecrit par le 31 janvier 2026

Nom des listes régionales :	LA VOIX DES ARTISANS - PROVENCE-	Fiers d'être Artisans Provence-Alpes-				Total des listes
Nombre de voix dans :						
CND des Alpes-de-Haute-Provence	469	397				866
CND des Hautes-Alpes	485	553				1038
CND des Alpes-Maritimes	1538	944				2482
CND des Bouches-du-Rhône	1514	1668				3182
CND du Var	1612	1518				3130
CND du Vaucluse	995	771				1766
Total région	6613	5851				

Les résultats du scrutin dans le Vaucluse

Un Vauclusien à la tête de la Chambre régionale

Fort de sa majorité, Yannick Mazette, tête de liste de 'La voix des artisans' et artisan boulanger et pâtissier à l'Isle-sur-la-Sorgue devrait donc être élu président de la Chambre de métiers et de l'artisanat de région Provence-Alpes-Côte d'Azur lors de l'assemblée générale d'installation qui se déroulera le lundi 8 novembre prochain (retrouvez ci-dessous le détail des élus vauclusiens).

En Vaucluse, le département accueille plus de 34 210 entreprises artisanales sur les 333 640 présentes en Paca, soit 65% des entreprises du secteur marchand. 24% sont des professions libérales techniques et du cadre de vie ; 23% sont des artisans du BTP ; 17% sont des professionnels libéraux de la santé ; 15% œuvrent dans les services ; 8% en hôtellerie restauration ; 6% en artisanat et commerce d'alimentation et 5% dans la fabrication.

La liste des élus vauclusiens

Ecrit par le 31 janvier 2026

	Rang	Nom, prénoms et sexe	Nom des listes	Catégorie	Inscrit à la section des métiers d'art (mettre un X si c'est le cas)
ELUS SIÉGEANT À LA FOIS AUX NIVEAUX RÉGIONAL ET DÉPARTEMENTAL		MAZETTE Yannick (M)	LA VOIX DES ARTISANS - PROVENCE-ALPES-	Alimentation	
		REPICHET - COISSIEUX Valérie (F)	LA VOIX DES ARTISANS - PROVENCE-ALPES-	Services	
		HERZOG Philippe (M)	LA VOIX DES ARTISANS - PROVENCE-ALPES-	Bâtiment	
		BONNET-BRUNA Pierre (M)	LA VOIX DES ARTISANS - PROVENCE-ALPES-	Fabrication	
		EL MAHNAOUI - KANDOUSSI Najet (F)	LA VOIX DES ARTISANS - PROVENCE-ALPES-	Alimentation	
		GARCIA Didier (M)	LA VOIX DES ARTISANS - PROVENCE-ALPES-	Bâtiment	
		SCANU - MALLET Corinne (F)	LA VOIX DES ARTISANS - PROVENCE-ALPES-	Fabrication - Métier d'Art	
		ROGER Didier (M)	LA VOIX DES ARTISANS - PROVENCE-ALPES-	Services	
		MAMALET Jean Christophe (M)	LA VOIX DES ARTISANS - PROVENCE-ALPES-	Alimentation	
		CALAMEL - SOLIS Pascale (F)	LA VOIX DES ARTISANS - PROVENCE-ALPES-	Bâtiment	
		CATINAUD Philippe (M)	Fiers d'être Artisans Provence-Alpes-Côte d'Azur	Bâtiment	
		CEJUDO Pierre (M)	Fiers d'être Artisans Provence-Alpes-Côte d'Azur	Services	
		BEAUMONT Magali (F)	Fiers d'être Artisans Provence-Alpes-Côte d'Azur	Fabrication - Métier d'Art	
		BILIAU Jérôme (M)	Fiers d'être Artisans Provence-Alpes-Côte d'Azur	Services	
		MAQUAIRE Céline (F)	Fiers d'être Artisans Provence-Alpes-Côte d'Azur	Bâtiment	
		MILESI Anne-Sophie (F)	Fiers d'être Artisans Provence-Alpes-Côte d'Azur	Services	
ELUS SIÉGEANT UNIQUEMENT AU NIVEAU DÉPARTEMENTAL		OZANNE - FIGUIERE Isabelle (F)	LA VOIX DES ARTISANS - PROVENCE-ALPES-	Services	
		CIBRARIO Sandrine (F)	LA VOIX DES ARTISANS - PROVENCE-ALPES-	Fabrication - Métier d'Art	
		OTMANI Rabah (M)	LA VOIX DES ARTISANS - PROVENCE-ALPES-	Bâtiment	
		JEAN - CLOTA Catherine (F)	LA VOIX DES ARTISANS - PROVENCE-ALPES-	Services	
		BRUNET Laurent (M)	LA VOIX DES ARTISANS - PROVENCE-ALPES-	Alimentation	
		ROIGNAU Olivier (M)	LA VOIX DES ARTISANS - PROVENCE-ALPES-	Bâtiment	
		KROB Didier (M)	Fiers d'être Artisans Provence-Alpes-Côte d'Azur	Bâtiment	
		MICHEL François (M)	Fiers d'être Artisans Provence-Alpes-Côte d'Azur	Alimentation	
		GALLIX Jane (F)	Fiers d'être Artisans Provence-Alpes-Côte d'Azur	Alimentation	

Ecrit par le 31 janvier 2026

Artisanat : il y a eu davantage d'apprentis en Vaucluse en 2020



Malgré le Covid on a dénombré 1 690 apprentis dans le secteur de l'artisanat en Vaucluse en 2020. Un chiffre en hausse de 2% par rapport à l'année scolaire précédente 2018/2019. Au niveau régional, la nouvelle édition du baromètre ISM (Institut Supérieur des Métiers)-MAAF de l'artisanat fait également apparaître une hausse moyenne de 2% sur la même période. C'est le département des Hautes-Alpes qui

