

Ecrit par le 12 juin 2026

Cap Sorgues crée le Passeport de l'Amour en faveur du commerce local



À l'occasion de la Saint Valentin le 14 février, l'association de commerçants, artisans et professionnels [Cap Sorgues](#) organise le grand jeu 'Le Passeport de l'Amour' jusqu'au 14 mars. Une initiative pour inciter les habitants à consommer local.

Les Sorguais et voisins ont jusqu'au 14 mars pour tenter de gagner un des bons cadeaux à dépenser chez les adhérents de Cap Sorgues ou leurs partenaires à l'occasion du Passeport de l'Amour, créé par l'association suite à l'engouement du Loto de Cap Sorgues en novembre dernier, qui avait bénéficié à l'économie locale.

Pour tenter de gagner un de ces bons cadeaux, il suffit de faire au moins un achat dans trois enseignes qui participent à cette opération avant le 14 mars. Il faudra donc remplir son Passeport de l'Amour avec trois preuves d'achat effectué entre le 14 février et le 14 mars, et ses coordonnées pour ensuite le déposer dans l'urne centrale mise à disposition devant la poste de Sorgues, au plus tard le lundi 16 mars 2026 avant midi.

Écrit par le 12 juin 2026

70 gagnants seront tirés au sort à la fin du jeu et pourront dépenser leur bon cadeaux, d'une valeur minimale de 100€. Tous les adhérents participant à l'opération sont référencés [sur le site de Cap Sorgues](#).



©Adobe Stock - kichigin19

Carpentras : imbroglio autour du classement en zone de revitalisation des centres-villes

Ecrit par le 12 juin 2026



Le Journal officiel vient de publier la liste réactualisée des communes classées en zone de revitalisation des centres-villes. En tout, 1 732 communes sont concernées en France par ce dispositif, dont 167 nouvelles depuis le 1^{er} janvier 2026. Si aucune commune vauclusienne ne fait partie de [cette nouvelle cuvée](#) (voir annexe I), la ville de Carpentras figure parmi [celles qui en sortent](#) (voir annexe II). Une erreur selon la commune de Carpentras.

« Il s'agit d'une erreur de la DGALN ([Direction générale de l'aménagement, du logement et de la nature](#)), qui n'a pas pris en compte le dernier renouvellement de notre convention ORT ([Opération de revitalisation du territoire](#)), liée à notre classement [Action Cœur de Ville](#), en date du 12 décembre 2023, explique Serge Andrieu, maire de Carpentras. Le Préfet et le Sous-Préfet ont été saisis de cette erreur des services de l'État à Paris et sont à nos côtés pour que Carpentras réintègre cette liste lors de la modification de l'arrêté. »

« Dix départements sont concernés par dix-huit erreurs similaires en France », constate Serge Andrieu.

Instaurée en 2020, les zone de revitalisation des centres-villes permettent aux élus de voter des délibérations afin d'exonérer partiellement ou totalement de CFE ([Cotisation foncière des entreprises](#)), de TFPB ([Taxe foncière sur les propriétés bâties](#)) et de CVAE ([Cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises](#)) les entreprises commerciales ou artisanales.

Ecrit par le 12 juin 2026

« Un dispositif peu utilisé en France. »

« Pour y prétendre, les communes doivent répondre à deux critères : avoir conclu une convention ORT (ndrl : ce qui donc semble être le cas pour Carpentras) et avoir un revenu fiscal médian par unité de consommation inférieur à la médiane nationale », précise [nos confrères de Localtis](#), le média de la Banque des territoires qui constate aussi que ce dispositif est peu utilisé. Notamment parce que les communes ne sont pas forcément informées qu'elles font partie du zonage.

14 autres communes vaclusiennes concernées

En Vaucluse, les communes d'Apt, Aubignan, Avignon, Bollène, Cadenet, Cavaillon, l'Isle-sur-la-Sorgue, Malaucène, Monteux, Orange, Sault, Sorgues, Vaison-la-Romaine et Valréas figurent dans [le périmètre réactualisé](#) qui comprend aussi notamment les villes voisines d'Arles, Châteaurenard, Tarascon, Aramon, Bagnols-sur-Cèze, Beaucaire, Pont-Saint-Espirit, Remoulins et Roquemaure.

