Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Les glaçons du Vaucluse : une production en plein boom



Il s'agit d'un métier qui était très connu par le passé : les glacières. Il n'en reste que deux dans le Vaucluse dont Les glaçons du Vaucluse, entreprise située à Camaret-sur-Aigues et créée par Angélique Maurin. La production a doublé par rapport à l'année dernière.

L'histoire commence en 2020. « Mon frère a une entreprise de traiteur et achetait des glaçons à des prestataires. Ce dernier m'a proposé de lancer ma propre fabrication. Le Covid m'a permis de réfléchir sur ce projet. J'ai aussi réalisé des études de marché sur la faisabilité économique. Je me suis aussi lancée en 2021 en ne faisant au départ que de l'achat-revente, sans acquisition de machines », explique Angélique Maurin. Après deux ans d'exercice, la dirigeante d'entreprise décide de créer ma propre structure de fabrication de glaçons, avec l'acquisition d'une chambre froide de 45 m3 et de 4 machines, pour un investissement global de 60 000 €, dans un bâtiment en location.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Une clientèle variée

Pour se faire connaître, Angélique Maurin a misé sur les réseaux sociaux. Elle sollicite également beaucoup les communes, les associations, les comités des fêtes et les caves coopératives pour tous les événementiels qui se déroulent d'avril à octobre dans notre département. Sans oublier les mariages. Depuis 2023, le bouche-à-oreille a également fait son travail. Comme autre créneau de distribution, l'entreprise travaille également avec quelques supermarchés. Les produits sont vendus dans un périmètre de 20 kms autour de Camaret avec deux tournées par semaine, suite à l'acquisition d'une fourgonnette équipée de froid négatif pour un budget de 7 000€.

L'entreprise n'emploie pas de salarié. Elle fait appel à une secrétaire 2 jours par semaine, à du personnel en production et en livraison qui sont des prestataires extérieurs, avec un statut d'auto-entrepreneur.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Screenshot

l'écho du mardi
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

L’entreprise propose différents types de glaces et glaçons. ©Les Glaçons de Florette

Une journée marathon

Pour pouvoir assurer cette période très intense, où la demande explose en ces temps de canicule, la journée d’Angélique Maurin commence dès trois heures 30 du matin. Elle commence sa production durant quatre heures. Vers 7 h 30, commence alors le conditionnement des glaçons. Ç 9h, elle assure l’ouverture du magasin où il est possible d’acheter les glaçons en direct. L’après-midi, en fonction des besoins des clients, elle peut reconditionner les glaçons ou effectuer une livraison express demandée par des clients. « Mon activité est en effet très liée aux besoins qui peuvent être très fluctuants selon la météo, le vendredi étant le jour le plus important. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Angélique Maurin a créé sa glacière en 2021. DR

Une année 2026 record

Avec les canicules successives dans le département du Vaucluse, la quatrième saison a connu une très forte augmentation. Le volume est le double que celui de 2025.

Quelques chiffres

– Il reste 30 glacières en France. Les glaçons du Vaucluse est la seule dirigée par une femme. En Vaucluse, il y en a deux, à Camaret et à Entraigues. Les autres les plus proches se situent à Arles et

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Saint-Rémy de Provence.
– Une activité saisonnière : l'entreprise tourne à plein régime d'avril à fin octobre. La fabrication augmente très fortement dès qu'il fait 25°C. Dans le reste de l'année, l'entreprise produit fin décembre pour les comités d'entreprise, en janvier pour les vœux et en février pour la Saint-Valentin.
– Un glaçon pèse en moyenne 24 g
– Quatre gammes sont vendues par l'entreprise : Glaçons ensachés de 1, 2, 5 et 10 kg, Glace pillée pour les cocktails, Paillettes râpées utilisées en poissonnerie et pour refroidir les bouteilles de vin rapidement, Blocs de glace de 25 kgs travaillés en sous-traitance
– Chiffre d'affaires 2025 : 65 000 €, prévu 2026 : 130 000 €
– Tonnage : 60 tonnes prévues en 2026

Le Comptoir de Mathilde se rapproche des consommateurs avec ses kiosques

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Le Comptoir de Mathilde, entreprise basée à Camaret-sur-Aigues, prend désormais la forme de kiosque où les consommateurs peuvent profiter d'un bar de dégustation, mais aussi de la vente en vrac de certains produits incontournables de la marque.

