Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Le monde économique vauclusien en ‘mission’ pour la transmission



Organisée par le Crédit Agricole Alpes-Provence, la Chambre de commerce et d’industrie de Vaucluse (CCI 84) et CAP Cession France, la soirée ‘Réussir sa transmission d’entreprise’ a fait le plein au Palais des princes à Orange. L’événement a réuni plus de 400 participants dont l’ensemble du monde économique vauclusiens ainsi que les partenaires du développement et institutionnels du département.

« Céder ou reprendre une entreprise constitue une étape déterminante qui se prépare bien en amont, a expliqué en ouverture de l’événement Franck Alexandre président du conseil d’administration du Crédit Agricole Alpes Provence. Pour le dirigeant cédant, il s’agit d’anticiper les points de vigilance, de préparer son projet et de valoriser le travail accompli. Pour le repreneur, l’enjeu est de sécuriser son projet et de disposer des conditions nécessaires à la poursuite et au développement de l’activité. En réunissant les expertises et les réseaux de leurs partenaires, le Crédit Agricole Alpes Provence, la CCI de Vaucluse et

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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Cap cession souhaitent faciliter les échanges et permettre aux dirigeants de trouver les bons interlocuteurs au bon moment. L'ambition est claire : éviter que des entreprises viables, porteuses d'emplois et de compétences, ne disparaissent faute de préparation ou de repreneurs. »



Crédit : CCI84/DR

« Céder ou reprendre une entreprise constitue une étape déterminante. »

Franck Alexandre président du conseil d'administration du Crédit Agricole Alpes Provence

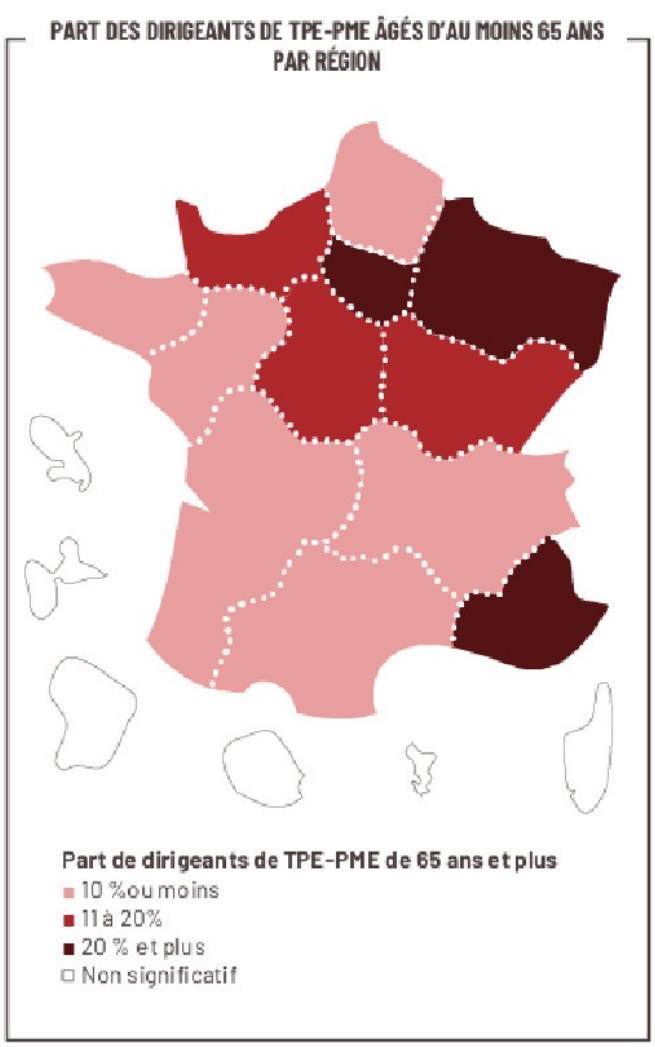
Mobiliser l'ensemble des acteurs du territoire

