Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

Delta Plus se montre résiliant face à une légère baisse du chiffre d’affaires en 2024

Le Conseil d’administration du groupe Delta Plus, basé à Apt et spécialisé dans les équipements de protection individuelle (EPI), a arrêté le 2 avril 2025 les comptes consolidés pour l’exercice 2024. Le Groupe observe une légère baisse du chiffre d’affaires mais compte bien inverser cette tendance en 2025.

En 2024, Delta Plus a enregistré un chiffre d’affaires de 400,1M€, observant une baisse de -4,9%. Une conséquence du contexte post-inflationniste lié à la crise du Covid-19, mais aussi de l’impact de change négatif, dans la continuité des derniers mois de 2023, s’élevant à -7,8 M€, soit une baisse de -1,8 % du chiffre d’affaires, ainsi que du ralentissement généralisé de l’activité.

Pour autant, le Groupe a perçu quelles points positifs comme l’impact de la dépréciation du Peso argentin par rapport à l’euro qui s’est atténué comparé à 2023, ou encore une dynamique positive hors Europe au

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

4e trimestre avec une croissance de 4,4% à périmètre et taux de change constants.

Les perspectives pour 2025

Delta Plus confirme tout de même la solidité de sa structure financière, avec notamment des capitaux propres en augmentation de 31M€, les élevant à à 273,9M€. En 2025, le Groupe souhaite renforcer davantage cette structure financière, alors que le climat d'incertitudes persiste avec les conflits en Ukraine et au Proche-Orient, la volatilité des principales devises mondiales, et les nouvelles tensions géopolitiques en ce début d'année.

Cette année, le Groupe aptésien souhaite aussi maintenir une croissance organique positive du chiffre d'affaires et son niveau de marge brute réalisé en 2024. Delta Plus entend également entretenir sa stratégie d'investissement dans la croissance externe.

Rhonalpal : la référence des palettes dans le Sud-Est de la France est implantée à Cavaillon

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

Ce site de 7 000m² a ouvert ses portes en 2016, à deux pas de l'autoroute A7, du MIN (Marché d'intérêt national) et à portée de nombre d'entreprises d'agroalimentaire, de logistique et de domaines viticoles qui ont besoin de palettes de bois solides pour transporter toutes leurs productions.

La maison-mère Rhonalpal a été créée à Saint-Priest, dans la banlieue lyonnaise en 1991, et s'est agrandie au fil du temps. Et c'est un Lyonnais de 25 ans, Maxime Jay, qui dirige le site vauclusien depuis 2023. Après des études de commerce, il a fait un interim de deux mois au siège de l'entreprise. « Au bout de quelques semaines de présence, j'avais apparemment le bon profil, ils m'ont gardé et confié un poste de direction. J'ai saisi ma chance et je suis arrivé à Cavaillon. »

Rhonalpal travaille exclusivement pour des professionnels, fabrique, fournit, vend, collecte, répare et recycle des palettes. « Nous les reconditionnons au maximum et quand vraiment une palette n'est plus réparable, elle est broyée en copeaux comme couvert végétal ou en pellets, ces granulés pour poêles à bois, rien ne se perd. Nous participons à une forme d'économie circulaire, c'est un marché dans l'air du temps, tendance, écolo. » Pour enlever un stock de palettes vides, Maxime Jay a recours à des camions de taille et de forme différente, porteurs, semi-remorques et ampliroll, ces engins télécommandés avec un bras de levage hydraulique muni d'un crochet qui soulève cargaisons, containers et palettes et les décharge pour les recycler.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

« Nous travaillons avec nombre de boîtes de transports mais aussi des industriels, des commercants, des maraîchers, des arboriculteurs. Nous quadrillons le Vaucluse, les zones d'Avignon Nord, Sud et Courtine, mais aussi Sorgues avec Eurenco, Le Pontet, mais nous allons aussi ailleurs en Provence, au MIN de Châteaurenard, dans les ports de Fos-sur-Mer, de la Joliette à Marseille, de Port-Saint-Louis-du-Rhône, à Saint-Martin-de-Crau, Miramas, Salon, Aix-en-Provence, Peyrolles. » Maxime Jay a aussi des vignerons réputés parmi ses clients, comme Château Mont-Redon à Châteauneuf-du-Pape, et des domaines du Luberon à Oppède, Ménerbes ou Bonnieux.

« Je suis arrivé ici il y a un an et demi, on était quatre. Aujourd'hui, on a plus que doublé les effectifs nous sommes entre 10 et 11 (trieurs, réparateurs, chauffeurs) selon les saisons et les besoins. Je m'occupe de tout, personnel, administration, exploitation et gestion méthodique des collectes pour minimiser notre empreinte carbone. Il faut trouver le bon équilibre, donc je fais aussi du sport ! »

La crise n'épargne pas le monde des palettes. Le patron a su élargir le nombre de clients, donc de commandes pour pallier la baisse des prix. Du coup, le chiffre d'affaires du site Rhonalpal de Cavaillon affiche 2,6M€ pour 2024, soit une progression de +200 000€ et +150 000 palettes. Dans un environnement inflationniste et fluctuant, pari réussi pour ce jeune et dynamique directeur de site.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

©Rhonalpal

Contact : 04 90 71 16 99

L’Avignonnais Virgo Move désormais référencé par Décathlon

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

Fondée en 2022 par Jean-Baptiste Petricoul, l'entreprise Virgo Move, spécialisée dans la fabrication d'articles de sport, notamment les casques intégraux pour les cyclistes, est désormais disponible sur le site de Décathlon.

