Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025

Florajet et LEGO s’allient pour fleurir nos intérieurs

Depuis l’arrivée de Virginie Lefrancq début 2025 à la direction de Florajet.com, spécialiste de la livraison de fleurs basé à Cabrières d’Aigues, l’entreprise née en 1992 se modernise et innove en dévoilant un collection en édition limitée en association avec LEGO®.

Florajet.com dévoile une nouvelle collection innovante alliant éphémère et durable, nature et imagination. Celle-ci, proposée en édition limitée, est réalisée en collaboration avec la marque de jouets de construction LEGO®. « Offrir des fleurs est un geste universel, synonyme d’émotion et de partage. Avec LEGO®, nous ajoutons une dimension ludique et durable », explique la directrice générale de Florajet.com.

> « Le bouquet devient un cadeau qui ne fane jamais. »
>
> *Virginie Lefrancq*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025

Il est donc désormais en possible de commander un bouquet de fleurs avec son équivalent en LEGO. Trois modèles sont proposés à la vente. Orchidées, germinis, ou encore tournesols, il y en a pour tous les goûts. Si les fleurs fanent, les LEGO, eux, jamais. Ce cadeau 2 en 1 est donc l'occasion de faire plaisir ou se faire plaisir avec des fleurs fraiches et une création intemporelle à assembler pour décorer son intérieur.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025

©Florajet.com / LEGO®

Cette innovation s’inscrit dans le nouveau virage qu’a pris l’entreprise lors de l’arrivée de Virginie Lefrancq, la fille du fondateur **Philippe Lefrancq**, à la direction. La directrice générale souhaitant

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025

moderniser la marque et la développer davantage, tout en préservant ses valeurs fondamentales.

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

---

1er mai : l’entreprise vauclusienne Florajet défend le travail des fleuristes

Le 1er mai est un jour chômé : les salariés ne travaillent pas. Les fleuristes, dont les étals vont déborder de muguet pour l’occasion, demandent une dérogation pour faire travailler leurs salariés ce jour-là. Une initiative que défend également Florajet, entreprise spécialiste de la livraison de fleurs basée à Cabrières d’Aigues.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025

Ce jeudi 1er mai, bon nombre de Français vont recevoir du muguet de la part de leurs proches en guise de porte-bonheur. Une tradition qui remonte au XVIe siècle. Ainsi, cette époque de l'année représente une charge de travail importante pour les fleuristes. Cependant, le 1er mai étant un jour férié, la fête du Travail, les salariés des fleuristes ne travaillent pas, le pic d'activité de ce jour chômé n'étant pas reconnu comme une exception par la législation actuelle.

Une situation que l'entreprise vauclusienne Florajet, qui collabore avec plus de 4 500 artisans fleuristes, déplore. « Le 1er mai génère 19,4M€ de chiffre d'affaires pour le secteur, dont 1,8 million d'euros de TVA pour l'État, explique Virginie Lefrancq, directrice générale de Florajet. En empêchant les fleuristes d'embaucher leurs salariés volontaires, payés double, on prive l'économie de recettes cruciales, les artisans de revenus et les employés de pouvoir d'achat. » L'entreprise interpelle les ministres de l'Économie, du Travail et de l'Intérieur afin que les fleuristes puissent bénéficier d'une dérogation pour faire travailler leurs salariés ce jour-là sur la base du volontariat et avec paiement double. « Pendant ce temps, des vendeurs à la sauvette opèrent sans contrôle, ajoute la cheffe d'entreprise. C'est incompréhensible ! »

Certains fleuristes, pour qui le 1er mai représente une des journées les plus importantes de l'année en termes de chiffres d'affaires voit celui-ci baisser drastiquement en raison du manque de main d'œuvre le jour J. « Sans mes 7 salariés, c'est mission impossible : je ne peux pas être en boutique, préparer les commandes Florajet notamment et livrer en même temps, dénonce Mikaël, artisan fleuriste à Pertuis et membre du réseau Florajet. Résultat, je perds 20% de mon chiffre d'affaires de mai. »

Ainsi, les fleuristes entrepreneurs ont le droit d'ouvrir leur commerce, mais pas de faire travailler leurs employés. La loi prévoit une amende de 750€ par salarié qui travaille le 1er mai et 1 500€ si le salarié est mineur.