Le ton de la soirée était donné : mobiliser l'ensemble des acteurs du territoire afin de sensibiliser sur ce sujet car l'enjeu est de taille. En effet, aujourd'hui en France, 40% des dirigeants de TPE, PME et ETI envisagent de transmettre leur entreprise dans les cinq prochaines années, soit un potentiel de 370 000 entreprises et près de 3 millions d'emplois concernés d'ici 2030. Pour autant, entre l'intention et la transmission, l'écart reste important : 26 000 entreprises employant au moins un salarié ont été transmises en 2024, contre un potentiel estimé à 74 000 transmissions par an. Au rythme actuel, seules 130 000 transmissions seraient réalisées dans les cinq prochaines années. Le Vaucluse n'échappe pas à

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

cet enjeu avec plus de 50 000 entreprises inscrites au RCS (Registre du commerce et des sociétés) représentant plus de 100 000 salariés.



Message entendu par l'ensemble des acteurs locaux

Le message semble avoir été entendu puisque le monde économique du département s'était mobilisé en masse avec la présence de nombreux acteurs institutionnels, professionnels et économiques du département (préfecture de Vaucluse, Banque de France, Bpifrance, Chambre de Métiers et de l'Artisanat Provence Alpes Côte d'Azur, Chambre d'Agriculture de Vaucluse, Ordre des Experts-Comptables, Notaires Cévennes Provence, Fédération du BTP 84, Capeb, Les Entrepreneurs Vaucluse (ex-CPME 84), Medef Vaucluse, U2P Vaucluse, nos confrères de la Provence, Mobilians, barreau d'Avignon, barreau de Carpentras, CRA, Vaucluse Provence Attractivité (VPA), Jeunes agriculteurs, Vignerons indépendants, Safer, FDSEA, MSA et CPTS Synapse du Comtat Venaissin… Les directeurs généraux des structures partenaires, des élus, des maires de communes vauclusiennes ainsi que des

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

représentants d'organismes départementaux et régionaux avaient également répondu présents.
Cette mobilisation semble donc témoigner d'une conviction partagée : la cession-transmission dépasse le seul cadre de l'entreprise pour s'étendre à l'attractivité globale du Vaucluse.



Anne Benedetti. Crédit : CCI84/DR

> « Transmettre son entreprise et rarement une décision simple. »
>
> *Anne Benedetti, présidente de la CCI de Vaucluse*

« La transmission est une étape naturelle dans la vie d'une entreprise, mais elle ne s'improvise pas, insiste Anne Benedetti, présidente de la CCI de Vaucluse. Elle engage le dirigeant qui cède, le repreneur qui porte un nouveau projet, les salariés et, plus largement, tout un écosystème économique. Notre responsabilité collective est de faire en sorte que les entreprises qui ont vocation à être transmises puissent l'être dans les meilleures conditions »,

Crédit Agricole : un engagement de deux ans en faveur de la transmission
Depuis plus de deux ans, le Crédit Agricole Alpes Provence s'investit dans l'accompagnement des

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

dirigeants cédants et des repreneurs. Cette démarche a débuté en novembre 2024 à la CCI d'Arles, lors d'un premier rendez-vous qui avait réuni plus de 50 dirigeants et repreneurs. Elle s'est ensuite poursuivie à travers plusieurs événements, dont une rencontre organisée le 31 mars 2026 au siège du Crédit Agricole Alpes Provence, à Aix-en-Provence, qui avait rassemblé plus de 350 dirigeants autour des points de vigilance à anticiper avant une cession ou une transmission.
En juin 2026, le Café de la transmission-reprise organisé à Aubagne avait également réuni plus de 70 participants. Ce 13 octobre, cette dynamique s'est poursuivie avec deux nouveaux rendez-vous. Un coup double le même jour : l'un en matinée à Arles et l'autre, en soirée, dans la cité des princes.