[Dispositif Cœur de Ville : « Il n'y a qu'un seul patron, c'est le maire »](#)

Le magasin Auchan d'Apt sera finalement à vendre

Ecrit par le 12 juin 2026



En novembre dernier, le groupe de grande distribution Auchan avait annoncé vouloir passer 266 supermarchés sous les enseignes Intermarché et Netto.

« Ils rejoindraient une nouvelle entité juridique autonome dédiée au format supermarché, détenue par [Auchan Retail France](#) et exploitée en franchise sous enseigne Intermarché ou Netto, explique le groupe nordiste basé à Villeneuve-d'Ascq. Cette entité bénéficierait immédiatement du modèle commercial d'Intermarché pleinement adapté à ce format permettant d'améliorer la compétitivité prix. »

En Vaucluse, ce 'deal' comprenait les supermarchés d'Apt (1 878m²) et du Pontet (1 800m² - **ATTENTION** : pas celui d'Auchan-Nord, qui est un hypermarché, mais celui situé à Réalpanier).

Aujourd'hui, Auchan veut revoir l'accord passé avec les deux marques du [Groupement Les Mousquetaires](#). Effet si la majorité des supermarchés Auchan est toujours concernée par un simple basculement de franchise (164 magasins), le groupe de GMS veut désormais aussi en vendre 91. Parmi eux, figurent les supermarchés d'Apt et de Saint-Laurent-des-Arbres dans le Gard Rhodanien.

Ces magasins seront proposés prioritairement à la cession des adhérents du Groupement Mousquetaires. « Les adhérents devant se positionner courant avril », indique Auchan Retail.

Écrit par le 12 juin 2026

[Auchan : les supermarchés d'Apt et du Pontet vont devenir des Intermarché](#)

Shake bar Green Freez' : un espace de convivialité, de gourmandise et de beauté



[Lydie Coulon](#) vient d'ouvrir en novembre dans le centre-ville de Monteux une boutique shake

Ecrit par le 12 juin 2026

bar **Green Freez'**. Son objectif est d'inciter d'autres personnes à en ouvrir sur d'autres endroits, autour de 5 en 2026.

« J'ai trouvé un local de 90 m² très bien placé, avec une bonne visibilité. L'objectif sur les six premiers mois est d'arriver à payer mon loyer, mes charges et à me sortir un salaire minimum. Je peux aussi proposer des programmes de nutrition Herbalife qui est mon fournisseur à la clientèle qui vient au bar », explique Lydie Coulon qui a opté pour le statut d'entreprise individuelle. À ce jour il y a 15 bars de ce type en France.

Lydie Coulon : un parcours professionnel riche

Après un diplôme d'ingénieur en agriculture à l'ISA Lille, Lydie Coulon a réalisé sa première carrière professionnelle dans la logistique pendant 10 ans. Elle a après cela créé avec ses parents un magasin de déstockage alimentaire à Monteux. Elle a ensuite complètement changé d'orientation professionnelle en devenant coach auprès des particuliers et des entreprises. Enfin, elle est devenue ambassadrice d'Herbalife et a monté sa boutique Green Freez'.

Un espace bien-être

L'objectif du bar et d'être convivial, de véhiculer une image de bien-être, tout en étant gourmand. L'endroit est cosy. « L'objectif pour ma clientèle et de leur proposer de passer un bon moment, en faisant du bien à son corps. » Lydie Coulon veut montrer que l'alimentation peut-être très bénéfique. La gamme proposée est comme des energy drinks, sans aucun sucre. Sont ainsi proposées des boissons nutritives, protéinées, détox, énergisantes et sportives. « J'ai également rajouté une gamme de soins très pointus issus de la technologie coréenne par complémentarité. »

Plusieurs concepts de vente

En plus de la dégustation d'un smoothie dans le bar, les clients peuvent être accompagnés dans le cadre d'un programme bien précis de nutrition s'ils en émettent le souhait. Ils peuvent également acheter à leur demande les produits Herbalife.

