

Ecrit par le 22 avril 2026

## Les appeaux Baud, une tradition artisanale née à Carpentras



Les **appeaux Baud** existent depuis les années 50. La manufacture qui fabrique de façon artisanale des appeaux a des projets de développement avec une gamme destinée aux enfants et aux amoureux de la nature. Elle mise également sur le potentiel du marché des accessoires de chiens de chasse.

Les appeaux existent à Carpentras depuis 1868 avec la famille Raymond. En 1924, deux personnes travaillant pour la maison Raymond ont quitté la société pour créer leur propre manufacture Foulquière. Il existait même un troisième fabricant Coutier qui n'a pas tenu. « En 1956, mon père Jeannot a racheté Foulquière. J'ai pris la suite en 1991. En 2015, notre société a racheté Raymond », indique Hélien Baud, le patron des appeaux éponymes. L'entreprise est désormais la seule en France à l'échelle industrielle à fabriquer des appeaux qui sont des sifflets imitant le chant des oiseaux pour la chasse ou la découverte. « L'appeau sert également à faire le son d'un animal pour en attirer un autre. Par exemple, pour faire

Ecrit par le 22 avril 2026

venir le renard, nous fabriquerons un appeau qui imite le mulot ou encore le lièvre ou le lapin blessé. »

### **La relève est assurée**

Depuis février 2025, [Valentin](#), le fils d'Hélen, a rejoint l'entreprise, après une expérience professionnelle de 10 ans dans divers secteurs d'activité. « Naturellement, j'ai décidé de venir travailler dans l'entreprise familiale. Après six mois d'activité, cela me plaît. Je découvre tous les rouages de notre entreprise artisanale. »

### **Les accessoires de chiens de chasse**

« Nous sommes les plus gros fabricants français d'accessoires pour chien de chasse avec les colliers, les laisses et les clochettes notamment. Nos produits sont vendus dans des armureries mais également dans la chaîne de magasins de sport Décathlon. Nous travaillons sur un concept haut-de-gamme, plus cher que des produits d'importation de Chine mais d'une résistance bien supérieure et une gamme plus basique. » [Laurent Badéa](#) a rejoint l'entreprise il y a 8 ans. Il travaillait précédemment chez l'armurier Fouquet, bien connue à Carpentras. Il connaît très bien les besoins des chasseurs. « Nous avons développé ce marché encore davantage depuis l'arrivée de Laurent, avec une gamme adaptée. Cela été une réussite car il a permis une belle croissance de notre chiffre d'affaire global », explique Hélen Baud.

Ecrit par le 22 avril 2026



Laurent Badéa, responsable d'atelier (à gauche), a développé la gamme accessoires pour chien de chasse. ©Olivier Muselet

### Une gamme pour les enfants : les Zapos

L'entreprise a décidé de développer cette autre gamme depuis 10 ans. Elle est avant tout destinée aux enfants mais également aux amoureux de la nature. « Nous avons accéléré depuis deux ans le développement de cette gamme qui représente pour nous un bon potentiel de croissance. Nous mettons à disposition des points de vente un présentoir que nous avons longuement réfléchi, avec un packaging adapté. » Cette diversification de l'entreprise est plus particulièrement gérée par Valentin Baud. Ce concept est vendu dans des magasins de jouets, chez Botanic, Gamm vert, dans certains espaces culturels Leclerc ou encore des offices de tourisme comme celui de Carpentras.

### Développer le marketing

L'axe de développement de l'entreprise se situe dans le marketing, afin de se faire connaître davantage. « Nous sommes connus dans le monde de la chasse mais pour la gamme nature Zapos, nous avons encore

Ecrit par le 22 avril 2026

un gros potentiel de chiffre d'affaires à développer. Nous n'avons pas de force de vente salariée. Nous travaillons avec des commerciaux multicartes qui ont déjà leur ouverture dans les magasins susceptibles d'acheter cette gamme. Ces derniers ne connaissent bien souvent même pas le concept d'appeau », indique Hélien Baud. La difficulté principale de l'entreprise ne concerne pas la fabrication mais l'optimisation de la distribution de cette gamme nature.

« Les perspectives de l'entreprise sont de développer la gamme les Zapos, avec des nouveautés à lancer chaque année. Le marché des accessoires pour chien doit également retenir toute notre attention avec une grosse concurrence. La force de l'entreprise est de permettre à ses clients de n'avoir aucun stock. Nous leur assurons en effet un réassort en permanence avec une grande réactivité. »

## Les appeaux

Le concept de l'appeau a été inventé par Monsieur Raymond qui était basé à Saint Didier. Il existe une partie métallique qui fait le son et une partie en bois.

La société commercialise pas moins de 225 références : 190 destinés à la chasse et 35 pour la gamme des enfants-nature. La très grande majorité des sons concerne les oiseaux mais il existe quatre appeaux pour des mammifères terrestres : sanglier, chevreuil, renard et marmotte.

Ecrit par le 22 avril 2026



La société a une gamme de 125 références d'appeaux. ©Olivier Muselet

Carpentras a toujours été le fief historique de la chasse aux petits oiseaux comme les pinsons qui est interdite depuis 60 ans. Il existe d'ailleurs une Place du Marché aux oiseaux dans la ville. Les gens venaient vendre les oiseaux attrapés. L'origine des appeaux se sont développées à partir de cela.