Cela fait une décennie que le fondateur de l'entreprise avignonnaise Jean-Baptiste Petricoul travaille sur des casques vélo hybrides avec la promesse d'assurer une protection optimale et confortable pour les cyclistes.

Trois ans après la naissance officielle de l'entreprise Virgo Move, celle-ci annonce que ses articles sont désormais disponibles sur le site web de l'enseigne française de grande distribution d'articles de sport et de loisirs Décathlon. « Une étape clé dans l'aventure Virgo Move », déclare l'entreprise.

6 références

La marketplace de Décathlon dispose maintenant de six références Virgo Move. De quoi équiper enfants et adultes de 99€ à 289€. Les casques de vélo sont conçus pour répondre à deux besoins qui, sur le principe, s'opposent : protéger l'usager tout en étant le plus léger possible. Contrairement à un casque classique qui ne protège que le crâne, celui de Virgo Move est intégral, tel un casque pour véhicule motorisé.

En proposant ces casques innovants, Virgo Move ambitionne de promouvoir l'utilisation de la mobilité douce tout en la rendant plus sûre et accessible à tous. Cette entrée chez Décathlon est un pas de plus

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

vers cet objectif. « Pour nous, cette avancée n'est pas seulement commerciale, conclut l'entreprise. Elle symbolise notre engagement envers les usagers des nouvelles mobilités douces, en leur offrant des solutions innovantes et sécurisées. »

Pour retrouver les articles Virgo Move sur Décathlon, cliquez ici.

Femmes chefs d'entreprise Vaucluse, 'Les femmes et l'argent'

Les femmes chefs d'entreprise Vaucluse organisent une conférence sur 'Les femmes et l'argent', jeudi 6 mars de 9h à 11h, à l'Hôtel de Ville d'Avignon.

De nombreuses personnalités interviendront telles que Christine Gord, directrice de la banque de

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

France ; Stéphanie Marchal, présidente des FCE (Femmes chefs d'entreprise) Vaucluse ; Philippe Blanc, président du Comité des banques ; David Fournier, président de la CPCCM (Conférence permanente des caisses de crédit municipal) et vice-président de la Caisse de Crédit municipal d'Avignon ; Olivier Guibaud, Directeur territorial de l'Adie-Adigo (Association pour le droit à l'initiative économique) Gard, Vaucluse et Ouest des Bouches du Rhône, Maître Anne Barthémémy, avocate au Barreau d'Avignon.
Cécile Helle, maire d'Avignon et Thierry Suquet, préfet de Vaucluse assisteront à cette conférence.

Les infos pratiques
'Conférence. Les femmes et l'argent. Une initiative des FCE Vaucluse. Jeudi 6 mars de 9h à 11h. Hôtel de ville d'Avignon. Entrée gratuite et réservation obligatoire secretariat84@fcefrance.fr et https://Inkd.in/eT5B_sEY
MMH

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

Copyright Freepik

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 4 novembre 2025

Résultats historiques pour le Crédit Agricole Alpes Provence

Le Crédit Agricole Alpes Provence vient de présenter ses résultats 2024. Malgré une succession de crises multiples depuis 5 ans la banque coopérative régionale réalise des résultats historiques lui permettant d'afficher sa confiance dans sa capacité à soutenir l'investissement local.

« Dans un environnement exigeant, le Crédit Agricole Alpes Provence réalise en 2024 des résultats historiques qui donnent de la confiance pour entreprendre et nous permettent d'agir ensemble pour avoir de l'impact et faire rayonner le territoire », se félicitent les responsables de la banque régionale qui regroupe notamment 455 collaborateurs répartis dans les 41 agences de Vaucluse.
« Nous connaissons depuis 5 ans une succession de crises multiples qui ont provoqué de nombreux déséquilibres économiques et financiers avec de l'endettement et des mesures de soutien monétaire exceptionnelles, ont ainsi complété Laurent Fromageau, directeur général, et Franck Alexandre, président du conseil d'administration du Crédit Agricole Alpes Provence. Cet environnement incertain est peu favorable à la confiance et à la croissance, et il est exigeant pour les entrepreneurs. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

43 000 nouveaux clients
Malgré ce contexte, la banque coopérative affiche une activité commerciale dynamique sur tous les plans en 2024. Elle compte ainsi 43 000 nouveaux clients, un chiffre record. Dans le même temps le Crédit Agricole Alpes Provence constate une croissance tonique de sa base client (+2%) ainsi qu'une fidélisation accrue de sa clientèle avec une hausse de +4,2% pour les contrats assurances, de +3,2% pour les services de paiement et de 1,9% pour les services de banque au quotidien.
Côté crédit, les parts de marchés crédits et collecte sont en hausse : crédits à 18,63% (à fin octobre 2024), soit +0,23 point (par rapport à octobre 2023.) Collecte à 16,68% (à fin octobre 2024), soit +0,68 point (par rapport à octobre 2023).