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

---

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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025

ambitions

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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025

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 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

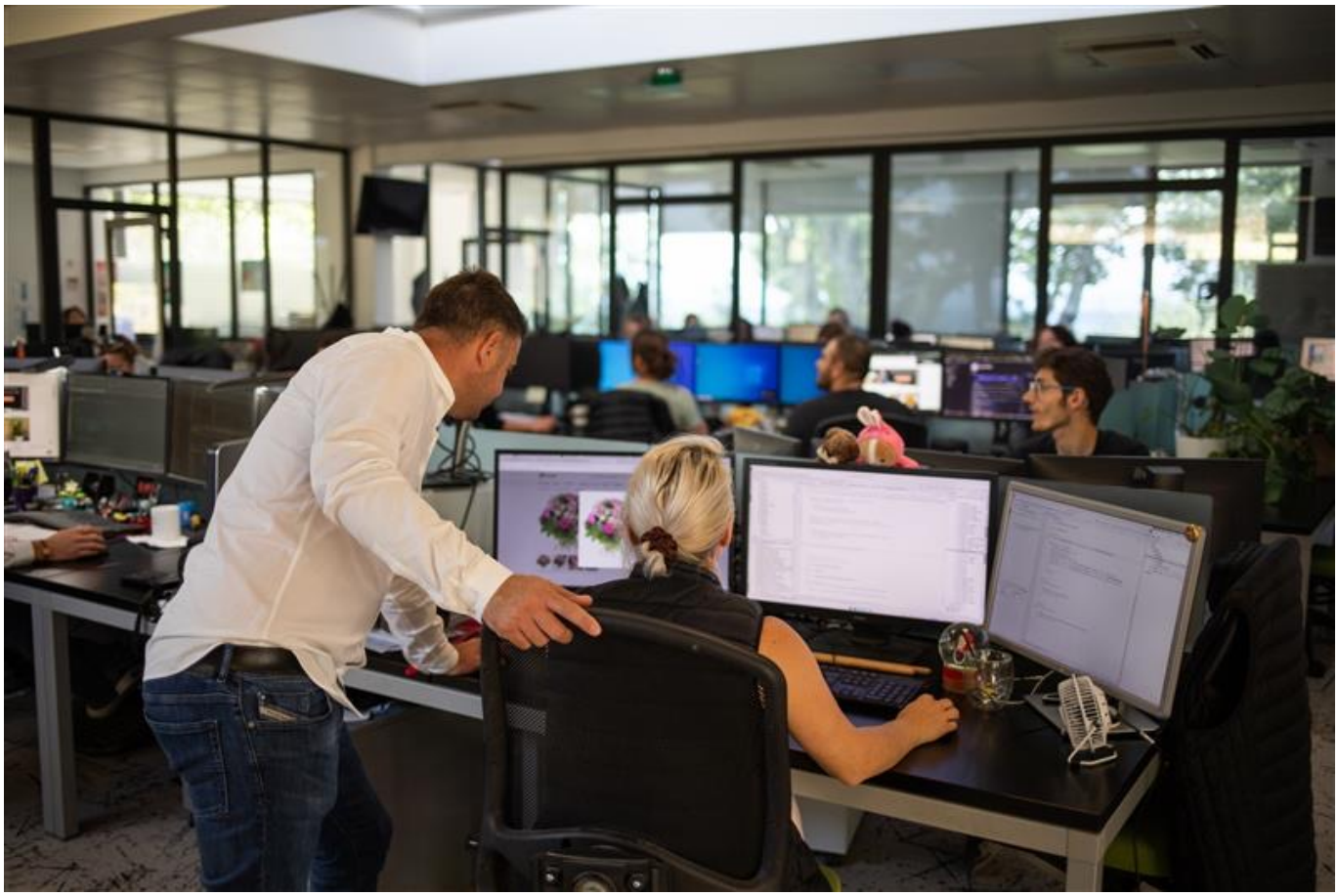
Avec l'arrivée d'internet au début des années 2000, Florajet est devenue Florajet.com et l'entreprise a commencé à prendre de l'ampleur. « Les objectifs de Florajet.com sont clairs : continuer à être une marque moderne, audacieuse et innovante. En mettant l'accent sur la qualité et la proximité, que 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
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 14 décembre 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 14 décembre 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 14 décembre 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 14 décembre 2025