#### Baud en chiffres :

- **6** salariés : les deux dirigeants, un responsable d'atelier, une secrétaire et deux personnes à la production
- Chiffre d'affaires : **1 million** d'euros en 2024 en croissance régulière (le chiffre a doublé en 10 ans)
- La gamme Zapos représente **13%** du chiffre d'affaires actuellement, la gamme accessoires pour chien de chasse **30%**, et les appeaux classiques **57%**
- **100 000** appeaux, **100 000** accessoires pour chien et **35 000** clochettes sont fabriqués chaque année

Ecrit par le 22 avril 2026

# Hausse de l'absentéisme en 2024 : un signal d'alerte pour les entreprises



**WTW** en France présente les résultats de la 7ème édition de son Baromètre sur l'absentéisme dans le secteur privé. Cette enquête a été réalisée à partir de l'étude de près de 2000 entreprises représentant plus de 430 000 salariés sur une période de 5 ans.

L'année 2024 a marqué une nouvelle hausse du taux d'absentéisme, pour atteindre 5,1%. Contrairement aux années précédentes, la fréquence des arrêts diminue mais la temporalité de ces derniers augmente. Par ailleurs, les risques psychosociaux restent la première cause d'arrêts longs.

## Un absentéisme en hausse continue

Avec un taux global de 5,1%, l'absentéisme progresse de +3% par rapport à 2023. Si la fréquence des

Ecrit par le 22 avril 2026

arrêts diminue légèrement, leur durée moyenne s'allonge, atteignant désormais 24,1 jours. Près de 35% des salariés se sont arrêtés au moins une fois dans l'année, un chiffre en constante augmentation depuis 2020.

94% des arrêts sont dus à la maladie. Si les accidents de travail, de trajet et les maladies professionnelles représentent seulement 6% des arrêts, ils contribuent pour 17% à l'absentéisme, compte tenu d'une durée d'absence plus de 3 fois plus longue (71 jours contre 21 jours pour la maladie). Les secteurs du transport, de la construction, de la santé et de la restauration restent les plus touchés par les accidents de travail.

En 2024, 6% des arrêts dépassent 90 jours et le poids de ces arrêts de longue durée est passé de 48% en 2019 à 57% en 2024. Cette hausse des arrêts de longue durée, explique en partie l'augmentation de près de 3% de la durée moyenne par arrêt (24,1 jours contre 23,3 jours en 2023).

Les risques psychosociaux (RPS) restent la première cause d'arrêts longs, représentant 36% de ces arrêts en 2024 (vs. 32% en 2023) et contribuent à l'augmentation du taux d'absentéisme.

## Des disparités selon les populations et les secteurs

Les femmes, surreprésentées dans les secteurs à forte sinistralité, affichent un taux d'absentéisme plus élevé que les hommes ; respectivement à 6,1% et 4,5 % en 2024 (contre 5,9% et 4,4 % en 2023).

Les jeunes salariés (20-30 ans) présentent la fréquence d'arrêt la plus élevée (1,9 contre 1,6 pour les 60-70 ans), souvent pour des motifs d'ordre psychologique. En revanche, les collaborateurs seniors affichent la durée moyenne par arrêt la plus élevée (33,3 jours pour les 50-60 ans et 44,5 jours pour les 60-70 ans), avec des pathologies plus lourdes et un temps de récupération plus long.

Seule la catégorie socio-professionnelle des « professions intermédiaires » a vu son taux d'absentéisme baisser en 2024 (4,5% contre 4,59% en 2023). La catégorie des « ouvriers » présente une nouvelle fois le taux d'absentéisme le plus élevé (7,37%) devant celle des « employés » (6,79%). A noter que, si les « cadres » ont le taux d'absentéisme le plus faible (2,37%), c'est aussi la plus forte hausse, en partie expliquée par une augmentation de plus d'un jour de la durée moyenne pour chaque arrêt (20,2 jours contre 19 jours en 2023).

La nature du contrat a une grande importance sur le taux d'absentéisme des salariés : les salariés en CDD (2,3%) ont un absentéisme plus de 2 fois moindre que ceux en CDI (5,3%). En revanche nous observons que la fréquence est en hausse depuis 3 ans.

Le top 3 des secteurs d'activité avec le taux d'absentéisme le plus élevé demeure inchangé : la santé et l'action sociale (8,5% vs. 8,07% en 2023), l'hébergement et la restauration (8% vs. 7,87% en 2023), ainsi que le transport et l'entreposage (6,8% vs. 6,42% en 2023).

La région des Hauts-de-France affiche le taux d'absentéisme (6,56%), la prévalence (39,1% des salariés ayant eu au moins un arrêt dans l'année) et la durée moyenne des arrêts (27,6 jours) les plus élevés. Le

Écrit par le 22 avril 2026

Grand-Est est en seconde position avec un taux d'absentéisme de 6,42%.

## Un coût considérable pour les entreprises et les assureurs

L'absentéisme représente un poids économique majeur pour les entreprises françaises, avec un coût estimé à plus de 120 milliards d'euros par an. Cette somme englobe à la fois les charges directes (indemnités journalières versées par la Sécurité sociale, maintien de salaire, prestations de prévoyance) et les coûts indirects (désorganisation des équipes, perte de productivité, surcharge de travail, dégradation de la marque employeur). La réforme entrée en vigueur en avril 2025, qui plafonne les IJSS à 1,4 SMIC, renforce encore la pression financière sur les entreprises et les assureurs.

Au-delà du maintien de salaire et de la désorganisation interne, l'absentéisme peut également entraîner une augmentation de la charge supportée par les régimes de prévoyance. Plusieurs facteurs y contribuent :

- un nombre plus important d'arrêts dépassant la franchise prévue par les contrats ;
- une prise en charge plus longue liée à l'allongement de la durée des arrêts longs ;
- une hausse des indemnités journalières complémentaires, en lien avec l'augmentation des salaires.