« Nous devons également avoir le courage de regarder les difficultés en face, poursuit la nouvelle présidente de la Chambre consulaire vauclusienne. Transmettre son entreprise et rarement une décision simple car pour beaucoup de dirigeants, leur entreprise représente bien davantage qu'un patrimoine professionnel. C'est une vie, c'est une identité parfois et même une histoire familiale. Alors, on repousse l'échéance, on se dit que l'on a encore le temps. On attend le bon moment, le bon repreneur, la bonne valorisation, mais le temps économique n'attend pas toujours le temps psychologique des dirigeants . Et une transmission qui n'a pas été anticipée peut devenir une transmission subie. Nous devons donc changer notre manière d'aborder ce sujet, parler de la transmission ne doit plus signifier parler de la fin d'une aventure. Cela doit signifier préparer le début d'une autre. »

Rendre la transmission plus fluide

« Nous avons les outils, nous avons les expertises, nous avons les énergies, énumère Anne Benedetti mais nous devons encore mieux les coordonner car les dirigeants qui souhaitent transmettre ne doivent pas faire face seul un véritable parcours du combattant. De son côté, le repreneur ne doit pas, non plus, se perdre dans la complexité des démarches ou du financement. Nous devons rendre la transmission plus visible, plus accessible plus fluide. Notre objectif ne doit pas être de multiplier les réunions sur la transmission. Notre objectif doit être de multiplier les transmissions réussies. »

Julien Faubert : transmettre, c'est aussi faire perdurer un savoir-faire

La soirée s'est achevée avec le témoignage de Julien Faubert (ancien footballeur professionnel internationale passé notamment par les Girondins de Bordeaux, West Ham et le Real Madrid) qui a apporté un éclairage original sur la notion de transmission à travers son expérience du sport de haut niveau. Son intervention a permis de rappeler que transmettre ne consiste pas simplement à passer le relais. C'est aussi partager une expérience, des compétences, une vision et des valeurs pour permettre à celui qui prend la suite de poursuivre l'aventure. Cette réflexion fait directement écho au monde de l'entreprise : la réussite d'une transmission ne se mesure pas uniquement au moment de la cession, mais aussi à la capacité de l'entreprise à continuer de se développer après le départ de son fondateur. Préserver un savoir-faire, transmettre une culture et donner au repreneur les moyens de réussir sont autant de conditions pour assurer la continuité de l'histoire entrepreneuriale.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Une affaire de confiance

Des difficultés que les chiffres illustrent : selon Bpifrance, 70% des dirigeants qui envisagent de transmettre dans plus d'un an n'en sont encore qu'au stade de la réflexion ou du démarrage de leur projet. Dans le même temps, 60% des repreneurs rencontrent des difficultés dans leur parcours, l'accès au financement constituant le principal obstacle. Cette difficulté concerne particulièrement les repreneurs issus du salariat : 44% déclarent avoir rencontré des difficultés pour réunir les financements nécessaires, contre 30% pour l'ensemble des repreneurs.

Autre enjeu : trouver le juste équilibre entre les attentes du cédant et les capacités du repreneur. La valorisation et le prix de cession peuvent constituer un point de tension, tandis que le cédant accorde également une importance forte à la pérennité de son entreprise, aux qualités humaines du repreneur, à son expérience et à sa capacité à porter le projet dans la durée. La transmission est donc autant une affaire de financement, de valorisation et de stratégie qu'une affaire de confiance, d'anticipation et de rencontre entre deux projets entrepreneuriaux.