L'objectif de l'entreprise après un mois d'ouverture et de fidéliser sa clientèle, en donnant envie aux clients de revenir, comme dans un salon de thé. « Je suis très heureuse de ce projet. J'avais envie de reprendre un commerce car c'est dans mon ADN. Mon objectif est que les clients viennent passer un bon moment, en dégustant des produits sains, avec pour souci permanent de prendre soin de son corps. J'ai un régime nutritionnel très sain. Cela me permet d'être en pleine forme, joyeuse. Je veux que les clients puissent s'inspirer de cela en dégustant les smoothies ou en suivant un programme de nutrition si ils désirent approfondir. »

Le concept MLM

« La vente MLM (multi level marketing) est un marketing de réseau. C'est un concept basé sur la vente directe et le recrutement. Nous sommes rémunérés à l'impact que l'on a sur le nombre de personnes que l'on va accompagner dans notre concept de nutrition », explique Lydie Coulon. « L'objectif est aussi de

Ecrit par le 12 juin 2026

former des personnes qui peuvent vendre comme moi et cela un impact sur ma rémunération. » À titre d'exemple, Lydie Coulon a accompagné en novembre 130 personnes qui sont dans son équipe.

La Maison des agriculteurs est officiellement inaugurée



La Maison des Agriculteurs, située sur la zone commerciale **Horizon Provence** à Monteux, a ouvert ses portes début novembre avec succès. L'inauguration officielle a eu lieu la semaine

Écrit par le 12 juin 2026

dernière, en présence de nombreuses personnalités du monde agricole, d'élus et de représentants de l'État.

Ce moment symbolique a consacré plusieurs années de travail collectif porté et accompagné par la [Chambre d'agriculture de Vaucluse](#), aux côtés de partenaires engagés. Cet espace commercial, déjà fréquenté par de nombreux consommateurs depuis son ouverture, s'impose comme une vitrine inédite de la production locale, du savoir-faire agricole et de la coopération territoriale. C'est en effet le seul magasin de ce genre dans le Vaucluse qui s'est inspiré du concept d'un magasin d'agriculteurs à Nîmes.

Des sociétaires engagés

La SCIC Maison des Agriculteurs réunit à ce jour 160 sociétaires représentant 400 000 € de capital social. Parmi eux, il y a une large majorité d'agriculteurs et de coopératives agricoles, également fournisseurs, la Chambre d'agriculture de Vaucluse, les collectivités locales ([Sorgues du Comtat](#) et [Ville de Monteux](#)), le [Crédit agricole Alpes-Provence](#), des partenaires engagés ([Bienvenue à la ferme](#), le Comité de promotion et l'[URSCOP](#)), les premiers clients devenus sociétaires et enfin le collège des salariés prochainement.

Le concept de SCIC

La coopérative SCIC SAS Maison des Agriculteurs est le fruit d'un projet initial débuté en 2021. « Ce projet permet une massification des circuits courts, du producteur au consommateur. Cette structure collective inédite repose sur une gouvernance collégiale, une vision économique et sociale équilibrée et un partenariat public-privé », explique Nicolas Montagard, le Président de la SCIC.

Une SCIC est une société coopérative d'intérêt collectif. Elle a pour objet la production ou la fourniture de biens et de services d'intérêt collectif, qui présentent un caractère d'utilité sociale. Chaque coopérateur dispose d'une voix.

Un magasin vitrine

Le magasin comporte pas moins de 4 000 références avec une gamme en constante évolution. Il y a ainsi 50 vigneronnes du Vaucluse, des bières fermières, des spiritueux artisanaux, bien évidemment des fruits et légumes locaux, des produits laitiers, de la viande régionale, des produits transformés à la ferme et autres produits comme la lavande ou les aromatiques.

Ecrit par le 12 juin 2026



Des mises en avant de produits saisonniers se font comme le potimarron, assorti avec des produits complémentaires comme les croûtons. ©Olivier Muselet / L'Echo du Mardi

Ecrit par le 12 juin 2026

Un premier bilan positif

Avec 11 emplois locaux créés, le premier bilan après un mois d'exercice est positif. La dynamique est alignée avec le chiffre d'affaires prévisionnel, avec un objectif assumé d'atteindre une moyenne de 10 000 € TTC par jour.

Une dynamique commerciale

Pour assurer le chiffre d'affaires, en plus de la gamme présente, de nombreuses animations sont calées tout au long du mois de décembre ainsi que des dégustations.