Ces évolutions pourraient conduire les assureurs à revoir à la hausse les taux de cotisation. Afin de répondre à ces enjeux, les employeurs semblent orienter leur stratégie sur la prévention plutôt que sur le curatif. En effet, depuis la pandémie, les employeurs intègrent de plus en plus le bien-être des collaborateurs dans la stratégie RH, constatant notamment un effet direct sur la performance de l'entreprise. Un exemple concret : dans le secteur de la construction, historiquement touché par un fort absentéisme, une politique active de prévention (équipements modernisés, référents sécurité, formation) a permis de faire durablement baisser les arrêts de travail. Résultat : un taux d'absentéisme réduit à 4,2% en 2024, malgré des risques métiers toujours présents.

« La hausse de l'absentéisme en 2024 est bien plus qu'un indicateur social : c'est un signal d'alarme pour les entreprises. Frappant toutes les générations, tous les secteurs et tous les niveaux hiérarchiques, il révèle un besoin urgent de repenser l'organisation du travail, d'écouter les salariés et d'investir durablement dans la prévention et la qualité de vie au travail », constate [Noémie Marciano](#), Directrice de l'activité Assurance de personnes de WTW en France.

Ecrit par le 22 avril 2026

## Proman : 35 ans de croissance régulière dans l'intérim



**Proman** est une société d'intérim créée en 1990. Elle est en croissance continue depuis sa fondation avec un objectif de chiffre d'affaires en 2026 de 5 milliards d'euros dans le monde. Le potentiel de développement en France est très conséquent avec 8% de parts de marché, situant l'entreprise à la quatrième place. **Valérie Servais**, qui est basée à Monteux, est Responsable Régionale sur 5 départements.

Valérie Servais est dans l'entreprise depuis 2008, après une solide expérience de 12 ans chez Adecco. Le monde de l'intérim du recrutement n'a aucun secret pour elle. Son périmètre couvre cinq départements.

Ecrit par le 22 avril 2026

« J'ai rencontré Monsieur Gomez, le fondateur de Proman à Marseille lors d'un salon professionnel. Cela a débouché immédiatement sur mon intégration dans le groupe. Quand j'ai commencé ma mission, il y avait 7 agences. J'ai eu l'opportunité d'en ouvrir neuf depuis, sur cinq départements : le Vaucluse, une partie des Bouches-du-Rhône, une partie du Gard, la Drôme et l'Ardèche. »

## Un métier riche

Le métier de Valérie Servais est complet, avec de nombreuses compétences exigées. En premier lieu, elle gère et anime les équipes dans les différentes agences. Elle assure le recrutement. Elle participe aussi au développement du groupe avec l'ouverture de nouvelles agences. Elle gère une partie commerciale avec de la prospection auprès des grandes entreprises. Pour les TPE et PME, les directeurs d'agence dans les différentes zones géographiques assurent cela. Les agences gérées sont généralistes ou spécialisées (deux sur sa zone, une sur le nucléaire autour de Bollène et une sur le BTP Avignon). « La force première de Proman est son ADN familial, avec une réactivité dans les prises de décision plus forte que ses concurrents. Le turnover y est faible. Notre identité 100% française et 100% familiale plaît grandement aux entreprises, par opposition aux trois groupes étrangers d'intérim qui sont devant nous », explique Valérie Servais.



Ecrit par le 22 avril 2026

Valérie Servais est Responsable Régionale de Proman depuis 2008. ©Olivier Muselet / L'Echo du Mardi

## L'agence s'occupe de tout

L'agence de Monteux, qui figure parmi les 6 du Vaucluse, est dirigée par [Élodie Poget](#) depuis 17 ans. Elle fonctionne avec une assistante administrative, une commerciale et un contrat professionnel. Sa mission est d'être l'interface entre le salarié et l'entreprise. Elle s'occupe de l'embauche en premier lieu, du contrat de travail, de la saisie des heures et de la paye. « Nous facturons ensuite à l'entreprise. Nous assurons également des missions de recrutement pour des CDD et des CDI, complémentaires du métier de l'intérim. Cela concerne tous les niveaux jusqu'aux cadres et fonctionne exactement comme les cabinets de recrutement. J'assure pour ma part des entretiens de recrutement de cadres à la demande d'entreprises clientes sur mon périmètre géographique. »

## Difficultés de recrutement

Les secteurs d'activité concernée par l'intérim sur le département sont diversifiés, avec une prédominance pour l'agroalimentaire et la logistique. Le département, comme c'est le cas partout en France, a des difficultés de recrutement quel que soit le poste. À titre d'exemple celui de technicien de maintenance est extrêmement compliqué à trouver. Le secteur d'activité qui manque cruellement de postulants est celui des métiers de bouche. Les candidats à l'intérim ont tous les profils et tous les âges.

## Un budget de formation

« Pour coller aux besoins des entreprises, nous accompagnons les intérimaires vers la montée en compétences avec un plan de formation que nous assurons avec des prestataires. À titre d'exemple, un manutentionnaire intérim compétent présent dans une entreprise agroalimentaire depuis quelque temps peut se voir proposer un plan de formation lui permettant de devenir conducteur de ligne dans la même entreprise qui a ce besoin et nous assurons l'ensemble de la prestation pour l'entreprise. »

« Mon objectif est de continuer l'année 2025 sur la même lancée que le premier semestre qui a été en croissance. Nous nous en sortons bien mieux sur notre zone que la moyenne nationale du marché de l'intérim qui est -8% à fin juin 2025. Nous sommes favorisées par les domaines de l'agroalimentaire et de la logistique qui continuent de fonctionner correctement malgré un contexte économique global morose. Il est aussi prévu d'ouvrir une agence à Istres en 2026 », indique Valérie Servais.

Ecrit par le 22 avril 2026



6 agences Proman sont présentes sur le département du Vaucluse. ©Olivier Muselet / L'Echo du Mardi

## Histoire de Proman

Proman été fondé en 1990 à Manosque par Évelyne et [Roland Gomez](#), qui était chaudronnier à la base. L'entreprise travaille dans le secteur de l'intérim, du recrutement CDD et CDI et du portage salarial. Cette société 100% familiale (statut SAS) est désormais dirigée par [Roland Gomez](#) fils. Elle est le quatrième groupe français de l'intérim derrière Adecco, Manpower et Randstad. Son ambition est d'intégrer le top 3 rapidement.