« Cette soirée illustre notre positionnement de banque du dirigeant et notre ancrage territorial, souligne le Crédit Agricole Alpes Provence. Accompagner un dirigeant d'entreprise, c'est l'accompagner dans toutes les phases de son cycle entrepreneurial : création, développement, structuration et transmission. »



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Crédit : CCI84/DR

> « Une transmission qui échoue c'est la perte d'un ressort de développement économique local. »
>
> *Thierry Suquet, préfet de Vaucluse*

Particulièrement sensibilisé sur le sujet, puisqu'il a y 35 ans il a été un jeune responsable d'une agence de développement économique ayant mis en place des opérations de sensibilisation à la transmission et à la reprise d'entreprise en milieu rural, Thierry Suquet, préfet de Vaucluse souligne l'importance de la reprise : « J'ai découvert à cette occasion-là deux choses. Le facteur humain car c'est avant tout une histoire d'homme et de femme avant d'être un acte de vente. C'est même une histoire de dialogue, car il faut être deux à se parler, longuement parfois. »

« La deuxième chose, poursuit-il, c'est que cette aventure individuelle est également un enjeu collectif. Une transmission qui échoue, une session qui ne se fait pas, c'est un bâtiment vide, une friche industrielle, la perte d'emploi et de richesse ainsi que la perte d'un ressort de développement économique local, C'est tout cela qui nous appauvri collectivement. A contrario, une reprise qui se fait, c'est n'est pas simplement un statu quo. C'est un dynamisme supplémentaire et de la richesse qui se crée dans notre environnement immédiat car une entreprise c'est des partenariats, des fournisseurs, des clients développant tout un écosystème local. »

Laurent Garcia

La fragilité économique actuelle pourrait compromettre la capacité des entreprises à préparer leur transmission

L'adoption, le 8 octobre dernier en commission des finances, de l'amendement du rapporteur général Philippe Juvin, qui assouplit la réforme de l'apport-cession inscrite dans le projet de loi de finances pour 2027 a fiat réagir le Syndicat des Indépendants et des TPE (SDI).

« Le SDI salue la correction apportée par les députés à une réforme fiscale qui risquait decompliquer certaines transmissions d'entreprises, se félicite Marc Sanchez, secrétaire général du SDI. Alors que près de 500 000 entreprises pourraient être cédées dans les dix prochaines années, la priorité doit être de faciliter leur reprise, pas d'ajouter de l'incertitude fiscale aux difficultés déjà rencontrées par les cédants et les repreneurs. Cette perspective intervient alors que la dernière enquête du SDI révèle que 71% des dirigeants interrogés constatent une baisse de leurs marges et 66% une contraction de leur trésorerie. Une fragilité économique qui peut compromettre la capacité des entreprises à préparer leur transmission et à attirer des repreneurs. »

Appel à une politique cohérente de transmission

Le texte initial du gouvernement envisageait de remettre en cause l'effacement de certaines plus-values

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

en report d'imposition lors de transmissions à titre gratuit de titres détenus via une holding. L'amendement maintient le régime actuel en cas de succession, limite l'imposition de certaines donations, prévoit un règlement échelonné sur dix ans et réserve les nouvelles règles aux apports réalisés à compter du 7 octobre 2026.
Cette correction est bienvenue : une fiscalité déclenchée sans liquidités correspondantes peut fragiliser une transmission et réduire les moyens consacrés à la poursuite de l'activité. Le dispositif visé reste toutefois spécifique aux opérations d'apport-cession ; il ne concerne pas directement toutes les transmissions de commerces, d'entreprises individuelles ou de SARL.
Au-delà de ce dispositif particulier, le SDI appelle « à une politique cohérente de la transmission : stabilité des règles fiscales, simplification des démarches et accès au financement pour les repreneurs. Selon la Direction générale des Entreprises, 86% des entreprises transmises sont des TPE. Préserver ces reprises, c'est aussi préserver des emplois, des savoir-faire et la vitalité des territoires. L'amendement a été adopté en commission ; son maintien dans le texte définitif demeure soumis à la suite de la procédure parlementaire ».