Le Crédit agricole Alpes-Provence offre des vélos électriques à ses collaborateurs

9 décisions sur 10 sont prises en agence
« Cette dynamique s'explique par la satisfaction client, priorité numéro 1 du Crédit Agricole Alpes Provence. Nous avons par exemple une note Google de 4,84/5, ce qui nous place en 2e position sur notre territoire par rapport à nos concurrents. Une dynamique qui s'explique également par l'autonomie, la confiance et la responsabilité en proximité, moteur de l'engagement des hommes et des femmes : 9 décisions sur 10 sont prises en agence », insiste 'la banque verte' regroupant au total 2 200 collaborateurs dans 154 agences en Vaucluse, Bouches-du-Rhône et Hautes-Alpes.
De quoi afficher un résultat net consolidé historique de 133,9M, en progression de 15% par rapport à 2023 (résultat net social normes françaises 102,9M€). Parallèlement, la solidité financière de l'établissement bancaire a été également été renforcée avec un ratio de liquidité s'élèvant à 112,2%, un ratio de solvabilité de 21,57% ainsi qu'un niveau de couverture des risques un taux de 55,85%.

Quelques chiffres
– 19 Mds€ d'encours de crédits.
– 6 900 projets habitat particuliers et professionnels.
– 1 900 prêts étudiants
– 500 projets accompagnés par jour en financement, en assurant et en investissant en capital
– +15% d'activité crédits chez les professionnels et agriculture
– +3,2% de crédits d'équipement pour les entreprises.
– 33M€ engagés par le fonds Transitions de la banque pour financer des infrastructures de production d'énergie verte et renforcer les fonds propres des entreprises du territoire qui accélèrent les transitions.
– +10% de crédits actifs durables en 2024.

Soutien historique de l'agriculture
Par ailleurs, le Crédit Agricole Alpes Provence rappelle qu'il est un des soutiens historiques de l'agriculture.
« L'agriculture française est de plus en plus confrontée à des enjeux cruciaux pour son avenir, précise la

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

banque. Elle doit faire face à de nombreux défis : renforcer sa compétitivité, s'adapter aux changements climatiques et répondre aux attentes sociétales. En tant que 1ère banque mais également en tant que partenaire historique de l'agriculture depuis plus de 120 ans, le Crédit Agricole Alpes Provence accompagne toutes les agricultures de son territoire. Concrètement, nous avons mis en place en 2024 : 1 000 pauses "années blanches", ce qui représente un soutien de 150 000€. 41 Prêts à Taux Zéro pour jeunes agriculteurs, ce qui représente un soutien de 1,2M€. 800 000€ de soutien en trésorerie pour nos clients agriculteurs impactés par le gel. Toutes ces mesures se traduisent par la satisfaction de nos clients agriculteurs. L'Indice de recommandation client agriculteur est à +23 points en 2024, en augmentation de +15 par rapport à 2023. Notre caisse régionale est la 1ère des caisses régionales du groupe et la 1re de notre territoire en satisfaction client auprès des agriculteurs. En 2024, nous avons 234 nouveaux clients agricoles dont 88 jeunes agriculteurs, ce qui représente 84% des installations aidées du territoire. »

Le Crédit Agricole réaffirme son engagement auprès des vignerons

Après s'être mobilisé avec la Safer pour soutenir les viticulteurs locaux face à la spéculation foncière des terres agricoles, le Crédit Agricole Alpes Provence fait partie des trois caisses régionales (avec celles de Sud Rhône Alpes et Languedoc) à avoir répondu à l'appel du Syndicat des Vignerons des Côtes du Rhône pour une rencontre en urgence dans l'objectif d'échanger sur la situation économique, les défis à venir et d'y apporter des solutions.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

De gauche à droite : Alain Aubert, membre du Syndicat des Vignerons des Côtes du Rhône ; Jean-Pierre Gaillard, Président du Crédit Agricole Sud Rhône Alpes ; Daniel Connart, Président du Crédit Agricole du Languedoc ; Franck Alexandre, Président du Crédit Agricole Alpes Provence ; Damien Gilles Président du Syndicat des Côtes du Rhône ; Laurent Jeanneteau Directeur du Syndicat des Côtes du Rhône ; Claude Guigue Vice-Président du Crédit Agricole Languedoc. Crédit DR/CAAP