L'entreprise est en croissance régulière depuis sa création. Elle opère régulièrement de la croissance externe avec le rachat d'autres sociétés dans plusieurs pays.

L'entreprise apporte une attention particulière à l'aspect social. Elle est labellisée RSE, avec une

Ecrit par le 22 avril 2026

fondation mise en place, des concerts réservés aux intérimaires ou encore une politique de sensibilisation à la gestion des déchets par exemple.

Proman veut également avoir une bonne insertion dans le tissu économique local. Elle sera ainsi Partenaire Gold le mercredi 17 septembre prochain à l'occasion de la Fête de l'Entrepreneur organisé par le réseau Entreprendre Rhône-Durance. Le thème de l'édition 2025 sera : Entreprendre, c'est du Sport, avec la participation d'Edgar Gropsiron. Un village des Jeunes entrepreneurs complétera cette conférence.

- 5 000 salariés
- Chiffre d'affaires 2024 : 4,2 milliards d'euros en croissance par rapport à 2023
- 1 278 agences au total dans le monde réparti dans 18 pays
- Plus de 100 000 personnes travaillent chaque jour pour Proman
- Une mission d'intérim va de quelques heures à 18 mois

### **Du sponsoring pour plus de visibilité**

Pour accroître sa notoriété auprès du grand public, Proman mène des campagnes de sponsoring très importantes, au travers de grandes manifestations sportives. Elle a ainsi été un sponsor important à l'Euro 2016 de football organisé en France, à la Coupe du monde de rugby en 2023 ou encore au Tournoi de tennis de Roland-Garros entre autres. Elle assure par ailleurs l'embauche des stadiaires et autres personnels à l'occasion de ces événements sportifs. « Nous avons besoin d'améliorer notre visibilité sur le grand public, pour nous démarquer de la concurrence. Ce genre d'événement est idéal pour cela », explique Valérie Servais.

---

## **(Vidéos) Studio One : faire savoir le savoir-faire**

Ecrit par le 22 avril 2026



**Studio One va fêter ses 20 ans en 2026. L'entreprise créée par Thierry Jourdan à Carpentras-Serres réalise, produit et distribue des films pour des entreprises, des collectivités territoriales mais travaille également sur du film documentaire.**

L'histoire commence en juin 2006. « Au départ, nous faisons beaucoup de films institutionnels avec des clients historiques comme la Caisse d'épargne qui a permis à l'entreprise de bien se lancer. Après cela, nous avons enclenché sur des films publicitaires mettant en avant des produits ou des services, dans tous les secteurs d'activité, avec des entreprises comme la Banque postale, KP1, Koppert, mais aussi des TPE et PME », explique Thierry Jourdan.

L'entreprise travaille également avec les collectivités locales, comme la Ville de Cavillon. Elle a également comme client le Syndicat des eaux Durance-Ventoux ou encore Fruitventoux, syndicat qui regroupe le raisin de table AOP Muscat du Ventoux et la cerise de bouche IGP Coteaux de Ventoux. L'entreprise continue de commercialiser des films de courte durée, pour un budget demandé aux clients qui se situe autour de 500€. Les sujets mis en avant peuvent être très divers comme le savoir-faire de l'artisan, les normes d'hygiène d'une entreprise ou encore comment l'eau arrive dans le robinet du particulier avec le syndicat des eaux Durance-Ventoux.

Ecrit par le 22 avril 2026

## Une diversification avec des interviews

Depuis 2019, Thierry Jourdan, en plus de la réalisation et la production de films de durées diverses, s'est essayé à l'interview, en créant sa chaîne YouTube, avec la série documentaire *Être humain*. Le principe est d'interviewer une personne connue avec quatre épisodes d'une heure chacune. 50 séries ont ainsi pu être mises en ligne. Il a ainsi rencontré des personnalités comme Michel Onfray, Bernard Werber, Alexandre Jardin, Jean-Pierre Petit, Marcel Rufo, Brigitte Lahaie, René Malleville entre autres. Certaines interviews ont été vues des millions de fois.

## Des films de documentaire depuis 2023

Pour se diversifier, la société a décidé de produire ses propres films documentaires. « Nous avons fait jusqu'alors des productions sur des fictions mais sur une plus courte durée. Notre objectif a été de mettre en avant de l'information qui ne soit pas diffusée sur internet mais dans les cinémas, lieu propice pour bien passer un message, sans sollicitation aucune. »

### 9 Prix pour le film documentaire *La Vie de Lise*

Thierry et Lana Jourdan ont réalisé avec passion et énergie le film documentaire *La Vie de Lise*. D'une durée de 52 minutes, *La Vie de Lise* a nécessité des centaines d'heures de travail sur une durée de deux ans.

*La Vie de Lise* est l'histoire d'une jeune fille qui a trouvé une solution d'aide avant de perdre complètement la vue. Elle a décidé de suivre une formation auprès de l'unique école en France de chiens guides pour personnes malvoyantes à l'Isle-sur-la-Sorgue, Mira Europe. Le film a déjà été diffusé dans 60 salles sur tout le territoire national. Après la projection, les spectateurs sont invités à un débat.

Le film a obtenu des prix en France, aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et en Inde.