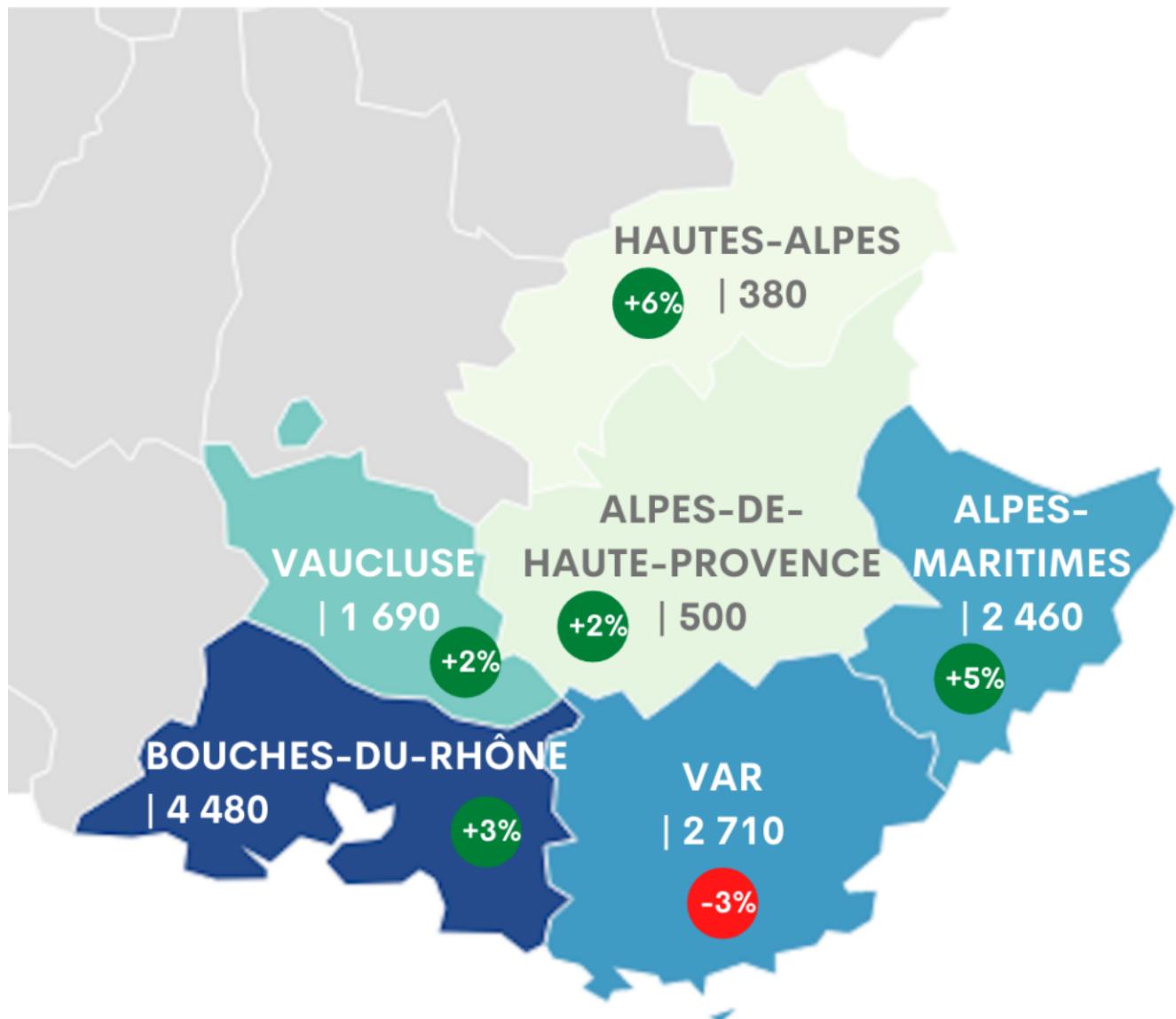
Ecrit par le 31 janvier 2026

enregistre la plus forte hausse (+6 %), devant les Alpes-Maritimes (+5%), les Bouches-du-Rhône (+3%), les Alpes-de-Haute-Provence (+2%) et le Var (-3%)

Deuxième département de France en nombre d'apprentis de l'artisanat, les Bouches-du-Rhône concentre le plus grand nombre d'apprentis de la région (4 480). En tout, en 2020 la région Provence-Alpes-Côte d'Azur totalisait 12 230 sur les 153 300 apprentis de l'Hexagone.

« Après une relative stabilisation des effectifs en 2018-2019, le nombre d'apprentis de l'artisanat augmente significativement dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur en 2019-2020, constate Marielle Vo-Van Liger, directrice marketing et communication MAAF. Le secteur, de par sa grande variété de métiers, attire de nombreux jeunes désireux de développer un savoir-faire aux côtés de professionnels qualifiés mais également, et de plus en plus, les individus en reconversion. Une dynamique encourageante permise par les campagnes de promotion de l'apprentissage menées depuis plusieurs années pour redorer le blason d'une formation trop longtemps délaissée et dévalorisée. »

Ecrit par le 31 janvier 2026



Nombre d'apprentis par département en 2019/2020 avec l'évolution par rapport à l'année scolaire 2018/2019.

Le BTP et la coiffure

Dans la région, les effectifs augmentent dans la plupart des secteurs au premier rang desquels le secteur du BTP qui enregistre une hausse de 4% (5 320 apprentis). Dans les secteurs de l'artisanat de

Ecrit par le 31 janvier 2026

l'alimentation et des services, ils enregistrent des hausses respectives de +3% (2 180 apprentis) et +1% (3 830). Seul l'artisanat de fabrication enregistre une baisse de -5% de ses effectifs en apprentis (900). Par ailleurs, en effectif ce sont les métiers de la coiffure et du jardinage qui attirent traditionnellement le plus grand nombre d'apprentis dans la région. En nombre d'apprentis, les cinq premiers diplômes préparés sont les CAP métiers de la coiffure (730 apprentis), les BP coiffure (690 apprentis), les CAP jardinier/paysagiste (550 apprentis), les CAP pâtissier (550 apprentis) et les CAP monteur en installations sanitaires (510 apprentis). Il s'agit de diplômes pouvant être préparés dès la sortie du collège, à l'occasion d'une réorientation et d'un second parcours mais aussi, pour les demandeurs d'emploi, lors d'une reprise de formation.

Des taux d'emploi supérieurs

Quel que soit le secteur, pour la grande majorité des apprentis de l'artisanat, l'insertion professionnelle se fait dans les 6 mois suivants la formation : 64 % des apprentis sont ainsi en emploi 6 mois après l'obtention de leur diplôme. C'est dans l'artisanat de fabrication que le taux d'emploi est le meilleur (69%) : les apprentis de ce secteur sortent en effet généralement avec un niveau de diplôme plus élevé. A titre de comparaison, seuls 40 % des étudiants qui se forment aux mêmes diplômes par la voie scolaire classique ont trouvé un emploi 6 mois après la fin de leur formation. Au moment de l'embauche, l'entreprise donne bien souvent l'avantage à l'ex-apprenti qui possède déjà une expérience du métier et, plus généralement, du monde professionnel.