Pour les fêtes de fin d'année qui s'annoncent, le magasin a réussi à proposer à sa clientèle toute une gamme festive issue de producteurs locaux, avec de la truite fumée de l'Isle-sur-la-Sorgue, du foie gras, des huîtres, des escargots et de la bûche glacée notamment. Des corbeilles d'épicerie seront également proposées ainsi que des commandes de volailles venant des Hautes-Alpes et de la ferme du Rouret à Mazan.



Le magasin propose toute une gamme festive comme des coffrets alimentaires. ©Olivier Muselet / L'Echo du Mardi

Écrit par le 12 juin 2026

Des perspectives de diversification

Pour compléter la vente classique dans le magasin, les adhérents de la SCIC ont pour objectif de proposer leurs marchandises à de la restauration collective. Une réflexion est menée dans ce sens avec les Sorgues-du-Comtat notamment.

La Maison des Agriculteurs en chiffres :

- 1 400 m² de surface totale dont 900 en vente et 500 en stockage
- 3 000 références à ce jour avec un objectif de 6 000 à terme
- 150 producteurs dont 137 sont sociétaires de la SCIC, avec un objectif de 250
- 80 % des producteurs sont basés dans Vaucluse
- 10 salariés ont été embauchés dont trois à temps partiel à 30h, deux embauches supplémentaires prévues à terme
- 300 références dans la cave à vin avec un objectif à terme de 800
- Chiffre d'affaires objectif en 2026 : 4,5 millions d'euros HT
- 100 places de parking
- 500 clients le jour de l'ouverture le vendredi 7 novembre et 900 le lendemain

En 2025, 37% des Provençaux réaliseront leurs achats de Noël à la dernière minute

Ecrit par le 12 juin 2026



Alors que les fêtes de fin d'année approchent à grands pas, l'effervescence bat son plein. Les préparatifs s'accroissent, et des millions de Français s'apprêtent à se rendre en magasin pour boucler leurs cadeaux de dernière minute. Dans cette période charnière, les commerçants sont en première ligne pour répondre à la demande et accompagner l'énergie des fêtes. C'est ce que révèle notamment la 2e partie de l'édition 2025 de l'étude 'Fêtes de fin d'année et contexte d'incertitude économique : quel impact sur les consommateurs et les commerçants ?', dévoilée par [Ankorstore](#), la première plateforme européenne de vente entre professionnels, qui connecte 30 000 marques à 300 000 commerçants indépendants. Focus ici sur la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Cadeaux de Noël : entre sprint final et marathon préparé

37% des Provençaux prévoient de réaliser leurs achats de cadeaux à la dernière minute, soit une semaine seulement avant le jour de Noël. Si certains préfèrent prendre leur temps, d'autres s'organisent bien en amont. Ainsi, 47% des consommateurs déclarent préférer anticiper pour faire leurs emplettes. Ils sont même 14% à déjà avoir trouvé leurs cadeaux, notamment à l'occasion des promotions estivales ou des ventes privées d'octobre.

Ecrit par le 12 juin 2026

Génération et genres : les Provençaux ne jouent pas tous la même partition

On observe des différences entre les habitudes des générations. Si un jeune (18-34 ans) sur deux (46%) prévoit de faire ses achats à la dernière minute, ils ne sont qu'à peine plus de 32% à opter pour cette stratégie chez les plus de 55 ans. Les femmes semblent également plus organisées que les hommes, car elles ne sont que 29% à attendre la dernière semaine pour leurs achats, contre 46% chez leurs homologues masculins.

Mais pourquoi les Provençaux s'y prennent-ils à la dernière minute ?

Les raisons qui motivent ou expliquent ces achats de dernière minute sont multiples. L'indécision (29%) et la difficulté à trouver de bonnes idées de cadeaux (27%) arrivent en tête des raisons citées par les habitants. 26% des sondés avancent également un budget limité et l'attente de disponibilité financière ou de promotion pour passer à la caisse. Les achats de dernière minute constituent un mode de consommation délibérément choisi pour 15% des habitants de PACA.