©Florajet.com

Avec Karos, Cotelub se met sur la route du covoiturage

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025

Depuis le 1er septembre, les habitants de la communauté territoriale Sud Luberon (Cotelub) bénéficient du service 'Le Covoit Sud Luberon' via l'application Karos, qui favorise le covoiturage pour les déplacements entre le domicile et le lieu de travail. Un service que l'intercommunalité vient de présenter au sein des locaux de Florajet à Cabrières d'Aigues.

Si certains favorisent le covoiturage pour partir en vacances, beaucoup oublient cette pratique pour les déplacements quotidien, notamment les trajets domicile-travail, qui représentent environ 67% de nos déplacements journaliers. Aujourd'hui, ces nombreux déplacements en voiture ont un coût. Problème que vient pallier le covoiturage, qui permet de réaliser des économies, que ce soit pour le conducteur ou le passager.

Le covoiturage quotidien représente une économie de 97€ par mois en moyenne, permet une réduction de son emprunte carbone, de gagner du temps, mais aussi d'effectuer de nouvelles rencontres. Une tendance qui se développe de plus de plus dans certaines régions de France. « Nous avons observé un vrai boom de covoiturage en Région Sud ces dernières années », affirme Alex Joubert, responsable Collectivités & Élus de Karos. Dans la région, on compte 511 528 covoiturages réalisés depuis le début de l'année 2024, soit déjà presque autant que sur l'ensemble de l'année 2023 (534 000 trajets), et déjà bien plus qu'en 2022 (240 638 covoiturages) et 2021 (59 141 covoiturages). Cotelub prend le train en route en

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025

s'associant à l'application pour créer le service 'Le Covoit Sud Luberon' et proposer cette alternative à ses habitants.

La mobilité, une vraie problématique en Sud Luberon

Au-delà de l'aspect financier et social que représente le covoiturage, Cotelub a surtout voulu répondre au problème de mobilité qui se pose au sein du territoire. « Le Sud Luberon est en grande partie un territoire rural, explique Robert Tchobdrenovitch, président de Cotelub. Avec ce nouveau service de covoiturage, on répond non seulement à un problème économique, mais aussi à un problème

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025

environnemental, tout en apportant une solution de mobilité. » C'est pourquoi l'intercommunalité a choisi le siège de Florajet, à Cabrières d'Aigues, pour présenter cette nouveauté. « Florajet est un des fleurons du territoire, et qui plus est, est installé en zone rurale », ajoute le président de Cotelub.

25% des Français ont déjà refusé une offre d'emploi, faute de moyen de mobilité. Pour un territoire rural, il est difficile d'avoir un réseau de transport en commun aussi efficace et rentable que pour une grande ville. « Le covoiturage ne coûte que quelques centimes d'euros par personne par trajet, c'est vingt fois moins qu'un réseau de bus », développe Jean-Marc Brabant, vice-président de Cotelub en charge des mobilités. L'intercommunalité est en train de travailler sur une nouvelle offre de transport avec la Région. Celle-ci viendra s'ajouter au service de covoiturage, qui présente de nombreux avantages, que ce soit en termes d'attractivité pour les entreprises, ou de pouvoir d'achat pour les usagers.

Un partenariat avec Karos

Le service 'Le Covoit Sud Luberon' est disponible via l'application Karos, téléchargeable sur App Store et sur Google Play. Après le téléchargement, l'utilisateur saisit l'adresse de son domicile, celle de son lieu de travail, ses horaires de trajet, ainsi que son choix d'être conducteur, covoitureur ou les deux. L'application trouve ensuite les autres usagers qui font plus ou moins les mêmes trajets aux mêmes horaires avec qui il est possible de covoiturer.