## Un nouveau film docu en octobre

« Nous continuons sur ce format. Nous sommes en train de finaliser un travail dans un thème complètement différent. L'objectif de ce film documentaire d'une durée d'1h30 est d'être au cœur de la restauration de la cathédrale Saint-Véran de Cavaillon. Le film commandé par la Ville, intitulé *Au cœur de la restauration*, montre le travail des artisans restaurant la cathédrale et a nécessité 5 années de tournage. Cela été une magnifique expérience. » Lana Jourdan, l'épouse de Thierry a travaillé sur ce projet avec lui. Elle était journaliste à la télévision ukrainienne. « Lors de la réalisation d'un film, nous occupons tous les deux de la captation visuelle et audio. Je m'occupe plus particulièrement de la gestion du drone et des interviews. » Elle travaille pour sa part plus sur le son. Ce film a nécessité 300 heures de tournage avec 30 téraoctets de rushes, et trois mois de montage, avec un très gros travail sur la colorimétrie notamment.

Ecrit par le 22 avril 2026

Le film va être diffusé au mois d'octobre dans des cinémas à travers la France.

### **D'autres projets**

Un autre gros projet de l'entreprise qui a démarré en 2021 est un film documentaire retraçant la vie des sœurs de l'abbaye de Bon Secours à Blauvac. « L'objectif de ce film documentaire est de retracer toutes les activités des sœurs, en immersion. Nous sommes en pourparlers avec la chaîne de TV KTO. Mon but est de montrer ce qu'on ne voit pas, l'envers du décor, leur vie de travail, leur foi. »

### **Le parcours de Thierry Jourdan**

Après un bac F1 en mécanique appliquée en poche, Thierry Jourdan suit une formation de deux ans en design. Il décide alors de rejoindre durant 12 années l'entreprise familiale sur le Marché-gare de Carpentras qui fabrique des manèges pour enfants. Il quitte l'entreprise, suit une formation d'éducateur spécialisé et une autre de PNL. Il décide alors en juin 2006 de lancer sa propre boîte, Studio one à Serres. Il a en outre des talents de musicien, ce qui l'aide pour la réalisation des films.

#### Le matériel nécessaire :

- Une caméra d'une valeur de 11 000 €
- Deux stations de montage achetées d'occasion d'une valeur de 4 000 € l'unité

---

## **Deep Smooth : un produit naturel de lissage et de coloration**

Ecrit par le 22 avril 2026



**Novantic** est une jeune entreprise technologique qui vient de s'installer dans le Vaucluse. Elle occupe depuis 2024 les locaux loués par la [CoVe](#), [Ma Première Usine](#). La production d'un produit naturel de lissage se lance fin août. Il va permettre d'avoir des cheveux lisses, sans utiliser la chaleur du fer à lisser ou des produits agressifs.

« Novantic est la fusion de novateur et d'antiquités. [Fatima Errakhaoui-Mura](#), mon épouse, présidente de l'entreprise, a eu l'idée de réunir deux univers diamétralement opposés que son la cosmétopée, cosmétique ancienne, et la cosmétique moderne. Ayant grandi avec des tantes issues de tribus berbères, dès son plus jeune âge, elle a appris à résoudre ses propres problématiques capillaires et dermatologiques, plutôt par des solutions naturelles que par des produits grands public », explique [Steve Mura](#), cofondateur de l'entreprise qui s'occupe des parties communication, marketing et commerciale.

### Fusionner les deux cosmétiques

Fatima Errakhaoui-Mura, qui est une autodidacte, a eu l'idée de concilier les deux cosmétiques, en remettant au goût du jour des ingrédients oubliés avec la technologie moderne, comme l'extraction moléculaire. Réalisant d'importants investissements en recherche-développement, elle a alors confronté le savoir des anciens à la science d'aujourd'hui, afin de répondre à sa propre problématique capillaire. « Nous sommes allés au cœur des molécules. Cette forme de chimie verte a conduit au lancement du premier produit, le Deep Smooth, voulant dire lissage profond. »

Ecrit par le 22 avril 2026

## Un produit de lissage, de détente et de booster capillaire

Deep Smooth permet à la fois le lissage et la coloration brune pour les cheveux, sans avoir besoin de fer à lisser. Il est certifié 100% naturel, contrairement au lissage brésilien chimique. Il s'adresse aux cheveux texturés. Trois ingrédients rentrent dans ses compositions : noix de galle de tamarix, huile d'olive et une poudre minérale. Le savoir-faire vient ensuite dans la manière de préparer ces 3 produits afin d'activer les molécules intéressantes.

« Notre objectif de recherche est de pouvoir proposer le produit pour les cheveux blancs, châains et roux, en plus des bruns. Nous travaillons à ce sujet en partenariat avec l'université d'Avignon. » En plus du lissage, ce produit permet également d'améliorer la santé du cheveu sous forme de booster capillaire. Il a également un effet détente sur le cheveu.

### **Création en 2019**

L'entreprise a été lancée en 2019 à Mulhouse. Elle a eu l'aide de deux incubateurs, dont un spécialisé dans la cosmétique à Chartres. Après la difficile période du Covid et la mise au point du produit, des brevets longs à valider sont déposés en 2022 à l'INPI. « Il nous fallait également trouver des fonds car les recherches sont coûteuses avant de lancer le produit. L'entreprise obtient des aides diverses dont une de la BPI, banque publique d'investissement. Elle cherche ensuite un laboratoire.

### **Ma Première Usine**

« Nous avons eu la chance de tomber sur une annonce de la CoVe sur le Marché-gare à Carpentras, qui a des mini-usines en location. Le local, sur la surface de 300m<sup>2</sup>, est parfaitement adapté aux normes cosmétiques, à un prix défiant toute concurrence. » L'accord est conclu début 2024. Le lancement de la production qui était prévue mi-2024 a été retardée pour des raisons de réglementation et de certification. L'entreprise doit lancer son produit fin août. « Il y a un an, nous voulions commercialiser auprès des professionnels comme les coiffeurs en B to B. Pour des raisons de rentabilité et de technique d'utilisation du produit, nous avons décidé de passer à 100% en vente directe consommateurs sur internet. Sur notre site, il y a un tutoriel expliquant les modalités d'utilisation du produit », explique Steve Mura. Les perspectives de Novantic sont le développement à l'international. La société va également solliciter une levée de fonds pour assurer son développement.