Crédit Agricole Alpes Provence : « pour être solidaire, il faut être solide »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Le Crédit Agricole Alpes-Provence vient de présenter ses résultats 2025 où la satisfaction client a été l'une des principales priorités du groupe bancaire régional. La banque coopérative a aussi dévoilé ses perspectives 2026 avec pour objectif un renforcement de sa présence sur le territoire ainsi que la rénovation de plusieurs agences dans le Vaucluse

En 2025, le Crédit Agricole Alpes Provence a comptabilisé 44 000 nouveaux clients, portant son portefeuille à 809 036 clients sur l'ensemble de ses marchés, dont 363 000 clients sociétaires (+30 000 nouveaux clients sociétaires) et 121 000 clients entreprise/professionnels/agriculteurs (+3 200 nouveaux clients). Dans le même temps, le groupe bancaire régional affiche 15 nouvelles ETI (Entreprise de taille intermédiaire) clientes. Désormais, 117 des 325 ETI dont le siège est sur le territoire sont clientes du Crédit Agricole Alpes Provence.

Cette dynamique est également reconnue par les clients eux-mêmes. En 2025, le Crédit Agricole Alpes Provence se classe 1ère banque de son territoire en e-réputation, avec une note moyenne de 4,9/5 sur Google et 4,6 sur AppleStore. Elle s'inscrit dans une ambition claire : être la banque leader sur ses

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

territoires, avec un objectif d'un million de clients satisfaits.

> « En 2025, la satisfaction client a été le premier moteur du Crédit Agricole Alpes Provence. »
>
> *Laurent Fromageau, directeur général du Crédit Agricole Alpes Provence*

« En 2025, la satisfaction client a été le premier moteur du Crédit Agricole Alpes Provence : elle a guidé notre action collective et permis de conjuguer des résultats solides, une gestion prudente des risques et un impact durable, au service des territoires, des entreprises, et des projets de vie de nos clients, confirme Laurent Fromageau, directeur général du Crédit Agricole Alpes Provence. En 2026, nous accélérerons encore, en faisant de l'hyper-satisfaction client le levier central de notre performance durable et de notre utilité pour les territoires. »

« Les attentes des Français et de nos clients évoluent, tout comme leurs usages, poursuit le directeur général du Crédit Agricole Alpes Provence. Notre responsabilité est d'y répondre en renforçant notre utilité : utiles au quotidien pour nos clients, utiles pour le développement de nos territoires et à l'économie réelle. »

Crédit agricole Alpes-Provence : une task force pour mieux accompagner les entreprises tous azimuts

3 axes majeurs d'engagement

Afin d'accompagner l'évolution des attentes et d'accélérer la satisfaction de l'ensemble de ses clients, particuliers, professionnels et entreprises, le Crédit Agricole Alpes Provence a adopté une charte d'engagements structurée autour de trois axes majeurs.

Afin d'apporter davantage de réactivité, la banque garantie une réponse dans la journée. « Avec plus de 2 000 collaborateurs, 9 décisions sur 10 sont prises directement en agence, permettant de multiplier par 4,5 le nombre de dossiers traités en autonomie entre septembre et décembre 2025, précise le Crédit Agricole. Cette évolution est reconnue par 87 % des clients. »

Pour cela, la banque coopérative peut s'appuyer sur son réseau de 144 agences de proximité et 24 agences spécialisées totalisant 318 rendez-vous téléphoniques ou en visioconférence et 897 rendez-vous en agence par jour.

Par ailleurs, grâce à sa nouvelle Task Force Entreprises 360°, le Crédit Agricole Alpes Provence propose

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

un accompagnement global aux entreprises des territoires, face à leurs enjeux économiques, financiers et humains. Ce dispositif s'appuie notamment sur le capital-investissement avec Sofipaca.

> Le Crédit Agricole n'est plus seulement financeur du territoire mais façonneur

Les résultats 2025

En 2025, la collecte globale du Crédit Agricole Alpes Provence dépasse 27 milliards d'euros, en hausse de 1,243 milliard d'euros sur un an (+4,8%). Cette dynamique est notamment portée par l'assurance-vie dont les encours progressent de 8,8%.

L'encours de crédits franchit les 20 milliards d'euros, en hausse de 690M€ (+3,6%). Cette évolution concerne l'ensemble des marchés, y compris les entreprises, dans un contexte de ralentissement de l'investissement.