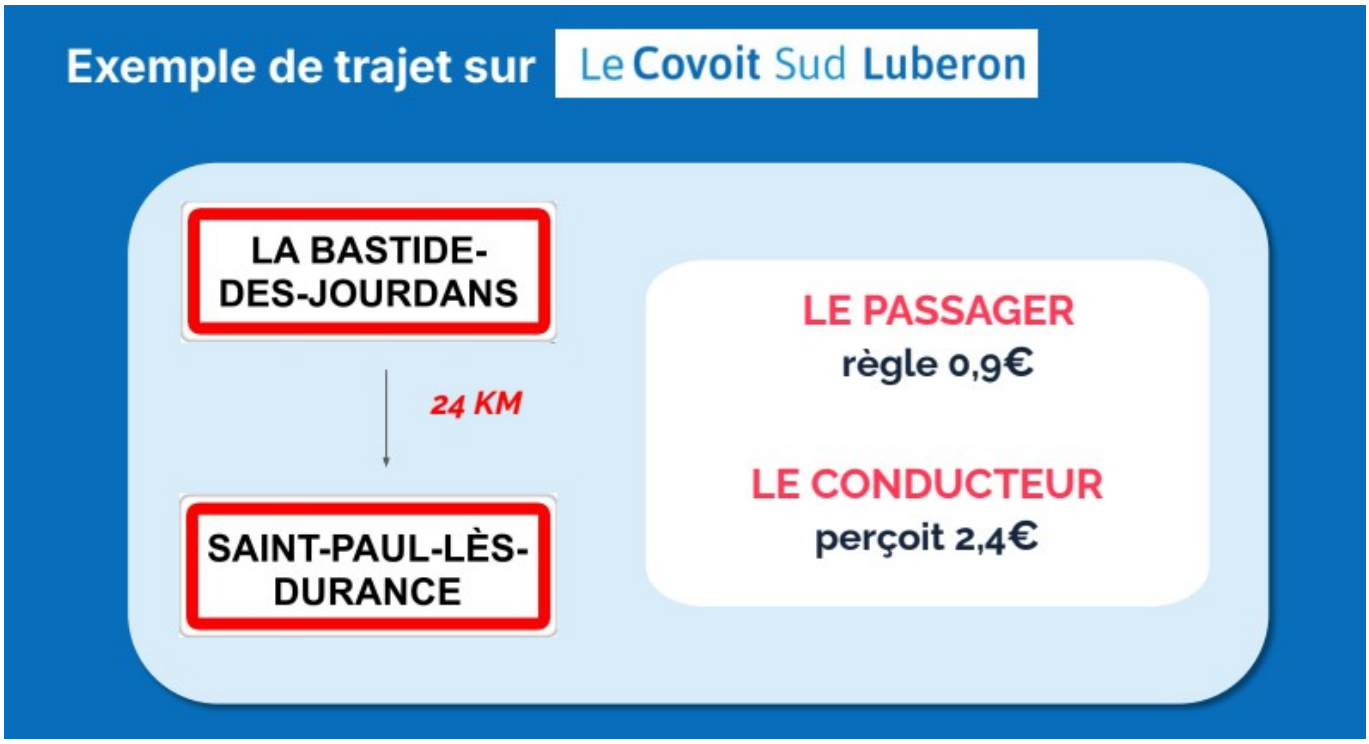
Fondée à Paris en 2014, Karos est une entreprise à mission qui est déjà opérateur de plus de 50 services publics de covoiturage en France, auxquels vient de s'ajouter le Covoit Sud Luberon. L'application de covoiturage est notamment très présente dans la Région Sud et collabore déjà avec la Métropole d'Aix-Marseille-Provence, la communauté de communes Provence Verdon, Durance Luberon Verdon Agglomération, ainsi que l'Agglomération Provence Verte.