### Novantic en chiffres :

- Chiffre d'affaires 2025 sur 4 mois : 250 000€ avec un objectif en 2026 à 3M€
- Embauches d'une directrice en recherche-développement et d'un social média manager pour les réseaux sociaux
- Première entreprise française à commercialiser un produit lissant au Brésil
- La startup a été accompagné par Vaucluse Provence Attractivité

Ecrit par le 22 avril 2026

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



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

Ecrit par le 22 avril 2026

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*

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 plaçant 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](#)

---

## Une nouvelle ligne de production à l'usine Charles et Alice

Ecrit par le 22 avril 2026



**L'usine de compotes sans sucre ajouté située à Monteux a été lancée en 2021 sur 34 000m<sup>2</sup>. Présente au rayon frais, la société n'était pas présente en épicerie. C'est désormais chose faite avec le démarrage d'une nouvelle ligne de production de gourdes de compotes.**

« La gourde est un concept qui se développe fortement actuellement, avec les côtés pratique et nomade. Nous sommes naturellement allés vers ce marché car il présente une belle opportunité de chiffre d'affaires, explique [Fabien Ployon](#), Directeur industriel chez [Charles et Alice](#). Pour cela, nous allons lancer une nouvelle ligne de production sur le site de Monteux, pour un investissement de 7 millions d'euros. » Les travaux seront terminés pour la fin d'année 2025 et la ligne sera opérationnelle au premier trimestre 2026.

Ecrit par le 22 avril 2026



©Charles &amp; Alice

## Une augmentation de capacité

A ce jour, la société dispose déjà d'une ligne de production pour les gourdes qui sont commercialisées en RHF (restauration hors foyer), dont les cantines. Le futur projet va permettre d'augmenter la capacité de production de 50%. La société pourra ainsi commercialiser ses gourdes à la marque Charles et Alice auprès des GMS dans le rayon épicerie.

Quelques chiffres :

Ecrit par le 22 avril 2026

- 570 collaborateurs sur deux sites à Monteux et à Allex dans la Drôme
- 220 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2024
- Leader français des compotes sans sucre ajouté en pots plastiques vendues au rayon frais avec 64% de parts de marché
- Deux lignes de production sur le site de Monteux
- Créations de nouveaux postes sur le nouveau site de Monteux depuis 2022 : 60 dont 10 en 2024 pour cette nouvelle ligne

#### La gourde en détail :

- 90g
- 100% recyclable
- Une gamme large (6 références en packs de 4 et 6 en packs de 12)
- Cadence de production de la nouvelle ligne de production : 240 gourdes par minute (augmentation de 50% par rapport à la ligne précédente)

### **Une initiative positive**

L'entreprise des desserts aux fruits sans sucre Charles et Alice organise depuis 2019 une opération solidaire baptisée 'Les Joyeux Mots'. Le principe est de donner la possibilité à des enfants d'envoyer des messages aux résidents en maison de retraite. Créer du lien entre les générations. Tel est l'objectif de l'action solidaire menée par l'entreprise Charles et Alice située à Monteux.

### **Des petits mots sur les pots**

L'idée est simple. Il s'agit d'accrocher des petits mots ou des dessins d'enfants sur les pots de desserts aux fruits livrés ensuite directement sur les plateaux des pensionnaires des maisons de retraite. Pour 2023, six écoles primaires ont été sélectionnées en France, dont la ville de Monteux. 1 300 messages ont ainsi été récoltés et envoyés à l'ADAPEI-CAT de Carpentras. Les personnes en situation de handicap de ce centre d'aide par le travail ont accroché des cartes miniaturisées sur 95 000 pots individuels à partir des messages dupliqués. Une livraison des pots a été faite vers la maison de retraite en septembre dernier, avec ces joyeux mots sur les pots pour cette campagne 2024 qui été un succès.

[Charles & Alice continue de renforcer les liens entre les générations](#)

### **Une édition 2024**

Tous les enfants sont invités à prendre leurs crayons de couleurs pour participer à cette belle initiative. L'opération a été relayée en grande surface en 2024 sur une sélection de packs dans toute la France La nouveauté a été la participation des collaborateurs de l'entreprise à cette opération. Les volontaires ont

Ecrit par le 22 avril 2026

pu mettre un petit mot ou réaliser un dessin. 280 messages ont été rédigés à ce jour.

## **2025 avec le CCAS de Monteux**

En 2025, l'opération a été renouvelée avec un partenariat avec le CCAS de Monteux. Ce dernier réalise tout au long de l'année de nombreuses actions en faveur des personnes âgées. Des animations intergénérationnelles ont été mises en place en mai dernier en collaboration avec l'entreprise Charles et Alice.

## **L'entreprise montilienne Charles Faraud**

L'histoire commence en 1935 avec la création de la conserverie à Monteux par Charles et Alice Faraud. En 1976, Christian se retrouve à la tête de l'entreprise et la fait grandir, notamment dans le domaine de la RHF. Avec un produit phare, la coupelle individuelle pour les compotes. Des millions de français ont jour consommé un « produit Faraud » à la cantine. L'entreprise grandit et s'installe sur la zone de la Tapy en 1992 avec une usine de 9 000m<sup>2</sup>.