À la fin de l'année 2025, Le Comptoir de Mathilde a lancé ses kiosques, un nouveau concept de vente pour l'entreprise camarétoise qui souhaite renforcer son maillage territorial tout en se rapprochant de ses consommateurs. Ces kiosques se déclinent sous forme de franchises.

Un premier kiosque pilote s'est installé au sein du centre commercial Aix-La-Pioline à Aix-en-Provence en novembre dernier, deux autres devraient s'implanter à Saint-Brieuc en Bretagne, et à Laon dans les Hauts-de-France au cours de l'année 2026. « Cette approche est une réponse à la demande croissante de proximité et de rapidité de la part de nos clients », affirme Philippe Kratz, directeur général du Comptoir de Mathilde.

Un concept imaginé pour les lieux à fort trafic

Les kiosques, qui font entre 12 et 20 m², présenteront une partie de l'offre classique et incontournable que l'entreprise propose dans ces boutiques et sur son site internet, mais aussi de la vente en vrac ainsi qu'une offre de dégustation avec gourmandises et boissons.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Le concept a été étudié pour des lieux avec beaucoup de passage comme les centre commerciaux, les gares, les aéroports et bien d'autres. « Ce kiosque a l'avantage de proposer un modèle équilibré entre investissement et rentabilité : une petite surface de vente permet de maitriser la pression de la charge locative tout en bénéficiant d'une visibilité et d'un flux plus importants », explique le dircteur général.

Un nouveau concept pour booster le développement

Avec les formats kiosque, Le Comptoir de Mathilde vise à multiplier les points de contact avec ses clients. L'entreprise vauclusienne ambitionne d'en ouvrir cinq par an, avec pour objectif d'atteindre une soixantaine de kiosques dans les prochaines années.

En se rapprochant de ses consommateurs et en renforçant son maillage territorial, l'entreprise, qui compte 2 500 revendeurs et plus de 150 points de vente, entend poursuivre son développement tout en continuant à valoriser son savoir-faire artisanal et ses produits.

(Vidéo) Le Comptoir de Mathilde dans Patron Incognito : « ça a été une très belle aventure humaine »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



On vous l'avait annoncé au début du mois, le président de l'entreprise vauclusienne Le Comptoir de Mathilde, Richard Fournier, s'immiscera anonymement parmi ses équipes pour l'émission *Patron Incognito* qui sera diffusée sur M6 ce mercredi 19 novembre.

Contacté déjà deux fois auparavant par la société de production Endemol, ce n'est qu'au bout de la 3e que Richard Fournier a accepté de devenir un patron incognito pour l'émission de M6. « Aujourd'hui, l'entreprise a une taille idéale et j'avais très envie de le faire, explique-t-il. En plus, ça nous offre une belle visibilité, notamment à l'approche des fêtes de fin d'année. »

C'est donc ce mercredi 19 novembre que les téléspectateurs pourront voir le fondateur de l'entreprise camaretoise jouer le rôle de Mickael, ancien cafetier en reconversion qui participe à l'émission imaginaire 'Un jour, un métier'.

Une expérience unique

Alors que le contact entre la société de production et Richard Fournier s'est fait au printemps dernier, le tournage, lui, a eu lieu entre fin août et fin septembre. « Je connaissais l'émission en tant que spectateurs, comme tout le monde, ajoute-t-il. Au départ j'ai accepté pour l'entreprise, pour la marque, et il se trouve que l'expérience a été superbe, ça a été une belle aventure humaine avec des équipes de professionnels. »

Ecrit par le 12 novembre 2026

« L'expérience a été unique. »

Richard Fournier

Seulement quatre personnes au sein de l'entreprise, en plus du président, étaient au courant de la supercherie. Durant toutes les étapes, Richard Fournier a été accompagné par la directrice marketing du Comptoir de Mathilde, Estelle Faucher, mais aussi par sa fille avec qui il s'est rendu à Strasbourg pour l'élaboration de son masque après la réalisation d'une empreinte, une première dans l'émission.