L'occasion pour Damien Gilles, président du Syndicat de présenter en détail la situation économique, le démarrage de la campagne, ainsi que la vision et les objectifs 2025 : « Notre priorité est notamment d'assurer une juste rémunération des vignerons en sécurisant les contrats amonts à minima au niveau de coûts de production (modification de la loi Egalim), en fournissant des indicateurs de prix à la filière pour la vente de raisins et de vin en vrac mais aussi sur les certifications environnementales (HVE et BIO) et en permettant à la filière viticole d'accéder aux Organisations de Producteurs pour concentrer l'offre vrac. Nous devons aussi simplifier et adapter notre Cahier des charges au changement climatique, optimiser les coûts de contrôles pour les producteurs, et valoriser les démarches environnementales. »

Lors de cet échange, les 3 Caisses Régionales ont assuré les représentants du Syndicat des Vignerons des Côtes du Rhône de leur plein soutien.
« Face à la situation actuelle, la banque va jouer pleinement son rôle et être à l'écoute des vignerons et

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

viticulteurs concernés pour trouver des solutions personnalisées et adaptées aux besoins de chacun ; assurent-elles. Le Crédit Agricole s'engage à nouveau aujourd'hui et précise qu'il est également important d'avoir une filière unie pour un accompagnement durable. »

Link Organisation : ils sont 3 associés mais ils se mettent en 4 pour organiser vos événements

Au départ, il y a Nicolas Meffre, fils de Guy Meffre, traiteur réputé. « Papa a vendu l'affaire en 2017 et j'ai souhaité continuer dans l'organisation de banquets, anniversaires, séminaires, soirées, mariages, mais sans la cuisine. Mais j'avais besoin de logistique et de dépôt pour la vaisselle, les chaises, les

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

nappes », explique-t-il. Et au fil des rencontres, il rachète du matériel, des objets de décoration et s'allie à Amandine Robert qui s'occupe de mobilier de jardin design, épuré, original et d'Eric Gelsomino qui gère couverts, verrines, tasses. « Par exemple on est allé à Milan, capitale de l'innovation, pour trouver des objets détournés de leur fonction initiale comme les palettes devenues fauteuils, comme les cubes à base de bouteilles en plastique recyclé ou les poufs en bouchons de liège », ajoute Nicolas Meffre.

Pour la vaisselle, Eric Gelsomino a réponse à tout. « On peut proposer jusqu'à trois mille couverts en même temps, quel que soit le style, vintage, moderne, nature. Coupe ou flûte à champagne ou à cocktail, verre ciselé ou pas, à bière, à mojito. Couverts dorés, argentés, couteau à steak en bois. Il y a aussi les fontaines à chocolat, les braseros, grills à panini, machines à granité, planchas. »

Pour les autres assises, Amandine Robert évoque pêle-mêle : « Pouf en jute, mange-debout, tonneau, fauteuil en rotin 'Emmanuelle', banc en bois brut, table-guéridon ». Sont aussi à disposition : bar lumineux, salon en teck, parasol chauffant, barnum, tipi géant, guirlande multicolore, charrette, sono, éclairage, écran plat, pupitre.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

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 4 novembre 2025

©Andrée Brunetti / L'Echo du Mardi

Départs à la retraite, fiançailles, convention d'affaires, anniversaires, soirées 'corporate' pour renforcer les équipes, Link Organisation, qui est basé à Châteauneuf-de-Gadagne, propose mobilier, matériel de cuisine, tentes. « On a organisé les 100 ans des Voyages Arnaud à l'Arbousière, l'arrivée du Rafale sur le tarmac de la Base Aérienne d'Orange le 18 juillet dernier, les 4 ans des Fines Roches à Châteauneuf-du-Pape avec Denis Duchêne », précise Nicolas Meffre. « Et les affaires vont bon train, ajoute Eric Gelsomino. On a réalisé 560 mariages en 2023, 645 l'an dernier. Et la liste d'attente s'allonge, on est complet jusqu'en 2027 ! »

Contact : 04 28 70 39 36

Les Apéro Entrepreneurs du Pays d'Orange célèbrent leur 8e anniversaire

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

Les Apéro Entrepreneurs du Pays d'Orange viennent de se réunir au Mercure hôtel de la cité princes pour fêter leur 8e anniversaire. Après le succès de leur rencontre de septembre dernier, ils étaient à nouveau près de 300 à participer à l'événement de cette structure fondée en février 2017.
« Les Apéro Entrepreneurs sont des soirées dédiées aux entrepreneurs du territoire et organisées tous les mois sur l'intercommunalité Pays d'Orange en Provence qui est l'interlocuteur de proximité du développement économique », explique le comité de bénévoles composé Marc-André Mercier, Stéphane Henry, Lise Dupont et Lise Martinez. Une dizaine d'autres bénévoles complète l'organisation en venant prêter main forte lors des différents événements.