Cette performance commerciale s'appuie également sur une intensification de l'équipement des clients, favorisée par le déploiement de nouveaux parcours digitaux. En 2025, le stock de contrats de Banque au Quotidien progresse de 3,5% (+12 900 contrats) et le nombre de cartes de 3% (+16 465 cartes). Les assurances de biens et de personnes poursuivent leur croissance, avec +16 630 contrats supplémentaires en portefeuille.

> « La politique prudente du Crédit Agricole Alpes Provence s'appuie sur une structure financière particulièrement solide. »

Le produit net bancaire atteint 494,4M€, en hausse de +8,2%, bénéficiant d'une croissance retrouvée de la marge d'intermédiation (+12,4%) et de la dynamique d'équipement des clients en services bancaires, assurances et prévoyance, qui porte la progression des commissions à +2,5%.

Le résultat brut d'exploitation s'élève à 195,5M€, en augmentation de +16,6%, traduisant la solidité du modèle opérationnel. Les charges de fonctionnement progressent de manière maîtrisée (+3,3% en normes françaises), principalement sous l'effet de l'inflation. Au final, en normes FR, le résultat s'établit à 116,3M€, en progression de +13,1% par rapport à 2024.

« Pour être solidaire, il faut être solide », rappelle Franck Alexandre, président du Crédit Agricole Alpes Provence,

Rénovation des agences en Vaucluse

Dans le cadre de son plan de rénovation, le Crédit Agricole Alpes-Provence a prévu de réaménager une trentaine de ses agences vauclusiennes d'ici 3 ans. Pour 2026, 11 agences devraient ainsi faire déjà l'objet de travaux dans le département. Cela a été déjà le cas tout récemment des sites bancaires de Cavaillon et de Malaucène

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Une gestion prudente

En 2025, le coût du risque s'établit à –56,4M€, en hausse par rapport à 2024 (–35,3M€). Cette évolution reflète un renforcement volontaire des couvertures, avec une dotation en provisions individuelles portée à 54,6M€ (contre 11,1M€ en 2024). Les provisions au titre d'IFRS 9 ont, quant à elles, une incidence plus limitée en 2025 (1,5M€), portant leur encours à 237,6M€.

Malgré un contexte de défaillances d'entreprises en augmentation, la qualité du portefeuille de crédits demeure maîtrisée. Le taux d'encours en défaut s'établit à 1,91% au 31 décembre 2025 (contre 1,56% en 2024). Avec un taux de couverture de 50,53%, le Crédit Agricole Alpes Provence maintient un niveau élevé de protection. Au global, les provisions constituées au titre du risque de crédit atteignent 431,2M€, auxquelles s'ajoutent 124,2M€ de Fonds pour Risques Bancaires Généraux en normes françaises, portant le niveau de couverture global de l'actif clientèle à 2,78%. La politique prudente du Crédit Agricole Alpes Provence s'appuie sur une structure financière particulièrement solide. Au 31 décembre 2025, le ratio de liquidité réglementaire Bâle 3 (LCR) s'élève à 109,3%, traduisant une capacité élevée à faire face aux besoins de financement des clients. Le ratio de solvabilité global atteint 21,4%, un niveau très largement supérieur aux exigences réglementaires (SREP : 11%), confirmant la robustesse du bilan.

Laurent Garcia



Renforcement du comité de direction

Le Crédit Agricole Alpes Provence vient également de procéder à plusieurs nominations au sein de son Comité de direction. Un renforcement qui intervient dans le cadre de son plan stratégique 'Nouvelles Proximités' visant à étoffer ses expertises clés : ressources humaines, développement commercial, gestion des risques et gouvernance.