« Dans le contexte de la difficile insertion professionnelle des jeunes, que la crise sanitaire est venue aggraver, les ex-apprentis possèdent un avantage indéniable, explique Catherine Elie, directrice des études et du développement économique de l'ISM. Leurs profils sont très plébiscités par les employeurs, de plus en plus regardants sur les expériences professionnelles passées de leurs potentielles nouvelles recrues ainsi que sur leur connaissance du monde du travail. Avec un taux d'emploi à 77 %, ce sont les ex-apprentis avec le niveau de diplôme le plus élevé - Brevet Professionnel, Brevet Technique des Métiers, BTS et supérieur - qui sont les plus avantagés. À noter que l'état du marché influe également significativement sur les débouchés : dans certaines spécialités très recherchées (ambulancier, couvreur ou bien encore boucher), le taux d'emploi est très élevé, pouvant atteindre 90% ! »

L.G.

Chambre de métiers : 'Fiers d'être artisans 84' dans les startings blocks

Ecrit par le 31 janvier 2026



« La Chambre des Métiers n'appartient pas à une seule famille professionnelle. » Le ton est donné par Bernard Vergier, président de la [CPME de Vaucluse](#) à l'occasion de la présentation de la liste vauclusienne 'Fiers d'être artisans' pour les élections à la Chambre des métiers et de l'artisanat se déroulant du 1^{er} au 14 octobre prochains. Il faut dire qu'en règle générale, et contrairement aux CCI (Chambre de commerce et d'industrie), chez les artisans les scrutins étaient souvent joués d'avance faute de combattants. Pour cette élection cependant, le résultat semble loin d'être joué entre [la liste sortante de l'U2P](#), dévoilée il y a une dizaine de jours, et celle 'Fiers d'être artisans' soutenue tout particulièrement par la CPME et la [Fédération du BTP](#) qui se sont associées au niveau national (ndlr : avec aussi le soutien du [CNPA](#), du [CNEC](#) et de la [FEP](#)).

« Il est nécessaire de proposer un choix démocratique lors de cette élection », insiste le patron de la CPME 84. Pour [Philippe Catinaud](#), métallier-serrurier au Thor et tête liste des 35 candidats vauclusiens de 'Fiers d'être artisans', il s'agit surtout de renouveler l'instance consulaire : « Depuis 50 ans, la CMAR (Chambre de métiers et de l'artisanat de région) est gérée par la même équipe alors si l'on veut du changement il faut une nouvelle dynamique. »

Ecrit par le 31 janvier 2026

Du service, de la formation et du développement

« L'enjeu de cette élection, poursuit Bernard Vergier, c'est de proposer davantage de services, d'améliorer la formation car nos apprentis d'aujourd'hui sont nos salariés de demain et, peut-être, nos futurs entrepreneurs. »

« Notre nouvelle équipe aura de nombreux défi à relever, poursuit Philippe Catinaud, également tête de liste régional en Provence-Alpes-Côte d'Azur. Comme attirer des jeunes motivés vers les métiers de l'artisanat. Il faudra aussi relever le défi de la modernité car nos entreprises ne fonctionnent plus comme auparavant. La Chambre doit aussi améliorer l'efficacité de nos artisans. »

Accompagnement vers la digitalisation

Pour 'Fier d'être artisans', cette volonté passe par un accompagnement vers la compétitivité et la digitalisation des entreprises artisanales. « Pour que cette transition numérique soit une réussite, nous devons mettre en place des outils de rapprochement vers leurs clients, y compris et surtout, dans les territoires ruraux, explique [Jérôme Billiau](#) de Sud Labo à Avignon. Avec cette volonté de digitalisation, l'objectif est de réduire la fracture numérique. »

Parmi ses propositions lors de cette campagne, la liste conduite par Philippe Catinaud veut aussi « accompagner les artisans face aux grands enjeux environnementaux et sociaux », « renforcer les relations avec les acteurs du financement pour optimiser l'accès au crédit, aux facilités de trésorerie et aux financements de projets » ainsi que « faciliter la mise en place de circuits courts sur tous les territoires et la coopération entre les entreprises ».

« Remettre l'artisanat au cœur des politiques publiques conduites dans les territoires. »

« Il faut remettre l'artisanat au cœur des politiques publiques conduites dans nos territoires », poursuit Jérôme Billiau.

Cette volonté se traduit notamment par un soutien aux valeurs de l'entreprise artisanale « passant par un développement, au sein des CFA, d'une offre de formation permettant à nos apprentis de devenir de vraies relèves pour nos entreprises », explique [Didier Krob](#), métallier à l'Isle-sur-la-Sorgue. « Il faut aussi agir pour que l'excellence soit au cœur de l'action des CFA grâce à l'élévation des niveaux, des concours nationaux ou régionaux, ou encore en créant un titre de 'Maître Artisan de France' qui valorise davantage nos compétences. »

Simplifier le quotidien des artisans

Mais avant tout, cette nouvelle liste a pour objectif de simplifier la vie des artisans de Vaucluse et de la région. Que ce soit en matière de création ou de transmission d'entreprise, accès aux marchés publics, de formalités. « Nous souhaitons aussi créer au sein des chambres de niveau départemental un guichet unique dédié aux entreprises en difficulté ainsi qu'une cellule de soutien psychologique », annonce Philippe Catinaud.

Ce dernier prône par ailleurs une meilleure concurrence saine et loyale : « Il faut défendre l'équité entre

Ecrit par le 31 janvier 2026

tous les chefs d'entreprises et toutes les entreprises. Mêmes droits, mêmes devoirs ! »

Cela passe par l'incitation à un affichage systématique de la provenance des produits artisanaux et à la mise en place d'une politique de transparence sur les produits ainsi que de pousser les collectivités à proposer une fiscalité incitative pour le développement des circuits courts. « Cela peut prendre la forme d'un label spécifique pour valoriser les entreprises du territoire », propose la tête de liste de Fier d'être artisans qui veut enfin renforcer la présence des agents de la Chambre de Métiers dans les entreprises (visite, conseil, financement...) « afin de revenir vers les territoires. »

L'enjeu de la mobilisation

Autre enjeu de cette élection : le niveau de mobilisation 24 000 artisans vauclusiens, représentant 210 métiers de l'artisanat, appelés à voter. Lors du dernier scrutin, près de 7% des ressortissants de la CMAR s'étaient exprimés.

« Il est regrettable que les gens se désintéressent de ces institutions qui leur sont pourtant si utiles », regrette [Christian Pons](#), le président de la Fédération du BTP 84.