« C'était une expérience unique, que je ne referrai jamais, car j'avais 3 couches de silicone et une couche de plâtre sur la tête pendant près d'une heure durant laquelle je me suis retrouvé seul car je ne voyais rien et je n'entendais rien autour de moi, avoue-t-il. C'était une drôle d'expérience, j'ai tenu pour ma fille qui était à mes côtés. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

©Richard Fournier

Plusieurs journées de tournage

Une fois le masque de 'Mickaël' (rôle joué par Richard Fournier pour l'émission) réalisé, place au tournage ! Il y a d'abord eu une journée dédiée au portrait de Richard Fournier, afin de montrer son quotidien en tant que chef d'entreprise, ainsi qu'une journée accordée à la transformation avec la découverte du masque, des tenues, mais aussi du personnage qu'allait jouer le patron vauclusien.

Ensuite, Richard Fournier a dû se confronter à la réalité du terrain au travers de trois jours d'immersion dont deux jours dans les ateliers à Camaret-sur-Aigues. « Ça a été le plus difficile car c'est là où les employés me voient tous les jours », admet-il. Enfin, il y a eu une journée en boutique à Ormesson-sur-Marne en région parisienne.

Un anonymat avec un objectif

Afin de garder le secret, Richard Fournier a dû adopter une façon de parler et une posture différentes.

« L'objectif et le sujet de l'émission étaient surtout de voir si tous les investissements des trois dernières années, en termes de moyens techniques, matériels et humains, sont conformes à notre ambition de doubler le chiffre d'affaires au cours des cinq prochaines années », conclut-il.

Ainsi, pour découvrir si Richard Fournier a su rester incognito face à ses employés, il faudra visionner l'émission ce mercredi 19 novembre à 21h10 sur M6.

Le Comptoir de Mathilde poursuit son développement en reprenant les boutiques de La Cure Gourmande

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Le groupe Le Comptoir de Mathilde, spécialisé dans les produits d'épicerie fine et le chocolat artisanal et basé à Camaret-sur-Aigues, vient d'annoncer la reprise de boutiques de la biscuiterie et chocolaterie La Cure Gourmande qui sont situées dans des zones à fort potentiel touristique et commercial.

Fondé dans la Drôme en 2007 et aujourd'hui installé dans le Vaucluse, Le Comptoir de Mathilde a démontré une forte croissance au fil des années. L'entreprise totalise désormais plus de 600 références et 145 boutiques. Afin de poursuivre cette croissance, elle compte reprendre progressivement plusieurs boutiques de l'enseigne La Cure Gourmande dans le but de renforcer l'expertise artisanale, préserver les emplois locaux et offrir une expérience client enrichie.

> « Nous reprenons plusieurs équipes et fonds de commerce afin de construire ensemble l'avenir du groupe Le Comptoir de Mathilde. »
>
> *Philippe Kratz, directeur général adjoint de Le Comptoir de Mathilde*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Si la chocolaterie de La Cure Gourmande à Narbonne a d'ores et déjà intégré le groupe Le Comptoir de Mathilde au mois de juillet, les boutiques de Nice, Aix-en-Provence et Paris seront transformées sous l'enseigne Le Comptoir de Mathilde dès octobre prochain.

L'entreprise camaretoise, à travers cette stratégie, souhaite réaffirmer ses valeurs humaines en placeant l'accompagnement des équipes au cœur de cette intégration, en garantissant soutien, formation et mobilité interne. Elle confirme également son ambition forte : devenir la référence incontournable de l'épicerie gourmande et de l'offre cadeau, en France comme à l'international.

Richard Fournier : comment cet autodidacte a fondé le Comptoir de Mathilde, leader français de l'épicerie fine artisanale

---

Future déviation d'Orange, le giratoire de Camaret-sur-Aigues est praticable

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Premier giratoire ouvert à la circulation, sur la RD 975, route de Camaret-sur-Aigues

La construction de la déviation d'Orange, dont la maîtrise d'ouvrage est assurée par le Département de Vaucluse, avance. Conçue pour améliorer les conditions de transit pour les usagers de la RD 907 (ex-RN 7) et la desserte de l'agglomération, tout en délestant le centre-ville, notamment des nombreux camions qui la traversent, elle vient de livrer à la circulation, le nouveau carrefour giratoire situé sur la RD 975, Route de Camaret-sur-Aigues.