## **Le rachat en 2007**

La troisième étape forte de la société se situe en 2007 avec le rachat. Christian Faraud décide de céder son entreprise à [Thierry Goubault](#), l'actuel Pdg, et à des associés de. « J'ai senti dans le rachat de cette entreprise un potentiel de développement très intéressant. Je connaissais par ailleurs le marché du fruit frais transformé », explique Thierry Goubault. Très vite la société montilienne passe des caps de croissance avec un chiffre d'affaire qui double en quatre ans, de 2006 à 2010 et l'embauche de 60 salariés en trois ans. L'entreprise va ensuite poursuivre son développement jusqu'en 2025, avec deux nouveaux sites de taille similaire et une entrepôt à Sorgues. Le site d'Alex a été ouvert en 2011 et celui de Monteux en 2021

Charles et Alice a pour clients les GMS (grandes et moyennes surfaces) mais également la RHF. Elle fabrique de la compote en pots plastiques, en gourdes mais également en bocaux et en boîtes pour la RHF.

Ecrit par le 22 avril 2026



Ecrit par le 22 avril 2026



©Charles & Alice

Ecrit par le 22 avril 2026

## **MASFER : une transmission en douceur pour cette entreprise de création haute couture en acier et aluminium**



Le « savoir-fer », c'est l'ADN de [Philippe Catinaud](#), cet ingénieur issu des Arts et Métiers qui a repris la Métallerie Artisanale de Serrurerie et de Ferronnerie ([MASFER](#)) en 2001 et s'est implanté sur la zone de la Cigalière au Thor.

Une maison qui a misé sur l'innovation, la fiabilité, la solidité et qui propose des solutions pour tout ce qui concerne les fenêtres, portes, portails, pergolas, rampes, grilles, charpentes, gardes au corps,

Ecrit par le 22 avril 2026

escaliers hélicoïdaux ou en colimaçon, parois anti-feu, pare-balles ou anti-effraction en aluminium, en acier et aussi en verre pour laisser entrer la lumière au maximum.

Au fil des ans, Philippe Catinaud a sélectionné et constitué une équipe de 24 salariés, dont 17 « compagnons » comme il les appelle, ces artisans compétents. Il accumule les chantiers d'excellence : Palais des Papes, Musée Campredon, théâtres antiques d'Orange et de Vaison-la-Romaine, site mémoriel du Camp des Milles à côté d'Aix-en-Provence. Et il propose du sur-mesure pour un résultat brut, verni, rouillé, noir, thermo laqué, lisse, satiné ou texturé, au choix selon le goût de chacun.

« L'esprit entrepreneurial subsiste dans une maison à taille humaine où chacun est un maillon indispensable. »

*Philippe Catinaud*

« À 60 ans je n'étais pas encore prêt à transmettre, mais à 67 ans, je l'ai fait. Or, un de mes compagnons, [Joan Ballay](#) est venu me voir et m'a dit 'ça m'intéresse'. On a échangé pendant des mois, envisagé l'avenir, on s'est mis d'accord sur un prix de vente. C'est courageux, lui qui est marié et père de famille, d'avoir vendu sa maison pour avoir un apport conséquent et faciliter le prêt bancaire. Il l'a fait, il est prêt pour une nouvelle aventure, c'est un réel engagement dans ce monde anxigène, il croit en l'avenir et dans l'entreprise, tout le monde est content, lui, moi et ses camarades. Il va assurer une forme de continuité, de compétence, d'éthique. On n'est pas racheté par un groupe, un fonds de pension. L'esprit entrepreneurial subsiste dans une maison à taille humaine où chacun est un maillon indispensable de la chaîne MASFER, où on partage les mêmes valeurs du travail, du respect, de la parole donnée. »

## **D'ouvrier à dirigeant**

Joan Ballay a débuté dans la métallerie de son papa dans le Gard à l'âge de 15 ans. Il a été embauché par Philippe Catinaud il y a 5 ans, à la fin du confirmement, il se souvient de la date avec précision, c'était le 20 mai 2020. « D'abord comme ouvrier, puis il s'est occupé des soudures, il est devenu chef de poste, ensuite conducteur de travaux et chargé d'affaires métallerie, donc mon bras droit, explique de Philippe Catinaud. Une belle progression grâce à son savoir-faire, sa détermination, son envie d'apprendre, d'évoluer et la confiance du boss. Et aujourd'hui à 40 ans, dont 25 de métier, il a pris ses marques petit à petit et il succède au patron.

Il a été présenté aux fournisseurs, aux clients, il s'est installé dans le bureau du chef qui lui, s'est aménagé un petit local, à côté, pour l'assister discrètement si nécessaire et assurer une forme de « tuilage » bienveillant. Et l'entreprise se porte bien, le chiffre d'affaires qui était de 3,8M€ l'an dernier devrait grimper à 5M€ en 2025. Grâce notamment au chantier de la Fédération du BTP 84 à Agroparc qui sera livré à la fin de l'année, mais aussi à des chantiers privés de milliardaires autour du Golfe de Saint-Tropez qui désirent des menuiseries très haut de gamme en laiton, cinq fois plus chères que l'acier et

Ecrit par le 22 avril 2026

l'aluminium qu'on utilise dans l'accastillage des yachts et des voiliers de luxe pour leur qualité de robustesse anti-corrosion.

« La valeur n'attend pas le nombre des années », confirme dans un large sourire Philippe Catinaud, ravi d'avoir trouvé un « fils spirituel » pour lui succéder à 40 ans à la tête de l'entreprise qu'il a créée il y a près d'un quart de siècle et qui a su, avec son équipe de compagnons motivés, lui forger une réputation d'airain, bien au-delà du Vaucluse.