Même son de cloche pour Bernard Vergier : « Il faut qu'ils se mobilisent car il faut qu'ils aient conscience que c'est leur maison. »

Au final, 'Fier d'être artisans' espère que le taux de participation dépassera 10% afin de légitimer le futur résultat ainsi que son ancrage dans le territoire.

Les 35 candidats 'Fiers d'être artisans 84'

La liste 'Fiers d'être artisans 84' compte quasiment autant de femmes que d'hommes. Par ailleurs, elle est constituée 23 métiers différent répartie en 14 représentants du bâtiment, 9 des services, 7 du secteur fabrication et 5 de l'alimentation.

Ces candidats sont : 1 Philippe Catinaud, Bâtiment, Métallier au Thor ; 2 Pierre Cejudo, Services, Nettoyeur à Avignon ; 3 Magali Beaumont, Fabrication, Brodeuse à l'Isle-sur-la-Sorgue, 4 Jérôme Billiau, Services, Imprimeur à Avignon ; 5 Céline Maquaire, Bâtiment, Installeur photovoltaïque à Bédarrides ; 6 Anne-Sophie Milesi, Services, Mécanicienne à Lapalud, 7 Didier Krob, Bâtiment, Métallier à l'Isle-sur-la-Sorgue ; 8 François Michel, Alimentation, Boulanger à Le Pontet, 9 Jane Gallix, Alimentation, Traiteur à Avignon, 10 Aurélien Foucot, Services, Carrossier à Avignon, 11 Valérie Martin, Fabrication, Tapissière à l'Isle-sur-la-Sorgue, 12 Nicolas Terraes, Services, Photographe à Avignon ; 13 Ghislaine Bourillon, Fabrication, Créatrice bijoux à Avignon, 14 Agathe Sapaly, Alimentation, Saurisseur à Caderousse, 15 Roberto Benet, Alimentation, Traiteur à Avignon ; 16 Emile Cavasino, Fabrication, Equipementier véhicule funéraire à l'Isle-sur-la-Sorgue ; 17 Corinne Musichini, Bâtiment, Menuisier à Saint-Saturnin-lès-Avignon ; 18 Sylvie Quatrefages, Fabrication, Créatrice bijoux à Pernes-Les-Fontaines, 19 Didier Andreis, Bâtiment, Maçon à Robion ; 20 Karim Kertit, Bâtiment, Peintre d'intérieur au Pontet ; 21 Coralie Coupe, Services, Coiffeuse à Avignon ; 22 Lorette Fabre, Services, Photographe à Sainte-Cécile-Les-Vignes, 23 Paul Tomaz, Services, Coiffeur à Avignon, 24 Gaëlle Roffler, Fabrication, Luthière au Pontet ; 25 Claude Aresi, Bâtiment, Menuisier à Althen-des-Paluds ; 26 Catherine Barascud, Bâtiment, Construction Maisons Individuelles à Entraigues-sur-la-Sorgue ; 27 Sophie Tramier, Services, Nettoyeur à Piolenc ; 28 Cédric Legoy, Bâtiment, Electricien à Velleron ; 29 Fabienne Chennoufi Alimentation, Traiteur à Avignon ; 30 Fabien Marino, Bâtiment, Maçon au Thor ; 31 Pierre Vincent, Bâtiment, Menuisier à Carpentras ; 32 Erika Biancone, Bâtiment, Maçon à Sorgues ; 33 Isabelle Fernandez, Bâtiment, Peintre à Apt ; 34 Pascal Isnard, Fabrication, Prothésiste dentaire à Avignon ainsi que 35 Lionel Vossier, Bâtiment, Charpentier à

Ecrit par le 31 janvier 2026

l'Isle-sur-la-Sorgue.



De droite à gauche : Philippe Piantoni, président de la Fédération régionale du bâtiment, Fabrice Zimmermann, tête de liste Hautes-Alpes, Valérie Maronne (Var), Daniel Salenc (Bouches-du-Rhône), Pascal Rolfo (Alpes-Maritimes), Alain Coudair (Alpes-de-Hautes-Provence), Philippe Catinaud (Vaucluse) et Alain Gargani Président de la CPME Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur. © François Moura

Carrefour vient à la rencontre des produits locaux

Ecrit par le 31 janvier 2026



L'enseigne de grande distribution Carrefour vient d'organiser un salon dédié aux fournisseurs et produits régionaux. L'événement vient de se tenir au parc des expositions d'Avignon. Il a permis d'accueillir 180 fournisseurs de produits locaux et régionaux. L'objectif était d'encourager la présence de ces produits dans les 22 hypermarchés, 124 supermarchés et 220 magasins Carrefour Proximité de l'enseigne de la région dans le Sud-Est (Alpes de Haute-Provence, Hautes-Alpes, Alpes-Maritimes, Ardèche, Bouches-du-Rhône, Corse, Drôme, Var, Vaucluse et Monaco). Ce salon a ainsi été l'occasion pour les producteurs et PME de présenter leurs produits à l'ensemble des managers alimentaires et directeurs des magasins de cette zone.

Attente forte des consommateurs

« Environ 80% de nos références sont disponibles chez Carrefour », expliquent [Sophie](#) et [Pierre d'Agay](#), nouveaux propriétaires de l'entreprise [Augier & Fils](#) basée à Vaison-la-Romaine.

« Notre produit phare est le miel de Provence avec ses saveurs lavande de Provence, lavande fine et fleurs de Provence, poursuivent ceux qui commercialisent une gamme de miels de très haute qualité chez Carrefour depuis 10 ans maintenant. Un produit d'une qualité exceptionnelle, fruit d'une sélection drastique réalisée par nos soins et qui dispose des deux labels IGP (Indication Géographique Protégée) et Label Rouge. Aujourd'hui, nous développons une nouvelle gamme de miel bio français et nous espérons

Ecrit par le 31 janvier 2026

pouvoir la rendre accessible à tous les clients de Carrefour qui ont une forte appétence pour les produits bio. »

8 031 produits locaux dans les magasins de la région

Pour Carrefour, les motivations sont doubles : répondre à une demande de plus en plus forte des consommateurs et consolider l'ancrage économique et sociétal local de l'enseigne. Le salon organisé à Avignon a ainsi permis à chacun de goûter, découvrir les modes de fabrication, rencontrer les entreprises et échanger avec leur dirigeant.

« Cette démarche s'inscrit pleinement dans la politique de Carrefour en matière d'offre de produits régionaux : plus de 62 000 références de produits locaux et régionaux en France, des origines locales privilégiées pour chaque magasin, et une réduction des impacts environnementaux des livraisons avec des circuits courts », précise [Florence Prost](#), manager régional de Carrefour Sud-Est où l'enseigne est aujourd'hui partenaire de 475 producteurs, éleveurs ou PME locaux, réunissant quelques 8 031 produits.