97€ économisés par mois grâce au covoiturage

Grâce à ce service de covoiturage, le conducteur perçoit un montant de 2€ par passager par trajet pour les 20 premiers kilomètres, puis s'ajoutent 0,10€ par kilomètre ensuite. Ce montant s'ajoute à la prime covoiturage de 100€ versée par l'Etat (le versement se fait automatiquement via Karos), avec 50€ qui sont versés dès le premier trajet, et 50€ après 10 trajets effectués dans les trois premiers mois suivant ce premier trajet. Le passager, quant à lui, ne doit régler que 0,50€ pour les 20 premiers kilomètres, puis 0,10€ par kilomètre supplémentaire. De son côté, Cotelub subventionne le trajet à hauteur de 1,50€.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025



Cotelub subventionne le trajet seulement si le domicile de l'usager est situé dans l'une de ses 16 communes (même si l'usager se rend dans une commune d'un territoire voisin comme Saint-Paul-lès-Durance au sein de la Métropole d'Aix-Marseille-Provence).

Une semaine après le lancement du Covoit Sud Luberon, le service comptabilisait déjà 22 inscrits et 102 trajets. Le 30 septembre, soit un mois après, il y avait 440 inscrits et 428 trajets effectués. Plusieurs entreprises du territoire s'y sont mises comme Pellenc, Rexel et Ingérop, toutes trois situés à Pertuis. La pratique du covoiturage est donc en bonne voie dans le Sud Luberon.

Le vauclusien Florajet dresse le portrait-robot des acheteurs de bouquet pour la fête des mères

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

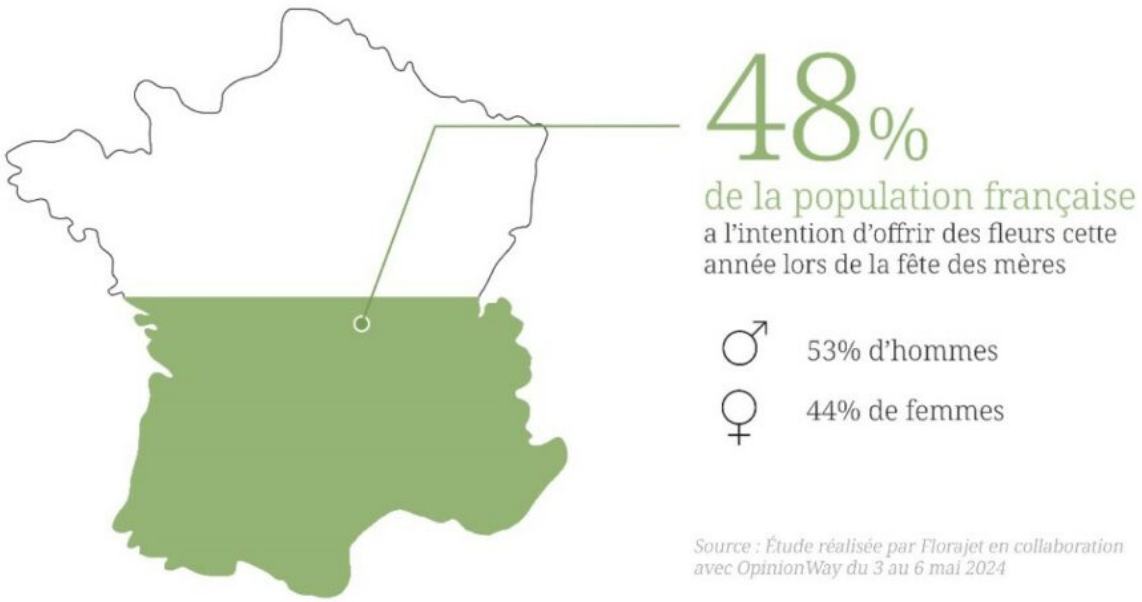
Ecrit par le 14 décembre 2025

Ce dimanche 26 mai 2024, la France célébrera les mamans pour la 118e année. L'occasion pour l'entreprise vauclusienne Florajet, basée à Cabrières d'Aigues, de dévoiler une étude* exclusive réalisée avec Opinionway sur les habitudes des Français lors de la fête des mères.