Une dernière ligne droite qui bénéficiera aux commerçants indépendants

Autre enseignement de l'étude menée par Ankorstore : ces achats de tout dernier moment profitent aux galeries marchandes, mais également aux commerces indépendants. En effet, si les supermarchés (83%) et les centres commerciaux et grandes enseignes (73%) sont largement plébiscités, les commerçants indépendants de la région parviennent à tirer leur épingle du jeu. 72% des consommateurs retardataires ou moins pressés se tournent vers des commerces de proximité pour leurs achats de dernière minute (devant les sites de vente en ligne, qui en attireront 64%). Pour les plus de 55 ans, le commerce de proximité est même l'option prioritaire pour leurs cadeaux de dernière minute pour 81% des répondants.

Un pic d'activité salvateur dans un climat d'incertitude

Un signal rassurant, car les commerçants misent sur les fêtes, et tout particulièrement sur la dernière ligne droite, pour réussir leur fin d'année. Les achats de dernière minute représentent ainsi un réel temps fort pour les indépendants puisque 45% des commerçants estiment la part des achats cadeaux de dernier moment à plus de 25% de leurs ventes de fin d'année (dont près de 13% affirment même que cela représente plus de 50% de leurs ventes de la période).

Un volume non négligeable quand on sait que la période des fêtes de fin d'année représente le plus gros pic d'activité annuel pour 63% des commerçants de PACA. Un secteur qui traverse une période compliquée, puisque 66% des commerçants déclarent que la dissolution de l'Assemblée nationale de juin 2024, ainsi que la période d'instabilité politique qui a suivi, ont eu un impact sur la santé économique de leur commerce (dont 26% un impact fort) ; et que près de 61% redoutent que la baisse du pouvoir d'achat des Provençaux n'affecte leur activité cet hiver.

« Dans une période difficile pour les commerçants indépendants, les fêtes de fin d'année sont plus que jamais décisives. Les Français comptent sur le commerce de proximité pour leurs achats de Noël et nous

Écrit par le 12 juin 2026

nous en réjouissons. Nos commerçants sont le cœur vivant de nos centres-villes : ils méritent d'être soutenus », explique [Nicolas d'Audiffret](#), cofondateur d'Ankorstore.

Le magasin Animalis de Sorgues est désormais disponible sur Uber Eats



Au cours du mois d'octobre, l'application de livraison [Uber Eats](#) et l'animalerie [Animalis](#) ont annoncé leur partenariat. Il est désormais possible de se faire livrer ses croquettes en quelques

Ecrit par le 12 juin 2026

dizaines de minutes.

10 magasins Animalis de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur sont à présent référencés dans l'application Uber Eats, dont celui de Sorgues. Cela concerne aussi ceux d'Aix-en-Provence, Aubagne, Cannes, La Ciotat, La Seyne-sur-Mer, Les Pennes-Mirabeau, Mandelieu-La-Napoule, Marseille, Nice, Puget-sur-Argens, et Saint-Maximin.

Nourriture, friandises, produits d'hygiène, jouets ou encore accessoires pour chiens, chats, poissons, oiseaux, reptiles et rongeurs peuvent maintenant être commandés sur l'application et livrés en une trentaine de minutes à son domicile. « Ce partenariat vient proposer aux clients une nouvelle façon de prendre soin de leurs animaux avec une livraison en quelques clics depuis l'application », expliquent les équipes d'Uber Eats.

Ce partenariat part surtout d'un constat : plus d'un foyer français sur deux vit avec un animal, et 71% des utilisateurs de l'application Uber Eats possèdent au moins un animal de compagnie, selon la plateforme [GWI](#).

Black friday : la région Sud s'en tire plutôt bien

Ecrit par le 12 juin 2026



La Fédération nationale de l'habillement (FNH) vient de publier les résultats de son baromètre mensuel. Si en France, les chiffres du mois de novembre sont toujours très bas, la Provence-Alpes-Côte d'Azur est l'une des rares région à tirer son épingle du jeu.