Contact : 04 90 38 27 49

## « Laisser passer la lumière », tel est l'ADN de la Miroiterie Avignonnaise depuis 50 ans



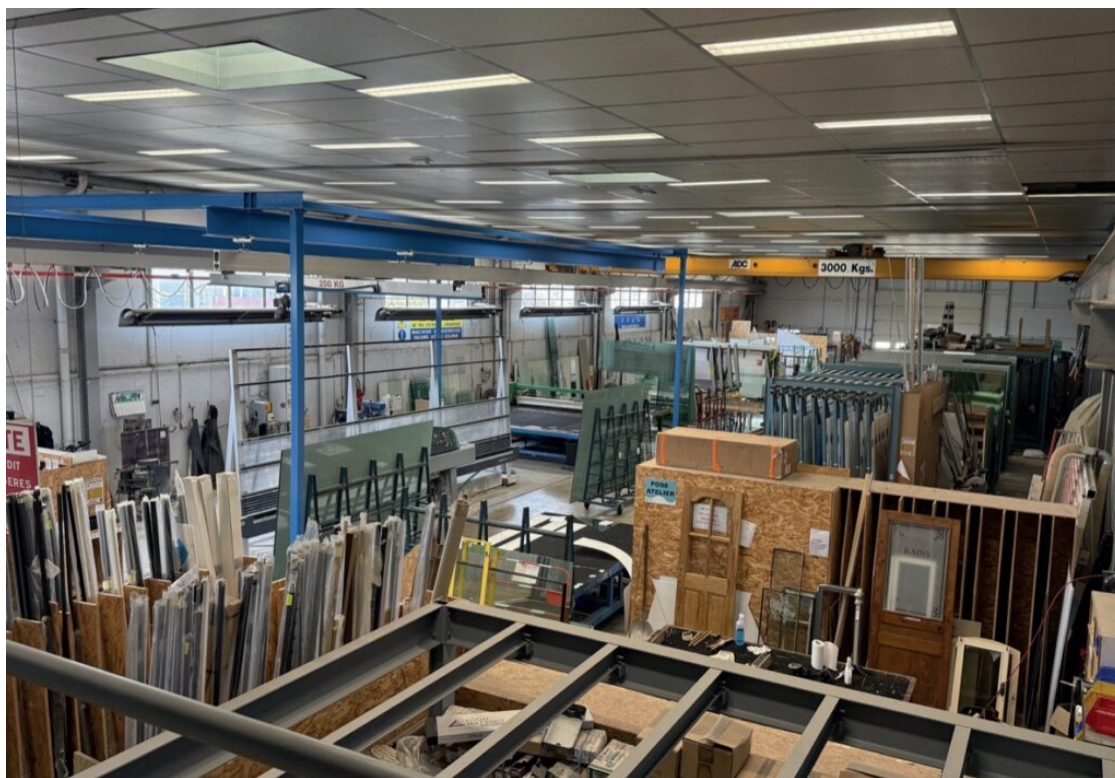
**Verre, transparence, compétence... Voilà un-demi siècle que cette entreprise née en 1975 les conjugue au quotidien. Rachetée en 2012 par [Etienne de Chézelles](#), cette miroiterie, référencée par les Bâtiments de France, participe aussi bien à des chantiers de sites anciens (Hôtel**

Ecrit par le 22 avril 2026

**d'Europe, Musées Calvet, Lapidaire et Angladon, Abbaye St-André à Villeneuve), que des sites contemporains (Lustrerie Mathieu à Gargas, Gare TGV d'Avignon, Clinique Sainte-Catherine, Aéroport de Marseille-Provence à Marignane ou l'Hôtel & Spa La Coquillade dans le Luberon).**

De la vitre brisée à remplacer à verrière à contrôle solaire qui fait baisser la température de 70%, la [Miroiterie Avignonnaise](#) et sa quinzaine de salariés travaille le verre, le découpe, le façonne et le pose dans les règles de l'art... Que ce soit pour des crédences, des miroirs contemporains ou anciens, des dalles de sol, des parois de douche, des garde-corps, le verre isole de tout, du froid, du chaud, du bruit, avec des menuiseries également anti-balles et anti-feu. Mais on peut aussi choisir d'opacifier le mur-rideau de la douche pour préserver son intimité.

Esthétique et décoratif, le verre propose aussi nombre de solutions techniques pour les vitrines, les verrières, les vérandas, les cuisines, les salles de bains, les bureaux. Gravé, poli, polycarbonate, pexiglas, anti-UV, anti-effraction, sécurité, feuilleté ou trempé, double ou triple vitrage, il y a toujours un verre adapté pour chacun.



© La Miroiterie Avignonnaise

La Miroiterie Avignonnaise, qui travaille sur l'ensemble de la côte méditerranéenne et bien au-delà grâce à son savoir-faire et à son expertise, compte 2 000 clients, réalise environ 700 chantiers par an et propose 200 types et couleurs de verre, armé, martelé, sablé, dépoli, occultant, satiné ou mat. Installée à Fontcouverte sur environ 2 000m<sup>2</sup> avec son atelier, elle offre aussi un show-room avec une large gamme

Ecrit par le 22 avril 2026

d'échantillons de verres pour votre maison, votre escalier ou votre sol. Toujours prêt à répondre à un défi, Etienne de Chézelles avait proposé des hygiaphones sur mesure, lors de la crise sanitaire du Covid dans les années 2020-2021 pour limiter la propagation de contamination.



Etienne et [Alessandra](#) de Chézelles. ©La Miroiterie Avignonnaise

Aujourd'hui, l'entreprise affiche un chiffre d'affaires de plus de 2M€. Et pour fêter ses 50 ans, elle participe vendredi 20 et samedi 21 juin, au Parc des Expositions de Châteaublanc à Avignon, aux BTP Days pour parler de sa passion pour le verre et sa transparence.

[Le BTP Days s'installe à Avignon, Parc des expos, les 20 et 21 juin](#)

Contact : [contact@miroiterie-avignon.com](mailto:contact@miroiterie-avignon.com) / 04 90 86 63 19