« Près de la moitié des Français (48%) choisissent de fêter les mamans avec des fleurs, constate Florajet, leader de la commande de fleurs en ligne en France. La fête des mères, une fête à fleurs ? Oui, pour près de 48% des Français. Et si les hommes sont les premiers consommateurs de bouquets, avec 53% d'entre eux qui comptent en acheter le 26 mai, les femmes ne sont pas en reste : elles sont 44% à porter l'intention d'offrir des fleurs pour cette fête. Les moins de 50 ans représentent 59% des acheteurs, avec 61, de moins de 35 ans. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025



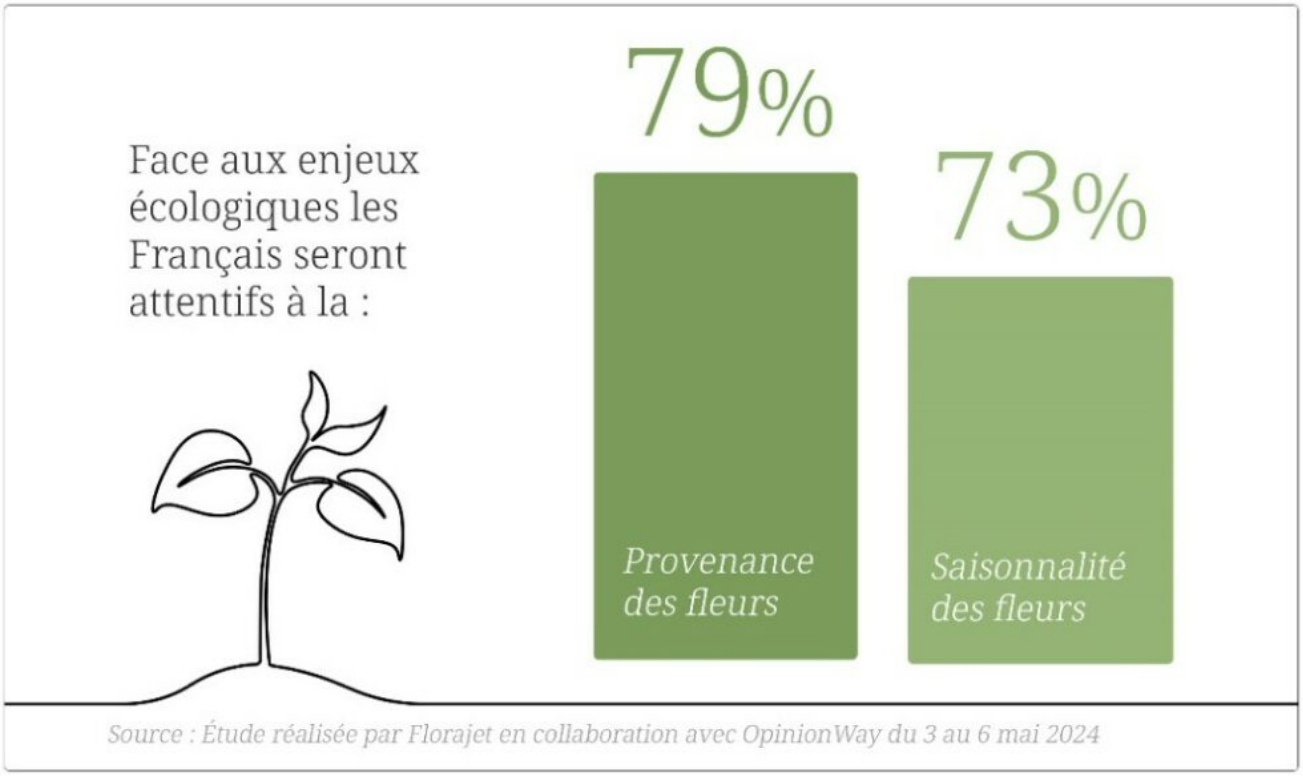
Les fleurs, tendance chez les plus jeunes ?
« Les jeunes adultes (18-24 ans) montrent un engouement notable pour cette tradition, 60% d'entre eux prévoient d'acheter un bouquet, poursuit l'entreprise créée par Philippe Lefrancq en 1992. Ce geste intergénérationnel confirme que les fleurs restent un cadeau indémodable depuis 1906, date de la création de la fête des mères…

L'entreprise vauclusienne Florajet désignée meilleur e-commerçant fleuriste de l'année 2024