Le théâtre antique et la 2e édition du salon de l'entreprise au programme
Pour cette soirée anniversaire, plusieurs annonces ont été faites concernant l'année à venir. Ainsi en 2025, il sera proposé 2 Matinales Entrepreneurs (un rendez-vous initié depuis 2023 dédié aux entrepreneurs qui veulent s'installer) et 11 Apéro Entrepreneurs du Pays d'Orange.
« Nous allons également organiser la seconde édition du Salon de l'Entreprise, annonce Marc-André

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

Mercier. Il sera co-organisé par la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) de Vaucluse et le Réseau Initiative Terre de Vaucluse et se tiendra le 16 octobre à Orange. Il sera clôturé par un Apéro Entrepreneurs. » Lors de cette soirée du 8e anniversaire, une demi-douzaine de participants ont d'ailleurs fait part de leur décision de tenir un stand durant le salon.
Par ailleurs, si la date n'est pas encore fixée, un Apéro Entrepreneurs se déroulera au sein du cadre exceptionnel du théâtre antique d'Orange.

Des milliers d'entrepreneurs réunis
En 8 ans ce sont près d'une centaines d'évènements, Apéro et Matinales Entrepreneurs qui ont été organisés sur le Pays d'Orange en Provence.
« Au total, ce sont plusieurs milliers d'entrepreneurs qui sont venus sur ce territoire, souvent du Vaucluse mais aussi des départements limitrophes, pour découvrir les lieux, les gens, créer des souvenirs, des opportunités et participer à la dynamique de notre territoire, se félicite Marc-André Mercier. L'inscription à ces soirées est gratuite pour les participants, seules les consommations sont à régler au lieu qui accueille la soirée. Ces soirées permettent aux entrepreneurs de se rencontrer et d'échanger autour d'un moment convivial sur un socle de valeurs communes. »
Enfin, cet anniversaire a permis également de dévoiler un nouveau partenaire : Ventoux intérim qui rejoint ainsi MX création, le Crédit agricole Alpes-Provence et Toyota Orange.

Avec l'arrivée de Virginie Lefrancq à la direction, Florajet affiche de nouvelles ambitions

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

Créée en 1992 par Philippe Lefrancq, l'entreprise Florajet, basée à Cabrières d'Aigues, figure aujourd'hui parmi les leaders français de la livraison de fleurs. L'année dernière, c'est la fille de Philippe, Virginie Lefrancq, qui en a repris les rênes. La nouvelle directrice générale a pour objectif de moderniser la marque et de la développer davantage, tout en préservant les valeurs fondamentales de l'entreprise.

Après deux décennies dans l'entreprise, au sein des services suivi commercial, commercial, et service client, puis directrice de l'expérience client et du digital, Virginie Lefrancq succède à son père Philippe Lefrancq à la tête de l'entreprise en janvier 2024.

Aujourd'hui, Florajet se hisse parmi les leaders français de la livraison de fleurs. Depuis le changement de direction, l'entreprise vauclusienne a déjà procédé à quelques changements, et a notamment dévoilé sa nouvelle identité visuelle au début de l'année 2025. Mais Virginie a bien d'autres projets pour faire fleurir l'entreprise familiale, tout en conservant l'héritage laissé par son père.

La naissance de Florajet

Florajet n'est pas la première aventure entrepreneuriale de Philippe Lefrancq, qui avait ouvert avec sa

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

femme une boutique de fleurs dans le centre-ville de Pertuis au début des années 1990. Très vite, ils avaient souhaité rejoindre un réseau floral, qui leur permettrait d'accéder à la demande des clients qui souhaitaient livrer en dehors de leur périmètre. Alors qu'aujourd'hui cela peut se faire en quelques clics grâce à internet, à l'époque, il y avait davantage de contraintes. « Ils perdaient énormément de temps à chercher les numéros de téléphone, appeler, pour ensuite livrer, car ils faisaient tout eux-mêmes », affirme Virginie Lefrancq.

> « Mon père souhaitait créer un service qui faciliterait le travail des fleuristes. »
>
> *Virginie Lefrancq*

Philippe Lefrancq ne trouvant pas de réseau floral idéal, compatible avec sa manière de travailler, l'idée de Florajet a commencé à germer. « Florajet a pour objectif de s'adapter aux fleuristes, et non l'inverse », ajoute la directrice générale de l'entreprise cabriéraine. Florajet est donc née en 1992 à Pertuis, alors qu'un gros concurrent français était déjà en place depuis plus d'un demi-siècle. Un pari osé qui aujourd'hui porte ses fruits.