L.G.

Le moulin Bastide du Laval, de Cadenet à l'Elysée

Ecrit par le 31 janvier 2026



On ne compte plus les médailles d'or, d'argent et de bronze qui pluvent sur le moulin à huile Bastide du Laval niché à Cadenet. Certains rumineront que ce sont toujours les mêmes qui gagnent. D'autres répliqueront que si les mêmes noms sortent du chapeau, ce n'est justement pas au gré du hasard... Rencontre.

30, c'est le nombre d'hectares de l'exploitation, répartis entre les oliviers, la vigne et les bois. Le lieu nous marque à l'arrivée, authentique. Une œuvre d'art onirique trône devant le moulin, la terrasse spacieuse et lumineuse invite à l'évasion et l'oliveraie en fond nous appelle de son chant estival. Visiter le moulin Bastide du Laval est une expérience à vivre au moins une fois.

Roland Coupat reçoit, explique, répond au téléphone, toujours avec bienveillance et humilité. Il nous explique pourquoi le moulin est unique, sa rigueur et son intransigeance sur la qualité de l'or vert. Arrive la visite des machines, chacune est une maille essentielle de la chaîne de production. Six groupes de colosses d'acier siègent dans la salle pour des centaines de milliers d'euros d'investissement. « Nous avons investit 400 000€ afin de multiplier par 3 nos capacités de production et continuer à répondre de manière qualitative à la demande », nous explique Roland Coupat.

Ecrit par le 31 janvier 2026



Le paradis n'est jamais bien loin... © Moulin Bastide du Laval

Au moulin Bastide du Laval, une journée maximum s'écoule entre la récolte à la main et l'étape de trituration, 2h pour l'huile de top qualité du doux nom d'Ardence. Une rapidité d'exécution et une charte qui expliquent en partie les cinq médailles d'or remportées au Japon l'année dernière. « Les asiatiques sont très friands de nos huiles et les chefs étoilés des deux pays travaillent beaucoup ensemble », souligne Roland Coupat. Le moulin a également raflé l'or en Toscane, la « Mecque des fruitées vert » comme l'appelle le patriarche.

Ce qui fait la différence ? La rigueur du duo père-fils. C'est simple, chaque millésime est dégusté par les Coupat, installés confortablement près de la machine. Une vingtaine de paramètres est alors passée au crible et modifiée avec une précision d'orfèvre pour aboutir au breuvage parfait : température, malaxage, trituration, vitesse d'approvisionnement, extraction... L'homme fait fi du hasard lorsqu'il s'agit d'huile d'olive. Seule une science empirique et redoutable donne vie à l'élixir parfait.

Ecrit par le 31 janvier 2026

Rapidement, il nous présente son chérubin de 30 ans, digne successeur de la firme, « je vous laisse avec le nouveau patron, on signe officiellement la paperasse dans quelques jours. » C'est que Roland Coupat a généreusement œuvré, d'autres projets lui font de l'œil. Le chef d'entreprise s'en va la tête haute et en toute quiétude, « j'ai une équipe formidable, je ne me fais absolument pas de soucis pour la suite de l'aventure. »

Du tourisme à l'or vert

Roland est petit fils de vignerons du Beaujolais, Carine est petite fille de paysans de la Drôme. Ils échappent pourtant à l'appel de la Terre et sont passionnés par l'aventure de l'entreprise. Après une carrière dévorante dans le tourisme aux Etats-Unis puis en France, ils vendent tout, maison et sociétés et ont le coup de foudre pour le domaine viticole d'une trentaine d'hectares dans ce petit village du Luberon. Ils s'attèlent pendant quelques mois à réorganiser le domaine et plantent plusieurs milliers d'oliviers.

Afin de laisser aux arbres le temps de grandir, ils s'appuient sur leur expérience américaine et créent en juillet 1999 'Auto escape', une société dont l'activité est basée sur un concept encore nouveau en France: courtier en location de voitures. La société se développe rapidement et 50 salariés rejoignent la structure à Pertuis. Devenue n°1 en France, elle attire les investisseurs et Roland et Carine décident de céder leur société au moment où elle entre en bourse. Elle sera ensuite rachetée par Expedia, n°1 mondial du tourisme en ligne.

Ecrit par le 31 janvier 2026



Entre père et fils. © Moulin Bastide du Laval

Entre temps, les arbres ont grandi, d'autres oliviers ont été plantés et aujourd'hui, l'exploitation compte 4000 arbres répartis sur 15 hectares. Dans le même temps, Carine et Roland se sont formés patiemment à toutes les pratiques et techniques oléicoles en France et en Italie. Roland a complété sa formation en obtenant en 2010 un diplôme d'oléologue à l'université de pharmacie de Montpellier. Il est dégustateur certifié, et est régulièrement membre du jury dans des concours prestigieux comme le [Concours général agricole de Paris](#).

Léo Coupat aux commandes

L'évolution amenait tout naturellement à la création d'un moulin à huile d'olive, cœur de l'activité oléicole d'un village ou d'une région. 2020 est une année de transmission au fiston, Léo, titulaire d'un Master en Management de [Skema Business school](#), du diplôme d'oléologue et du statut de dégustateur officiel du [Conseil oléicole international](#). Le jeune homme est né et a vécu ses 7 premières années au Etats-Unis. Il y a travaillé en tant que manager de restaurant à Los Angeles, puis il se lance dans un projet et étudie les habitudes de consommation des américains incluant le 'take away' (à emporter). « J'aime beaucoup les Etats-Unis mais la différence culturelle est très importante », reconnaît Leo

Ecrit par le 31 janvier 2026

Coupat.

De retour à Paris, il se lance alors dans une aventure entrepreneuriale et crée '[Trésor d'olive](#)', sa marque référencée dans 400 GMS françaises (Grandes et moyennes surfaces). « J'ai réalisé que très peu de marques françaises s'affichaient en rayon. La France importe ses huiles à 95%, l'huile française se vend bien mais le pays n'est pas tout à fait prêt à répondre à la demande, pointe le fils Coupat. J'ai alors voulu mettre en avant ce savoir-faire, une volonté partagée par la grande distribution. »



On ne les compte plus... © Linda Mansouri

Hors de question toutefois de cannibaliser l'activité des parents. Les choses sont claires dès le départ, les deux activités sont complémentaires, non concurrentes. « Mes parents me prêtaient leurs machines, et puis un jour mon père m'a proposé de reprendre la société », se remémore-t-il. Ce qui l'a convaincu ? La liberté d'action et de manœuvre : « j'avais carte blanche pour le développement stratégique, tant que j'étais efficace et que je faisais les choses correctement. » La pression des premiers jours laisse

Ecrit par le 31 janvier 2026

rapidement place au plan d'action et aux réussites. Le pari est relevé avec brio. Deux ans après, le chiffre d'affaires est multiplié par deux.