Pour mémoire, les travaux ont débuté au cours du second semestre 2022 et s'échelonneront jusqu'en 2027. L'opération globale s'élève à 50 M€ dont 5 M€ au titre d'anciens financements et 45 M€ issus du Contrat de Plan État / Région 2015-2020 et pour lequel le Département de Vaucluse participe à hauteur de 42%. Le partenariat financier sur cette opération associe l'État, la Région SUD, la Communauté de Communes du Pays d'Orange en Provence, la Ville d'Orange et le Département de Vaucluse.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Copyright Conseil départemental 84 communication

1re mise en service

La mise en service du carrefour giratoire va permettre de reporter le trafic actuel de la RD 975 plus au Nord et ainsi rendre possible la réalisation d'un ouvrage hydraulique -de juin à octobre- sur le cours d'eau la Mayre de Cagnan.

Dans le détail

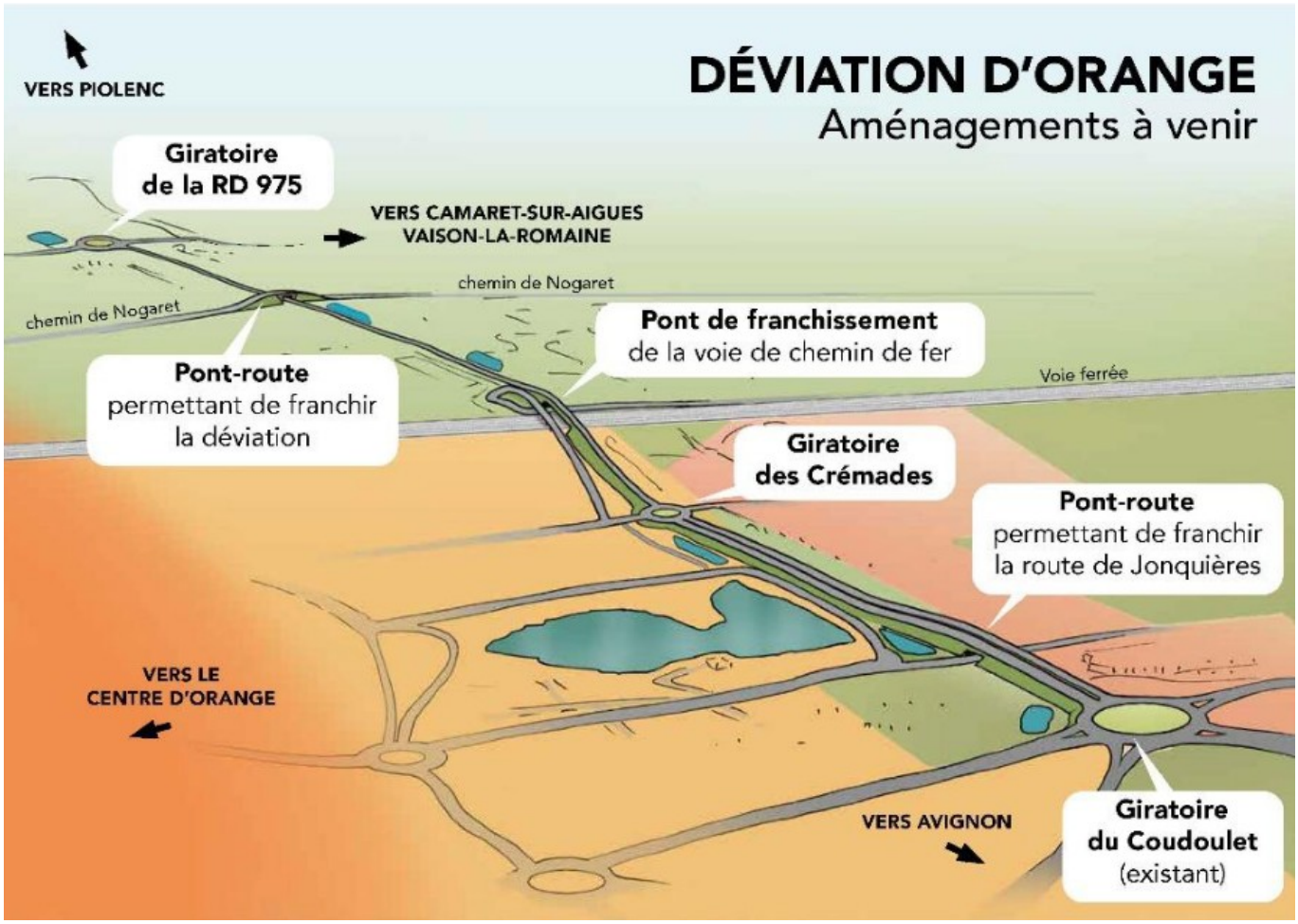
Le nouveau carrefour giratoire à trois branches -Sud, Est, Ouest- est situé à l'extrémité Nord de la déviation d'Orange. Il relie cette future voie à la RD 975, Route de Camaret-sur-Aigues. D'un rayon extérieur de 33,5 mètres et d'une circonférence de 210 mètres, il a fallu quatre mois pour l'aménager. C'est le groupement des entreprises 4M Provence Route, Colas France SRMV, SRV Bas Montel, Braja et Agilis qui en a été chargé par le Département.