La provenance et la saisonnalité comptent pour 8 consommateurs sur 10
« Comme pour les fruits et les légumes, les Français sont particulièrement soucieux de la provenance des fleurs (73%) mais encore plus de leur saisonnalité (79%), rappelle également Florajet désignée meilleur e-commerçant fleuriste de l'année 2024. Toutefois, 50% des intéressés par des fleurs de saison les achèteront seulement si elles ne sont pas plus chères que celles hors-saison. Concernant les fleurs produites localement, 38% des clients sont prêts à les payer plus, mais 35 % y renonceront si le coût est supérieur à des fleurs en provenance d'un autre pays que la France. Au total, 8 acheteurs sur 10 prendront en compte la provenance ou la saisonnalité lors de leur achat de bouquet, et 70 % intègreront ces deux critères dans leur décision d'achat. Cette tendance est encore plus marquée chez les moins de 35 ans, où 80% considèrent les deux aspects dans leur choix. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025



« A l'occasion de la fête des mères, les Artisans fleuristes ont à cœur de satisfaire les attentes et envies de leurs clients en adaptant leur offre de bouquets et compositions en fonction des fleurs de saison à leur disposition : pivoines, pois de senteur, roses de jardin et hortensias seront donc au rendez-vous pour ravir toutes les mamans à l'occasion de leur week-end », complète Farell Legendre, président de la Fédération française des artisans fleuristes (FFAF).

Stabilité du budget pour les bouquets Fête des Mères en 2024
Par ailleurs, cette année, les Français qui ont déjà offert des fleurs en 2023 et qui comptent en offrir à nouveau cette année sont 80% à souhaiter y accorder un budget équivalent à l'an passé.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025

« La fête des mères reste un des temps forts de l'année où les Français dépensent avec plaisir pour un joli bouquet. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025

Virginie Lefrancq, directrice générale de Florajet

« A Marseille, le budget moyen dépensé pour un bouquet fête des mères est de 44€ quand il approche des 50€ à Paris. Un pouvoir d'achat dans la capitale qui a toujours été supérieur à ceux des autres régions en termes de commandes florales », précise Virginie Lefrancq, la directrice générale de Florajet, qui a repris, début 2024, la tête de l'entreprise familiale partenaire de plus de 4500 artisans fleuristes livrant 800 000 bouquets par an dans 110 pays dans le monde.

Seulement 8% envisagent d'augmenter leur enveloppe dédiée à ce cadeau, tandis que 12% la réviseront à la baisse. L'étude démontre en outre assez nettement que le pouvoir d'achat n'influence quasiment pas la décision d'offrir des fleurs pour la fêtes des mères : seules 10% des personnes ne souhaitant pas offrir de fleurs cette année évoquent le pouvoir d'achat comme motif de renoncement.

« La fête des mères reste un des temps forts de l'année où les Français dépensent avec plaisir pour un joli bouquet, une belle plante, poursuit Virginie Lefrancq. Les concessions budgétaires ne se feront pas sur cette fête populaire qui donne l'occasion aux enfants, aux beaux enfants d'exprimer tout leur amour à leurs mamans et belles mamans. »
Quant à ceux qui se sentent concernés par la fête des mères mais qui n'ont pas l'intention d'offrir des fleurs cette année (41%), ils seront 46% à offrir un autre cadeau que des fleurs.

L.G.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025

L'équipe de Florajet à Cabrières d'Aigues.

**Étude réalisée par Florajet en collaboration avec Opinionway auprès d'un échantillon de 1 048 personnes représentatif de la population Française âgée de 18 ans et plus, du 3 au 6 mai 2024. Opinionway a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252*

L'entreprise vauclusienne Florajet désignée meilleur e-commerçant fleuriste de l'année

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025

2024

Pour la seconde année consécutive, la société vauclusienne Florajet a été désignée 'Meilleur e-commerçant de l'année 2024' dans la catégorie fleuriste.
Remise par Meilleure chaîne de magasin, cette distinction a permis de désigner les sites de vente en ligne préférés des consommateurs français. En tout, grâce à l'évaluation de plus de 68 000 consommateurs 22 enseignes ont été récompensées cette année dans la catégorie e-commerce de l'année.