« Mon père a plus de 20 ans d'expérience, alors il est certain que j'aurai encore besoin de son expertise, poursuit-il. Une deuxième personne me complétera sur le volet technique et les décisions stratégiques ». Et d'ajouter avec ironie: « je ne peux pas être au four et au moulin ! » Question positionnement marketing et image de marque, Léo maintient sa ligne claire.

« J'ai envie que mes huiles soient accessibles par tous les publics, que le prix ne soit pas volé, mais en corrélation directe avec les coûts de production », ambitionne Leo Coupat. Les huiles du moulin s'exportent par le biais de revendeurs dans quelques pays tels que l'Angleterre ou le Japon, mais l'essentiel est consommé en France. Il est toujours plus avantageux de vendre chez soi pour bénéficier d'une plus grosse marge. Au moulin, 75% du chiffre d'affaires provient de la boutique, vitrine provençale des délices de la région.

Et l'Elysée ?

Comme la flopée de prix distinctifs ne suffisait pas, les Coupat font directement de l'œil au plus haut sommet de la République. « Mes parents travaillaient avec un chef étoilé de l'Elysée, Guillaume Gomez. Il a tout simplement adoré nos échantillons et quelques semaines après, il commandait 50kg pour les cuisiner. Le nouveau chef des cuisines, Fabrice Desvignes, a eu la gentillesse de nous appeler pour poursuivre la collaboration. Je me suis donc rendu à l'Elysée pour faire goûter mes huiles. La chaîne M6 en a d'ailleurs profité pour nous suivre toute la journée dans le cadre d'un reportage TV », nous raconte Leo Coupat. Mais alors, qu'est-ce qui différencie le moulin des tas d'autres typiques de la région ? De l'avis de Léo, la palette d'huiles proposées pour satisfaire tous les goûts. 9 élixirs balaiant les saveurs, allant du fruité au citron en passant par le basilic et la tradition.

Ecrit par le 31 janvier 2026



Léo, Président ! © Bastide du Laval

Beaucoup plus qu'un simple moulin

Partie intégrante du moulin, nous sommes rapidement attirés par la boutique de 90m². Comme un aimant, l'ambiance chaleureuse nous appelle, on se sent 'comme à la maison'. Véritable vitrine de l'art de vivre en Provence, huiles d'olive et produits du terroir rigoureusement sélectionnés, coups de cœur décoration, cosmétiques et cadeaux sont proposés dans un cadre lumineux. Bastide du Laval est un lieu de partage de divers univers aussi variés que la gastronomie, l'art, le sport et le bien-être, la cosmétique et la beauté, le monde de l'entreprise et de l'éducation, l'agriculture... Une grande salle de 200m² et une cuisine équipée peuvent accueillir séminaires, réunions, conférences, formations et événements jusqu'à 100 personnes. L'extérieur est à disposition avec une vue magnifique sur le Luberon, le vignoble et une bastide provençale.

Ecrit par le 31 janvier 2026



Détrompez, vous êtes bien au moulin à huile... © Moulin Bastide du Laval

Récolte à la main

La culture des oliviers se fait selon les principes de l'agriculture biologique et ici, le fertilisant roi est... le fumier. Celui-ci, composté, est riche en micro-organismes et permet d'améliorer les qualités du sol. Il libère, lentement et sur une longue durée, les éléments minéraux qu'il contient (azote, phosphore et potassium) et dont les arbres ont besoin. La récolte se fait manuellement, avec peignes et filets. Le moulin enfin : « quand on a pris tant soin de son produit, il n'est plus envisageable de prendre des risques lors de sa transformation. » L'huile extraite de ses olives doit être absolument conforme à son ambition. D'où l'idée, lentement mûrie dans l'esprit de Carine et Roland, de construire un moulin et de se former pour « triturer » eux-mêmes leurs olives, c'est-à-dire en extraire l'huile.

Tout, dans le bâtiment, a été conçu pour un impact minimal sur l'environnement et une autonomie maximale en énergie : orientation, isolation, respect de l'authenticité du site, utilisation de matériaux nobles et locaux. Hors du moulin, cette même philosophie prévaut : les grignons d'olives sont ré-utilisés en biocombustible pour chauffer le moulin. La pulpe d'olives est épandue après compostage pour fertiliser les sols. Traiter les olives dans son propre moulin permet de réduire au maximum la durée entre

Ecrit par le 31 janvier 2026

récolte et trituration, évitant ainsi tout risque de fermentation ou de perte d'arômes.



Roland Coupat aux côtés de ses machines © Linda Mansouri

La machine qui sert à l'extraction est de toute dernière génération. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si la nouvelle arrivée est italienne, et plus précisément toscane, une région en pointe dans la fabrication d'huile d'olive au fruité vert. Il s'agit d'un moulin à deux phases, c'est-à-dire sans adjonction d'eau au cours de la trituration, ce qui permet à l'huile de conserver la plus grande partie des arômes contenus dans l'olive. Enfin, et dans ce même objectif, la technique d'extraction se fait à froid. Le produit phare, une huile typée « fruité vert », avec un taux d'acidité très bas, est le résultat de cet ensemble de facteurs, en particulier de cette méthode d'extraction, mais pas seulement ! Il faut aussi compter avec l'influence du terroir, les variétés, et la maturité optimale des olives.

Ecrit par le 31 janvier 2026



Place à la dégustation ! © Moulin Bastide du Laval

Quelles variétés d'olives ?

5, c'est le nombre de kilos d'olives nécessaires à la production d'un litre d'huile... « L' Aglandau (ou Verdale de Carpentras ou Béruguette selon les régions) est la variété d'olives la plus plantée en Vaucluse. C'est également la plus utilisée pour fabriquer les huiles d'olives de Bastide du Laval, bien qu'on trouve également les variétés Salonenque, Picholine, Bouteillan et Cayon. L'Aglandau et la Picholine sont les deux variétés françaises les plus riches en antioxydants, garants de bonne conservation de l'huile », nous explique avec gentillesse Julie Poullier, responsable communication. En bouche, on reconnaît leur présence par « l'ardence », c'est-à-dire un léger picotement en fond de gorge. Mention particulière pour les huiles aromatisées au citron et au basilic, rarement une huile n'aura autant stimulé notre palais à la dégustation.