Pas totalement fini

La couche de roulement définitive de la route sera mise en œuvre fin juillet pour permettre à Enedis de déplacer, d'ici-là, deux de ses supports mais l'ouverture aux usagers est effective depuis le 26 mai sur un revêtement temporaire composé de grave bitume.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Plan de la déviation d'Orange Copyright Conseil départemental 84 communication

Le point sur le chantier de la déviation

Le projet se découpe en deux sections : La section 1, longue de 1,2 km, entre le carrefour giratoire du Coudoulet (RD 907) et le carrefour giratoire des Crémades. Les travaux de terrassement et d'assainissement pluvial de la nouvelle route à 2×2 voies viennent de démarrer pour une durée prévisionnelle de 14 mois. Ils comprennent également la construction d'un ouvrage hydraulique sur le cours d'eau de la Meyne.

Le franchissement de la route de Jonquières

L'ouvrage de franchissement de la route de Jonquières et de ses rampes d'accès est en cours de construction depuis décembre 2024 et s'achèvera en septembre. La mise en service prévisionnelle de la section 1 est prévue courant 2027. La section 2, d'une longueur de 1,9 km, entre le carrefour giratoire des Crémades et le carrefour giratoire de la RD 975 (route de Camaret-sur-Aigues). La construction de l'ouvrage de franchissement de la voie ferrée est terminée.

Actuellement

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Les travaux concernent actuellement les terrassements et l'assainissement pluvial de la nouvelle route bidirectionnelle à 2 voies ; La construction de l'ouvrage de rétablissement du chemin de Nogaret et dont la mise en service est programmée fin septembre ; L'aménagement de deux nouveaux carrefours giratoires : Le carrefour giratoire des Crémades : travaux de terrassement en cours, la mise en service complète de l'anneau du carrefour est prévue début juillet ; Le carrefour giratoire de la RD 975 (route de Camaret-sur-Aigues) est donc ouvert aux usagers en ce mois de mai. La mise en service prévisionnelle de cette section est prévue au cours du 1er semestre 2026.

Richard Fournier lauréat des Victoires des Autodidactes et des Self-Made Entrepreneurs



Le 14 mai, le siège de la Banque de France à Paris accueillait la finale nationale des Victoires

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

des Autodidactes et des Self-Made Entrepreneurs. Le prix national a été remporté par Richard Fournier, fondateur du Comptoir de Mathilde, entreprise basée à Camaret-sur-Aigues.

C'est dans la Drôme en 2007 qu'est né le Comptoir de Mathilde, dont le siège se situe aujourd'hui à Camaret-sur-Aigues. Son fondateur Richard Fournier est parti de rien et a su faire preuve de résilience pour faire grossir l'entreprise qui compte plus de 145 boutique, quelque 600 références de chocolats, caramels, pâtes à tartiner, miels, madeleines, cafés, babas au rhum, confitures, et bien d'autres gourmandises, et dont le chiffre d'affaires s'élève à 40M€.

Le 14 mai dernier, le fondateur du Comptoir de Mathilde a vu ses efforts récompensés avec l'obtention du le prix national 2025 des Victoires des Autodidactes et des Self-Made Entrepreneurs. Ces Victoires, créées en 1989 par Harvard Business School Club de France, récompensent les entrepreneurs ou cadres dirigeants autodidactes qui se distinguent par leurs résultats, leur dynamisme et leur capacité de développement.