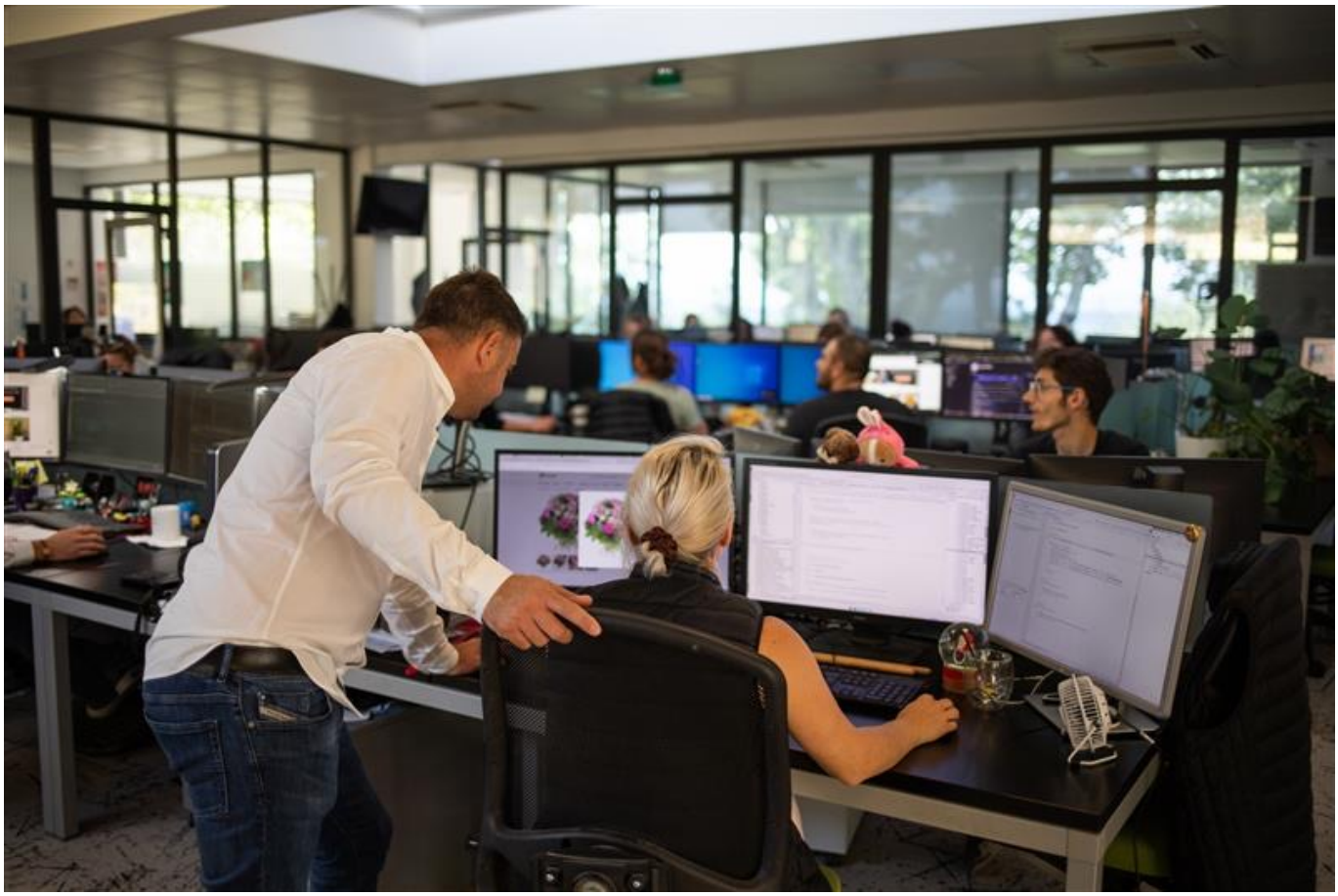
600 000 bouquets par an

Avec l'arrivée d'internet au début des années 2000, Florajet est devenue Florajet.com et l'entreprise a commencé à prendre de l'ampleur. « Les objectifs de Florajet.com sont clairs : continuer à être une marque moderne, audacieuse et innovante. En mettant l'accent sur la qualité et la proximité, que ce soit pour un bouquet à petit prix ou une composition plus prestigieuse nous voulons que chaque client et fleuriste se sentent écoutés et valorisés », explique Virginie. Florajet.com grandit et déménage à Cabrières d'Aigues en 2006, où elle est toujours aujourd'hui et comptabilise 80 collaborateurs.

Avec un chiffre d'affaires s'élevant à 30M€, Florajet.com compte parmi les fleurons de l'économie vauclusienne, elle fait notamment la fierté du Sud Vaucluse. L'entreprise permet la livraison d'environ 600 000 bouquets par an et couvre 95% du territoire français grâce à un maillage de 4 500 fleuristes. « Ce maillage est important car il permet d'honorer notre promesse de réactivité, avec une livraison en moins de 3 heures, 7 jours sur 7 », développe la directrice. L'entreprise possède aussi un atelier floral à la Tour d'Aigues où des fleuristes créent des bouquets qui partent par transporteur, ainsi qu'un magasin de fleurs à Pertuis, Fleurs d'O. « Ça nous permet de mettre les mains aussi dans la fleuristerie, parce que ça reste quand même essentiel de continuer à comprendre le métier, et de nous rendre compte de la réalité du terrain », ajoute-t-elle.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025



Les locaux de Florajet.com à Cabrières d'Aigues. ©Vincent Agnes / Florajet.com

D'une enfance au milieu des fleurs à la direction de Florajet.com

Ainsi, depuis sa tendre enfance, Virginie baigne dans les fleurs. « 'J'ai toujours vu ma mère créer des bouquets, il y avait aussi le corso fleuri qui me rappelle de très bons souvenirs parce que c'étaient des chars qui défilaient dans les rues de Pertuis, et ma mère les décorait la nuit », explique la directrice de Florajet.com. Lors de son BTS Management des unités commerciales, elle réalise son alternance au sein de l'entreprise familiale avant de l'intégrer une fois ses études terminées.