Ecrit par le 31 janvier 2026



Ecrit par le 31 janvier 2026

Ecoutez le spécialiste. © Moulin Bastide du Laval

Plusieurs huiles pour tous les goûts

L'huile Fruité Vert (goût intense) se caractérise par un nez délicat avec des odeurs herbacées. En bouche, le fruité est intense et dominé par le végétal, l'artichaut cru, l'amande fraîche, le basilic. Et « n'oubliez pas, l'huile d'olive est un condiment, l'amertume et le piquant, gages de qualité et de fraîcheur, s'ils sont perçus lors de la dégustation, disparaissent quand ils sont associés à des aliments, » précise Léo Coupat. Seul demeure le fruité. Par ailleurs, le moulin a également développé toute une palette d'huiles aux arômes variés : la monovariétale Picholine (goût subtil), est plus douce avec un arrière goût de banane.

L'oliveraie se trouve dans la zone d'appellation d'Origine Protégée 'Huile d'olive de Provence', reconnaissance au Journal Officiel de l'Union Européenne, gage d'un terroir et d'un savoir-faire, mais aussi de traçabilité et de contrôle. L'huile Bastide du Laval porte donc l'appellation, certifiée en bio.



© Moulin Bastide du Laval

Le fruité noir (goût à l'ancienne - olives maturées) fait référence à la tradition en développant des

Ecrit par le 31 janvier 2026

arômes d'olives noires et de tapenade sans amertume ni ardence. L'huile au basilic bio qui broyé en même temps que les olives. Idem pour l'huile au citron bio, broyé et malaxé également avec les olives. L'huile à la truffe du Luberon est récoltée dans les collines de Cadenet et Cucuron.

Place à l'olétourisme

Après l'œnotourisme, l'oléotourisme est une notion qui a fait son chemin, portée d'un côté par des oléiculteurs qui savent que la rencontre directe avec leur clientèle est essentielle pour la sensibiliser à leur démarche de qualité, et de l'autre par des visiteurs impatients de pénétrer dans les coulisses d'un produit emblématique. Bastide du Laval a été pensé pour inviter le visiteur à s'attarder, pour mieux comprendre, sentir, déguster, apprendre...

Carine et Roland ont souhaité en faire plus qu'un lieu de transformation et de production, en développant un concept pédagogique autour du monde de l'olivier, de l'huile d'olive et de la Provence. Plusieurs formules de découverte s'offrent au visiteur (en Français et en Anglais) : pour les individuels : la visite est libre et gratuite. Un sentier balisé chemine parmi les oliveraies, des panneaux didactiques permettent de comprendre le fonctionnement du moulin et le tour se termine par une dégustation commentée et gratuite des huiles et vins du domaine.

Ecrit par le 31 janvier 2026



Ecrit par le 31 janvier 2026

Carton plein ! © Moulin Bastide du Laval

Et pour la suite ?

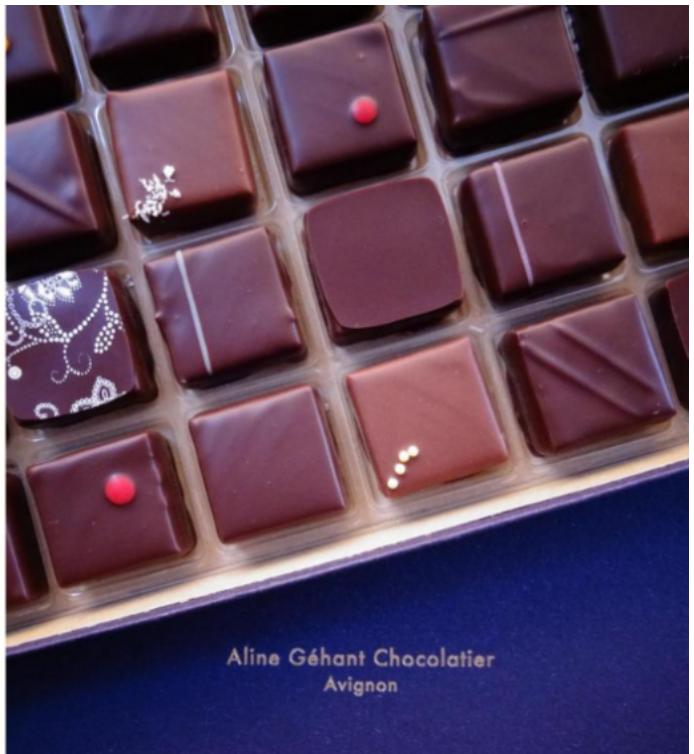
L'olive n'étant pas inépuisable, Léo souhaite développer la viticulture pour diversifier les revenus. Prochaine ligne dans l'agenda, envisager une collaboration avec les domaines emblématiques du territoire. « Ça ne sert à rien de planter pour planter, d'autres propriétaires de la région ont un savoir faire remarquable et trempent dans le métier depuis des décennies », reconnaît Leo Coupat. 17 000 bouteilles sortent du moulin par an, l'objectif est de tutoyer les 30 000.

« On ne souhaite pas mettre la charrue avant les bœufs, mais il existe des vins de table très bon et à prix abordable. Beaucoup de restaurants veulent travailler avec nous, nous en sommes ravis », se réjouit-il. Les propriétaires d'oliviers ? Ils sont chaleureusement invités à apporter leurs olives au moulin pour repartir avec leur propre huile. Le jeune entrepreneur est en perpétuelle réflexion, animé par l'envie de faire prospérer la firme. Quantité de projets planent en tête, dont le développement du volet événementiel. Vous l'aurez compris, chez les Coupat, on se triture l'esprit comme on triture les nobles fruits.

Informations pratiques : Bastide du Laval Moulin à huile d'olive & Domaine. La Royère, 84160 Cadenet. T. 04 90 08 95 80. www.bastidedulaval.com

CCI Vaucluse : 'Aline Géhant chocolatier' lauréat du Challenge du commerce

Ecrit par le 31 janvier 2026



La [CCI de Vaucluse](#) vient de remettre le prix du Challenge du commerce. '[Aline Géhant chocolatier](#)', situé 15 rue des trois Faucons à Avignon, est la lauréate du Vaucluse, son dossier sera présenté au concours national du challenge.