« La situation des commerçants de mode indépendants reste très critique, explique la Fédération nationale de l'habillement. En effet, d'après les données de l'observatoire de la FNH, le chiffre d'affaires de ses adhérents a baissé de 5,3% entre novembre 2024 et 2025. Tous les secteurs sont touchés et ne laissent pas présager d'un rebond : mode homme (-9%), mode femme (-8%), mode mixte (-2%). »

Toutes les régions à la baisse sauf Paca et les Hauts-de-France

La plupart des régions sont extrêmement touchées par la baisse de CA du mois de novembre. Les plus impactés sont le Pays de la Loire (-11%), Normandie (-11%) et Centre-Val-de-Loire (-9%). Sont également touchés par cette baisse : Auvergne-Rhône-Alpes (-8%), Bretagne (8%), Grand-Est (6%), Nouvelle Aquitaine (-5%), Île-de-France (-5%), Occitanie (-2%) et Bourgogne-Franche-Comté (-1%). Seules les Hauts-de-France (+11%) et la région Sud (+9%) affichent un bilan mensuel positif.

« Un écosystème devenu ultra-promotionnel, qui tire toute la filière vers le bas. »

Pierre Talamon, président de la Fédération nationale de l'habillement

« Le baromètre du mois de novembre illustre la résilience des commerçants de mode indépendants,

Ecrit par le 12 juin 2026

contraints de participer au Black Friday alors que leur structure de marge ne leur permet pas d'absorber durablement ces opérations, fragilisant encore davantage leur activité, constate [Pierre Talamon](#), président de la Fédération Nationale de l'Habillement. Cette pression continue nous oblige, à la FNH, à questionner un écosystème devenu ultra-promotionnel, qui tire toute la filière vers le bas. Cette dérive est amplifiée par l'agressivité du e-commerce des plateformes digitales extra-européennes. Nous devons collectivement réaffirmer la valeur du commerce physique et soutenir ceux qui font vivre nos territoires. »

Black Friday : coup de boost ou coup de bambou sur les marges ?

« La tenue du Black Friday n'aura donc pas eu de réel effet même si le nombre de participants s'est accru avec 58% des commerçants indépendants y ayant participé (contre 47% en 2024), poursuit la FNH. Parmi eux, 71% déclarent avoir participé parce qu'ils n'avaient pas le choix et 48% parce que leurs concurrents le font. Du côté des non-participants, cela est avant tout dû à des convictions anti-Black Friday (68%) ou parce qu'ils souhaitaient faire des promotions de manière différente (16%). Cependant, même si les participants ont pour la quasi-totalité (95%) proposé des réductions durant plusieurs jours, les effets ne se ressentent pas vraiment en termes de chiffres d'affaires puisque pour 28% des boutiques, l'opération représente moins de 5% du CA. Malgré ces chiffres, 62% des participants envisagent de participer à nouveau au Black Friday en 2026. »

Auchan : les supermarchés d'Apt et du Pontet vont devenir des Intermarché

Ecrit par le 12 juin 2026



Le groupe Auchan vient d'annoncer que 294 de ses supermarchés passeraient sous enseigne Intermarché (ou Netto, sa marque discount) d'ici la fin 2026. Cette décision, qui concerne des magasins dont la superficie est comprise 400 et 2 500 m², doit cependant encore être soumise à l'approbation de l'Autorité de la concurrence qui doit valider, ou non, la nouvelle stratégie du groupe de grande distribution.

En effet, il ne s'agit pas d'une cession mais d'un partenariat entre les différentes enseignes. Concrètement cela voudra dire que les salariés resteraient des salariés d'Auchan et que les magasins, qui deviendraient des franchisés Intermarché via une entité juridique créée spécifiquement, continueront d'appartenir à Auchan.

Quels magasins sont concernés localement ?

En Vaucluse, les supermarchés d'Apt (1 878m²) et du Pontet (1 800m²) sont concernées par ce prochain changement d'enseigne. A proximité du département, même transfert de bannière pour les magasin de Tarascon, Saint-Laurent des Arbres et Sénas.

Au total, Auchan prévoit ainsi de transférer 35 supermarchés de Provence-Alpes-Côte d'Azur et 20 d'Occitanie. Sur l'ensemble de la France, c'est 453 941 m² de surface de vente Auchan qui passeront sous enseigne Intermarché ou Netto.