« Cette distinction vient couronner un parcours de vie fait de passion, de travail, de doutes parfois… mais surtout de détermination », a déclaré Richard Fournier avec fierté avant de remercier équipes et collaborateurs « sans qui rien n'aurait été possible. »

Pour en savoir plus sur le parcours de Richard Fournier et l'évolution du Comptoir de Mathilde :

Richard Fournier : comment cet autodidacte a fondé le Comptoir de Mathilde, leader français de l'épicerie fine artisanale

---

Richard Fournier : comment cet autodidacte a fondé le Comptoir de Mathilde, leader français de l'épicerie fine artisanale

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Parti de rien, Richard Fournier a développé le Comptoir de Mathilde. Aujourd'hui implanté à Camaret-sur-Aigues, ce concept est devenu le premier réseau français d'épicerie fine artisanale.

Richard Fournier est un self-made man à succès. Il a ouvert sa première boutique dans la Drôme en 2007. Aujourd'hui président-fondateur du Comptoir de Mathilde dont le siège est à Camaret-sur-Aigues, il est à la tête de 164 établissements (tous en France sauf 3 en Belgique : 2 à Bruges et 1à Bruxelles) et de 130 salariés, sans compter la centaine d'emplois à durée déterminée entre juillet et décembre.

Mathilde : une déclaration d'amour à sa grand-mère

S'il a choisi le prénom 'Mathilde', c'est par amour pour sa grand-mère qui était boulangère-pâtissière à Montbrison, dans la Loire et qui a travaillé jusqu'à l'âge de 82 ans. Son slogan 'Pas de limites'. La preuve : « Mon objectif est de passer de 40M€ de chiffre d'affaires aujourd'hui à 100M€ et à 250 magasins d'ici 5 ans » dit-il avec un large sourire.

Ce qui séduit chez cet homme c'est sa bienveillance, son énergie, son pragmatisme, son sens des affaires et son envie de toujours aller de l'avant. En 2012, il affiche 25% de progression pour ses épiceries fines grâce à une gamme plus large de sucré et de salé. En 2023, il dépasse même ses objectifs avec un profit qui grimpe encore de +30%.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



« Je suis parti de rien. »

Et il procède à la première croissance externe en acquérant La Maison de la Châtine à Revel en Haute-Garonne. Elle est spécialisée dans l'enrobage de fruits secs, déshydratés, mais aussi de billes de céréales avec du chocolat. « C'est un savoir-faire, le turbinage d'amandes et de noisettes, que nous n'avions pas et qui nous fait gagner beaucoup de temps » commente-t-il, « Du coup nous allons agrandir ce site et il va passer de 800m2 à plus de 1000m2 ». Cela lui a aussi permis de développer ce qu'il appelle 'Le bord de tasse', c'est à dire l'accompagnement du 'petit noir' dans les cafés, les bars et les restaurants.

Le groupe Le Comptoir de Mathilde acquiert La Maison de la Chatine

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

En novembre dernier à Lyon, il reçoit un trophée de La Victoire de l'Autodidacte (voir vidéo en fin d'article) organisé par Harvard Business School. « C'est une fierté pour un gamin de Saint-Etienne comme moi ». Une reconnaissance pour quelqu'un d'ambitieux, de volontaire, qui a fait plein de petits boulots dont les marchés, tôt le matin, qu'il pleuve ou qu'il gèle avant d'être à la tête d'un empire. « A la Harvard Business School, on forme des ultras-diplômés, moi je suis parti de rien ».

600 références

Cet 'empire' du Comptoir de Mathilde ce sont 600 références, de chocolats sous toutes leurs formes, de caramels, pâtes à tartiner, miels, madeleines, cafés, babas au rhum, confitures, pâtes de fruits, guimauves, liqueurs, gins, huiles d'olive, vinaigres, thés, sels, poivres, moutardes, morilles, truffes, terrines, foies gras. Avec dans la région des boutiques à Avignon, Le Pontet, Isle-sur-La Sorgue, Orange, Vaison-la-Romaine, Nîmes, Alès, Montpellier.