> « J'ai fait presque tous les postes de l'entreprise. »
>
> *Virginie Lefrancq*

Durant 20 ans, Virginie a évolué dans différents services de l'entreprise familiale. Et pourtant, le fait

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

qu'elle reprenne la direction de l'entreprise un jour n'a pas toujours été une évidence. « Florajet.com, c'est comme le bébé de mon père, donc évidemment qu'il espérait qu'un jour l'un de ses enfants ou quelqu'un de sa famille puisse reprendre au lieu de revendre l'entreprise, affirme Virginie. Mais on n'en parlait pas forcément, pour dire la vérité. J'ai fait mon parcours en me disant que ça pouvait faire partie des possibilités, mais pas en me disant que c'était comme ça que ça devait être. » En janvier 2024, Philippe Lefrancq passe le flambeau à sa fille qui souhaite faire évoluer l'entreprise tout en gardant les bases qui sont déjà solides.

Moderniser la marque

Si la nouvelle directrice générale ne souhaite pas révolutionner le concept de l'entreprise, elle a tout de même immédiatement pensé à un changement : la moderniser. Au début de l'année 2025, Florajet.com a dévoilé sa nouvelle identité visuelle avec un nouveau logo plus en mouvement, qui rappelle une feuille, avec une nouvelle couleur. Ce logo se veut le reflet de l'énergie et de la créativité de l'entreprise.

L'ancien logo et le nouveau logo de Florajet.com. ©Florajet.com

En plus du logo, Florajet.com a décidé de créer une nouvelle signature plus affirmée : « Trop facile de faire plaisir. » Cela représente la réactivité de que promet l'entreprise : en seulement quelques clics, il est possible de commander un bouquet et de le faire livrer dans les heures qui suivent.

Faire davantage connaître Florajet.com

Aujourd'hui, Virginie Lefrancq souhaite faire de l'entreprise l'acteur incontournable de la livraison de fleurs en France. « Jusqu'à présent, on était plutôt discrets, mais aujourd'hui, à l'ère des réseaux sociaux, il faut qu'on s'affirme davantage », dévoile-t-elle.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

Florajet.com réalise une grosse partie de son chiffre d'affaires à la fête des mères. Les clients pensent aussi au réseau floral lors de la Saint-Valentin ou encore pour la fête des grands-mères, mais Virginie souhaite que Florajet.com soit le premier choix pour la moindre occasion. « Les fleurs pour les occasions, c'est une bonne idée, mais il n'y a pas que ça, c'est aussi un bon moyen pour se faire pardonner », explique-t-elle. C'est d'ailleurs l'objet d'une nouvelle campagne publicitaire, composée de trois spots réalisés avec humour et qui sont diffusés depuis le 25 janvier sur la chaîne télévisée TF1.

Florajet.com veut renforcer sa présence à l'étranger

Après la modernisation et une présence plus affirmée, Virginie Lefrancq dévoile une troisième ambition pour Florajet.com : l'international. L'entreprise vauclusienne travaille déjà à l'étranger, dans une centaine de pays, mais par d'autres chaînes de transmission florale avec qui Florajet.com a un réseau d'entreprises qui ont elles-mêmes un réseau de fleuristes. Ainsi, l'étranger ne représente aujourd'hui que 3% du chiffre d'affaires. Un marché que l'entreprise cabriéraine souhaite désormais développer.

« On aimerait travailler à l'international, mais de manière différente, peut-être plus en direct pour proposer des offres un peu plus étoffées, développe la directrice générale. Si demain on travaille avec un fleuriste, donc évidemment dans les pays limitrophes pour commencer et dans les villes les plus importantes, les capitales au départ sûrement, c'est pour proposer plus d'offres et des prix attractifs. » Tels sont les objectifs de Virginie pour l'avenir de Florajet.com, qui va sans nul doute continuer de fleurir ces prochaines années.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

©Florajet.com

(Vidéo) Blachère illumine nos fêtes depuis 50 ans

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

C’est l’histoire d’une saga familiale comme on les aime. De la petite entreprise, basée à Apt qui à l’origine sonorisait des communes, Blachère Illumination est devenue aujourd’hui un des leaders mondiaux de l’éclairage événementiel. Crée en 1973 par Jean-Paul Blachère, cette entreprise, qui affiche aujourd’hui 100M€ de CA, est présente dans 80 pays. Son activité reste cependant très dépendante du contexte politique et économique que ce soit au niveau national ou international.