Les Hypers vauclusiens gardent leur bannière

Attention toutefois, les 117 hypermarchés (plus de 2 500m²) du groupe restent sous marque Auchan. C'est le cas pour l'hyper d'Avignon-Nord, au Pontet (à ne pas confondre avec le supermarché Auchan concerné ci-dessus et situé à Réalpanier) ainsi que le magasin Mistral 7 à Avignon et celui de Cavaillon.

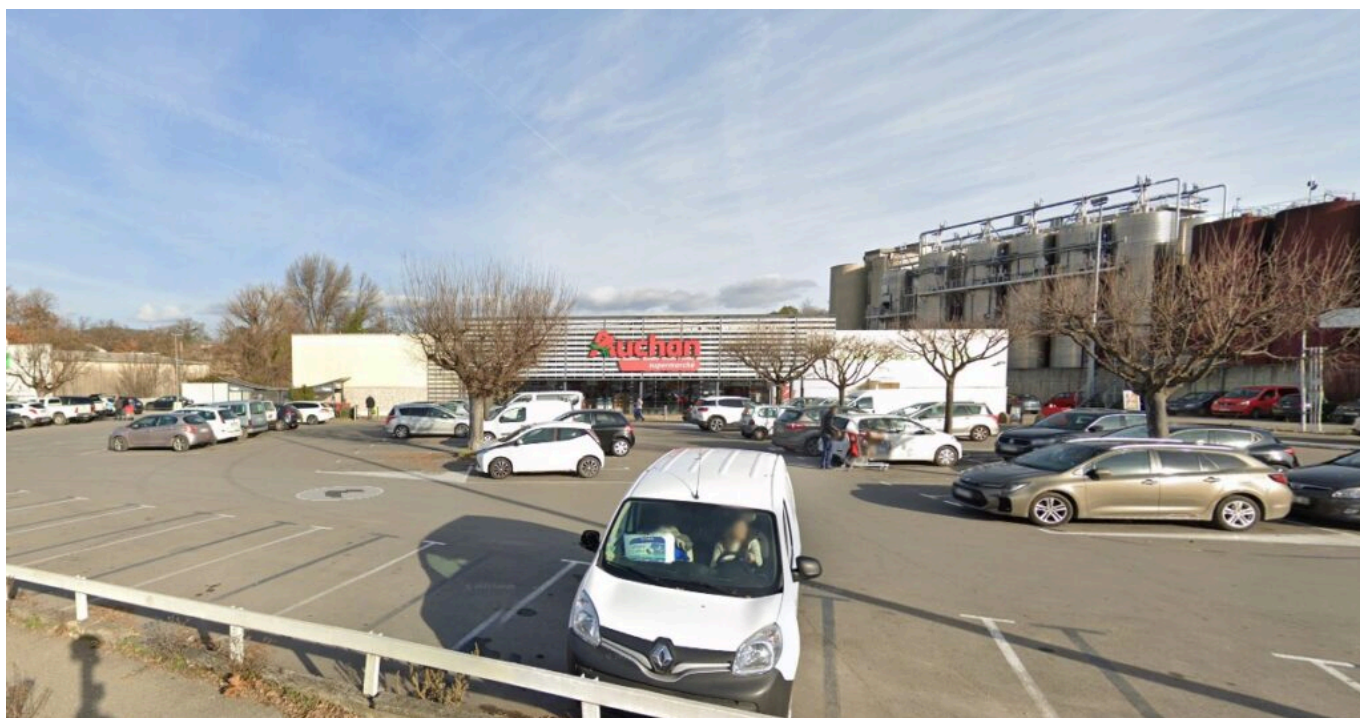
Au contraire, le site d'Auchan du Pontet , l'un des plus important du groupe, va faire l'objet d'importants

Ecrit par le 12 juin 2026

investissements puisqu'il fait partie des 45 premiers hypers dont la superficie sera volontairement réduite aux alentours de 8 000m² dans le courant de l'année prochaine.
Pour Auchan, avec cette baisse moyenne de 25% de ses surfaces de vente et un investissement de 384M€ pour moderniser ses hypers, l'objectif est de pour redresser ses résultats.



Ecrit par le 12 juin 2026



à gauche le supermarché Auchan du Pontet/réalpanier et à droite le supermarché Auchan d'Apt
©GoogleMap