Comme Richard Fournier est toujours à l'affût de nouveautés et de technologie qui permettent de gagner du temps et de prospérer, il s'est rapproché de la startup My Traffic. Elle analyse les flux piétons dans les zones commerciales, les comportements d'achats, la fréquentation des clients dans les marchés, les complexes cinématographiques, les restaurants, les pizzérias, les salons de thé. Quels jours, à quelles heures, hommes ou femmes, leur âge ? Une forme de 'géo-marketing' pour s'implanter le plus judicieusement possible dans les zones de chalandises les plus fréquentées.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Crédit : Le Comptoir de Mathilde

Enorme spéculation sur le chocolat

Il y a toutefois un sujet qui l'inquiète, c'est l'explosion du prix du cacao. « Le cours est passé de 2 500$ la tonne à 12 000$ au New-York Stock Exchange de Manhattan. Notre métier est en danger, la production mondiale a changé 20 fois de main l'an dernier, on subit une énorme spéculation » explique Richard Fournier.

Malgré tout, il aime prendre du plaisir dans ce qu'il fait, il a créé des fantaisies coquines : tablette 'Kama'Sutra', apéro 'Franchouillard' avec saucisson et camembert en chocolat, un mug en porcelaine 'Ca me fait chaud au cœur' ou 'Qui aime bien, chocolate bien'. Et il met le paquet avec des événements gourmands, en fonction du calendrier. Le 2 février ce sera la Chandeleur avec de la pâte à tartiner noisettes 'S'en lécher les babines' ou 'Ne pas y aller à la Cuillère' et bien sûr, des crêpes. Pour la Saint-Valentin : sucettes cœur en chocolat, à la fraise et 'Oursons d'amour'. Pour Pâques, 'Lapinou' en chocolat au lait, mini œufs, cloches… En juin, ce sera 'La Fête des Maîtresses d'Ecoles', « Vous n'imaginez pas à quel point les petits écoliers les aiment et les couvrent de cadeaux! ».

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Côté sucré.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Côté salé.

Développement du premier réseau français d'épicerie fine artisanale
Richard Fournier est un bâtisseur, il va continuer. Par exemple en 2015 il avait ouvert à Vaison « Le Mathilde Café », une chocolat-shop. « Mais c'était du retail à emporter, or les gens voulaient rester sur place. Du coup, j'envisage une nouvelle formule avec un espace cosy, des sièges confortables pour que les consommateurs se sentent bien et y passent du temps. Le premier sera installé à Paris ». Il a aussi en tête un concept de 'Kiosque' de 12m2, 18m2 et 24m2, pour les gares, les aéroports, les lieux de flux. Il va en ouvrir un à Nîmes cette année. Et il envisage aussi une expansion à l'international, en Asie et au Moyen-Orient.

Il a aussi des vignes en Drôme Provençale et fait son vin, 'Chastel Samson' dans les 3 couleurs avec les étiquettes et dessins ad hoc 'Je suis dans le rouge', 'Je passe à l'orange' et 'Je suis blanc comme un cul'. Et il les proposera lors du prochain Wine Paris en février. Avant d'être juré en mai, toujours dans la capitale pour 'La Victoire de l'Entrepreneur Autodidacte' créée en 1989 pour les entrepreneurs qui n'ont pas eu accès aux grandes écoles et qui ont réussi, comme Richard Fournier, à se faire un nom à force de pugnacité, de résilience, de travail et de discipline.

Camaret-sur-Aigues : le Comptoir de Mathilde fait sa braderie de Noël

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Après une première journée de braderie ce lundi 23 décembre où des dizaines de gourmands se sont précipités, le Comptoir de Mathilde poursuivra cet événement ce mardi 24 décembre à Camaret-sur-Aigues.

Pour participer à la magie de Noël, le Comptoir de Mathilde propose une vente exceptionnelle de chocolats de Noël directement sortis de l'usine à des prix cassés ces lundi 23 et mardi 24 décembre.

L'occasion idéale de se procurer des petits cadeaux gourmands de dernière minute, ou encore d'acheter de quoi décorer la table et régaler les convives à la fin du repas de Noël.

Mardi 24 décembre. De 8h à 12h. 952 chemin de Piolenc. Camaret-sur-Aigues.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

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



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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

marques, ainsi que Petitjean, Garbit, et William Saurin.

À sa création, Zapetti est spécialisée dans les plats cuisinés appertisés 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.

- 

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 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.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 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.