Nous sommes en 1973, Jean-Paul Blachère, qui a repris les rênes de l’entreprise de sonorisation de son père, est à Brest. Il y installe des haut-parleurs pour un événement. Une des personnes de la ville l’interpelle et lui dit : « puisque tu as les échelles, pourquoi ne profiterais-tu pas de l’occasion pour accrocher aussi des illuminations ? » C’est ainsi que l’aventure de Blachère Illumination débuta. Au début des années 80, l’entreprise cessa son activité de sonorisation pour se consacrer exclusivement à celle de l’illumination. Elle est aujourd’hui dirigée par Johan Hugues qui entra dans l’entreprise en 1991 comme designer industriel.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

Johan Hugues, dirigeant de Blachère Illumination. ©Blachère Illumination

« Dans beaucoup de pays, on apprécie la French touch et notre créativité »

Si elle conserve son siège social à Apt, l'entreprise a créé à ce jour 27 filiales dans le monde, ce qui lui assure aujourd'hui une présence dans 80 pays. Sur les 400 collaborateurs que compte le groupe, 120 sont basés dans la capitale du Luberon. En 2024, le groupe aura réalisé un CA de 100M€, dont 55% à l'international, où plusieurs unités de productions ont été installées, comme au Mexique ou à Dubaï. Pour Johan Hugues, le Directeur Général, l'origine française de l'entreprise est un vrai atout. « Dans beaucoup de pays, on apprécie la French touch et notre créativité », précise-t-il.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

Blachère Illumination ouvre les portes de son showroom au public

Parmi les réalisations les plus emblématiques, on a tous en mémoire le scintillement de la Tour Eiffel

70% de l'activité de l'entreprise est réalisé avec les villes. En France, 70% des communes de plus de 5 000 habitants font appel à Blachère Illumination. Dans la plupart des cas, les communes louent à l'entreprise leurs illuminations. Ce qui permet leur renouvellement régulier. Parmi les réalisations les plus emblématiques, on a tous en mémoire le scintillement de la Tour Eiffel inauguré au moment du passage à l'an 2000, ou encore l'illumination des Champs-Élysées pour les fêtes de fin d'année. Marché que détient Blachère Illumination depuis plus 20 ans. Dans le Vaucluse, les villes sont nombreuses à faire appel à l'entreprise, à commencer par Apt, qui souvent a le privilège de tester les dernières créations de la maison. Avignon, Carpentras, Cavaillon font également appel à Blachère Illumination, mais pas que…

Avignon

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

L'Isle-sur-la-Sorgue

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

Paris

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2025

Saint-Tropez

©Blachère Illumination

Si la part essentielle de la clientèle est constituée de communes, depuis quelques années, l'entreprise aptésienne s'est développée sur le marché des centres commerciaux et des boutiques. C'est aujourd'hui 30% de son activité.

Plusieurs révolutions techniques ont été conduites

Assez dépendante des contextes dans lesquels elle évolue, l'entreprise a dû s'adapter à plusieurs reprises aux évolutions sociétales, économiques, voire géopolitiques de son environnement. Il y a quelques années, la nécessité d'une plus grande sobriété énergétique a eu un impact important sur son activité. Nombre de clients ont freiné leurs dépenses. L'entreprise a perdu 12% de son CA. Elle a fait alors sa première révolution technique avec l'arrivée de l'éclairage LED, que l'entreprise a su rapidement proposer à tous ses clients. Sa deuxième révolution technique, elle l'a conduite avec la réduction de l'utilisation de l'aluminium pour la confection de ses structures porteuses des éclairages. Elle a mis au point un procédé technique qui grâce à une imprimante 3D de grande dimension utilise des plastiques

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 4 novembre 2025

recyclés. Ces matériaux plus vertueux sur le plan environnemental présentent aussi l'avantage de pouvoir offrir davantage de possibilités pour les créateurs et les designers. L'entreprise a d'ailleurs déposé plusieurs brevets concernant ce procédé.

©Blachère Illumination

« Notre métier, c'est de faire briller les yeux des gens dans des périodes froides »

Si les évolutions sociétales ont conduit l'entreprise à innover, elle a dû aussi savoir d'adapter à son environnement politique et économique. Ce fût d'abord comme beaucoup d'entreprises la crise du Covid qui a donné un sérieux coup de frein à son activité. Ensuite, en 2022, le boycott économique de la Russie suite à son invasion par l'Ukraine a été un autre coup dur pour l'entreprise. Elle avait de nombreux contrats avec des villes russes. Elle a su y faire face en développant d'autres marchés internationaux où l'entreprise avait une implantation. Aujourd'hui, le ralentissement de l'économie mondiale et les contraintes budgétaires portées aux collectivités locales françaises sont des autres motifs d'inquiétude pour les dirigeants de Blachère Illumination. Mais Johan Hugues est optimiste : « on ne sera jamais éteints, il n'y a aura pas de black-out pour notre activité » affirme-t-il avec un certain humour. « Notre métier, c'est de faire briller les yeux des gens dans les périodes froides » conclue-t-il.

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 !

Ecrit par le 4 novembre 2025