Chaque année, le 'Challenge national du commerce et des services' récompense le top national des commerçants les plus talentueux avec le 'Mercure d'or'. Il est organisé par CCI France et le réseau des Chambres de commerce et d'industrie, en partenariat avec la Macif. Après avoir organisé un comité de notation, la CCI de Vaucluse récompense les entreprises ayant pris soin de monter un dossier au niveau territorial. Plusieurs commerçants ont également été récompensés : le restaurant Cœur d'Artichaud (6 place de la Principale, Avignon), l'épicerie Le petit pot (10 place de la Principale, Avignon) et la fromagerie crèmerie Laiterie Gilbert (44 rue des Fourbisseurs, Avignon).

Quand le chocolat nous transporte

« Entrer dans la boutique d'Aline Géhant, c'est respirer un air gorgé de simplicité. Se délecter de l'essentiel. Goûter à l'élégance subtile. Embarquer sans même s'en rendre compte sur les rivages de la précision et de la perfection. » L'établissement, c'est avant tout une marque de fabrique unique, fruit de la personnalité et du parcours atypique d'Aline Géhant. L'identité s'exprime depuis le choix des matières premières jusqu'aux détails ultimes venant sublimer les chocolats. Un duo de choc(olat) formé avec Léa et un esprit d'équipe dicté par la confiance.

Ecrit par le 31 janvier 2026



Aline Géhant, de l'île de la Réunion à Avignon, en passant par le Mali !

Aline Géhant est née en Franche-Comté, à Besançon. A l'âge de 6 ans : direction l'océan Indien pour l'île de la Réunion. 6 ans plus tard, à nouveau changement de décor, de culture, d'environnement : direction l'Afrique de l'Ouest, pour le Mali. Après le bac : retour en France et atterrissage à Nîmes. « Là, je réalise des études en arts plastiques puis intègre la première année d'IUFM pour devenir professeur des écoles. Mais très rapidement, je me rends compte que je ne suis pas faite pour ce métier. Alors stop, j'arrête tout et je cherche ma voie. Je veux faire un métier manuel, et gourmand. C'est ainsi que je me lance dans un apprentissage de deux années en pâtisserie, et découvre alors le chocolat ! »

5 artisans vauclusiens distingués de la marque 'Boulanger de France'

Ecrit par le 31 janvier 2026



Ce qui différencie un artisan ‘Boulanger de France’ d’un vendeur de produits de boulangerie industrielle ? C’est le ‘fait maison’ ! Dans le Vaucluse, 5 artisans ont le label ‘Boulanger de France’ et une boulangerie est en cours de certification.

Cette marque valorise les artisans boulangers pâtissiers qui s’engagent à respecter de nombreux engagements : à fabriquer tous ses pains, ses croissants et pains au chocolat (ou chocolatines!), à respecter un taux de sel inférieur ou égal à 18g par kg de farine pour tous les pains, à fabriquer le pain avec un pétrissage peu intense et une fermentation lente pour conserver les arômes et augmenter la conservation et enfin à privilégier les circuits courts d’approvisionnement et les produits de saison.

Le Président de la [Confédération nationale de la boulangerie française](#), Dominique Anract a récemment fait le tour du département pour rencontrer ces ‘Boulangers de France’ et échanger avec ces garants de la tradition boulangère. Voici les élus : boulangerie ‘Au pain d’antan’ (Valreas), boulangerie ‘Caractères de pain’ (Piolenc), ‘Boulangerie d’ici’ (Isle-sur-la-Sorgue), le ‘Fournil de mamie Jeanne’ (Gordes), ‘Maison Samson’ (Cabrières d’Avignon, en cours de certification) et la boulangerie Dupré (Avignon).

Ecrit par le 31 janvier 2026

L.M.

Ces artisans boulangers qui défendront le Vaucluse lors du concours régional Paca Corse



Ecrit par le 31 janvier 2026

La journée de l'excellence organisée par le [Groupement des artisans boulanger pâtissiers du Vaucluse](#) et les Ambassadeurs de la boulangerie du Vaucluse vient de se dérouler au CFA d'Avignon. Découvrez les gagnants des deux compétitions : 'Jeune boulanger' et 'Talent du conseil et de la vente'.

Aux côtés du président du groupement, Thierry Despeisse, le Président de la [Confédération nationale de la boulangerie pâtisserie](#), Dominique Anract, s'est déplacé pour cette remise des prix afin de féliciter et d'encourager « tous ces jeunes qui sont l'avenir de la profession et les garants du savoir-faire unique de l'artisan ». La remise a également eu lieu en présence de la présidente de l'[U2P Vaucluse](#) (Union professionnelle artisanale) Cathie Clota. Les ambassadeurs ont remis les prix aux participants : 150€ aux 1ers, 100€ au 2nd et 50€ aux 3èmes ex-aequo.

'Un des meilleurs jeunes boulangers Paca Corse'

Quatre candidats ont participé au 'Concours du meilleur jeune boulanger de Vaucluse' qui a pour but de mettre en valeur la boulangerie artisanale, susciter des vocations chez les jeunes et leur permettre de concourir ensuite au Brevet professionnel, au Brevet de maîtrise et aux Meilleurs ouvriers de France. Pendant 7h30, ils ont préparé des dizaines de produits et ont répondu à un questionnaire pointu pour tester leurs connaissances en matière de farine, cuisson, fermentation... Le classement : David Collignon est 1er (Caractères de pain à Piolenc), Nans Massip est 2e (Au pain doré à Bollène) et Mattéo Ristaud (Au pain d'autrefois, St Paulet de Caisson) et Nemo Chekroun (le Pain des moissons, Malaucène) se partagent la 3e place du podium.

Trophée des talents du conseil et de la vente

Un jury de professionnels se fait passer pour le client et les candidats doivent répondre à leurs questions (trouver le produit qui correspond aux attentes, expliquer sa composition, comment le transporter, le conserver...) Ce trophée des talents du conseil et de la vente a pour objectifs de valoriser le métier du personnel de vente, accroître ses compétences et ses responsabilités et adapter la profession de la boulangerie aux attentes des consommateurs. Manon Algrin (Au royaume des gourmands à Sorgues) décroche la 1ere place, tandis que Manon Parraud (Boulangerie d'ici à l'Isle-sur-la-Sorgue) arrive seconde.

A l'issue de cette journée, c'est David Collignon de la boulangerie 'Caractère de pain' à Piolenc et Manon Algrin de la boulangerie 'Au royaume des gourmands' à Sorgues qui remportent le concours et qui iront défendre notre département lors du concours régional Paca Corse.

Ecrit par le 31 janvier 2026



Les gagnants représenteront le Vaucluse lors du concours régional Paca Corse