Grâce à son réseau de 5 000 fleuristes partenaires, Florajet est un des acteurs majeurs de la commande de fleurs en ligne dans l'Hexagone. L'entreprise basée à Cabrières d'Aigues, au cœur du Luberon, dispose ainsi du 1er réseau de fleuristes en France en nombre de point de vente. Elle est ainsi en mesure de livrer un bouquet de fleur 4h partout en France ainsi que dans 163 pays dans le monde.

700 000 bouquets par an

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025

Créée en 1992 par Philippe Lefrancq, la société réalise un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 40M€. L'an dernier, l'entreprise dont des artisans fleuristes incorporés au sein des équipes de Florajet imaginent des collections originales de bouquets de fleurs fraîches, a livré plus de 700 000 bouquets via ses partenaires.

« La réception de cette récompense confirme les efforts inlassables des équipes de Florajet pour garantir une expérience client inégalée, tout en maintenant des normes de satisfaction parmi les plus élevées du secteur », se félicite l'entreprise vauclusienne. La large gamme de produits floraux ainsi que son originalité couplée à l'interface conviviale du site florajet.com ont contribué au succès de la marque. Cette victoire consécutive renforce la détermination de Florajet à rester à la pointe du secteur, avec la confiance inestimable de son réseau d'artisans fleuristes. Leur savoir-faire et leur dévouement pour créer des bouquets uniques ont été une des clés de ce succès. »

---

30 ans que Florajet le dit avec des fleurs

C'est en 1988 que l'aventure Florajet débute quand cet entrepreneur vauclusien installe à Pertuis sa première boutique de fleurs. Mais pour les commandes et livraisons, à l'époque, chacun a recours au bottin et au téléphone. La préhistoire, quoi ! Déjà, il a l'idée de simplifier la tâche avec une centrale de transmission florale. Suivra en 1992 le fax avec une mission : convaincre les fleuristes de travailler avec lui.

Roses, lys, œillets, orchidées, glaïeuls, gerbéras, cyclamens, chrysanthèmes à la Toussaint, compositions de bouquets, sapins se succèdent dans les commandes, avec un temps de livraison garanti de 4h dans la France entière. En 2010, il innove à nouveau, grâce à internet, avec une application smartphone pour géolocaliser le fleuriste le plus proche et passer une commande en ligne. A l'international, il exporte dans 140 pays avec une livraison en 24h chrono.

« Travailler est une passion » affirme ce self-made man d'une soixantaine d'années aujourd'hui, installé au cœur du siège de Florajet au pied du Luberon, à Cabrières d'Aigues où exercent 45 salariés, une centaine en tout dans les filières à l'étranger. Au fil du temps, Philippe Lefrancq ouvre aussi une 'Académie de formation de fleuristes» avec, à sa tête, une Mof (Meilleure ouvrière de France), Emilia Oliverio, qui est depuis 15 ans la directrice générale du groupe.

■ 15 000 professionnels

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 décembre 2025

En échange d'un abonnement mensuel, les 10 000 professionnels recensés et les 5 000 regroupés en réseau, bénéficient d'une formation continue, d'une aide à la gestion des boutiques, de conseils pour fidéliser la clientèle, de propositions marketing. En plus de ces services, le dynamique PDG crée en 2018 la première centrale d'achats participative, en lien avec des horticulteurs, pour proposer des fleurs et des plantes aux prix les plus compétitifs. « Nous privilégions les circuits courts qui réduisent l'empreinte carbone, avec des producteurs locaux, nous sommes là pour évoluer, améliorer, innover », précise Emilia Oliverio.

Philippe Lefrancq n'y va pas par quatre chemins : « Il faut être dans le coup, foncer, créer de nouvelles compositions. Pour2020, nous devons nous maintenir face à la concurrence qui nous amène à nous dépasser, cela nous motive. »

Si Noël est une 'belle fête' avec une fleur vedette, le poinsettia, qui décore les tables en rouge et vert, c'est surtout la Saint-Valentin et la fête des mères qui sont les deux temps forts des fleuristes, et donc de Florajet qui enregistre alors des commandes records. En 2019, Florajet a affiché un chiffre d'affaires de 30M€, 12 millions de visites sur son site et 650 000 bouquets et plantes expédiés dans le monde entier.

Andrée Brunetti