Dans ce cadre, Antoine Guigny (à droite sur la photo ci-dessus) est nommé Directeur du Développement Crédits et Assurances depuis le 1er décembre 2025. Ingénieur Arts et Métiers, il a exercé depuis 2001 au sein de l'Inspection Générale du Groupe Crédit Agricole puis du Crédit Agricole Nord de France. Il mettra son expertise en innovation, data, digital et assurances au service du développement commercial et de la performance durable du Crédit Agricole Alpes Provence. Pour sa part, Xavier Perrin (à gauche sur la photo) est nommé Directeur Capital et Développement Humain depuis le 1er janvier 2026. Grâce à

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

un parcours solide au sein du groupe Crédit Agricole et de ses filiales, marqué par l'accompagnement de transformations RH d'envergure en France et à l'international, il aura pour mission de piloter et d'accompagner le projet humain de l'entreprise.
Enfin, Claire Pittelioen (au centre sur la photo) est nommée Directrice des Risques, du Contrôle Permanent et de la Conformité à compter du 1er février 2026. Entrée dans le Groupe Crédit Agricole en 2000, elle dispose d'une expérience approfondie en audit, maîtrise des risques et transformation des organisations. Elle accompagnera le développement du Crédit Agricole Alpes Provence dans un cadre de solidité, de conformité et de performance durable.
Crédit photo DR/Benjamin Loembet

Crédit agricole Alpes-Provence : une task force pour mieux accompagner les entreprises tous azimuts

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026



Le Crédit agricole Alpes-Provence vient de lancer une ‘task force 360°’ dédiée à l’accompagnement des entreprises. L’objectif est de réunir les expertises existantes de la banque régionale ainsi que de nouvelles hyper compétences spécialisées afin de répondre aux besoins clés des entreprises, de la trésorerie aux ressources humaines, jusqu’à la confiance numérique.

> « Avec cette task force 360°, nous franchissons une nouvelle étape de notre engagement. »
>
> *Laurent Fromageau, directeur général du Crédit agricole Alpes-Provence*

« L’hyper-proximité n’est pas un slogan : c’est un engagement, insiste Laurent Fromageau, directeur général du Crédit agricole Alpes-Provence. Dans un contexte national où les entreprises doivent faire face à des transformations rapides et parfois profondes, avec les équipes du Crédit Agricole Alpes Provence nous avons fait le choix d’accélérer. Avec cette task force 360°, nous franchissons une nouvelle étape de notre engagement : apporter des réponses concrètes, expertes et immédiatement opérationnelles à toutes les entreprises de nos territoires. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Un levier de financement pour les PME et ETI

Concrètement cette accompagnement s'appuie sur la mise à disposition de solution de capital-investissement. Dans ce cadre, le Crédit Agricole Alpes Provence va donc renforcer son action grâce à un nouvel apport de 15M€ de ses actionnaires, un réinvestissement systématique des résultats, une augmentation des seuils d'intervention jusqu'à 10M€ par opération et jusqu'à 50€ aux côtés des autres structures d'investissement du groupe Crédit Agricole.

Pour cela la banque peut notamment s'appuyer sur un partenaire durable : Sofipaca qui depuis sa création en 1984 a accompagné plus de 300 PME et ETI de la région.

« L'intervention de Sofipaca en tant qu'associé dans les entreprises de la région crée une proximité encore plus forte avec les dirigeants et renforce le rôle de 'façonneur du territoire' du Crédit agricole, » explique Florence Politi, directrice d'investissements de Sofipaca qui a aujourd'hui sous gestion 150M€ dans des secteurs clés de l'économie régionale : santé, agriculture, numérique, énergie, mobilité et tourisme.

Renforcer la confiance numérique

Dans le même temps, le Crédit agricole Alpes-Provence ambitionne d'apporter des solutions simples et sécurisées pour accompagner toutes les entreprises dans le domaine de la facture électronique. Pour cela, la banque propose les outils Kolecto (pour les entreprises de moins de 50M€ de CA) et Doxalia (pour celle de plus de 50M€ de CA) qui permettent notamment d'importants gains de temps.

Relever le défi des RH

À l'heure où l'attractivité, la fidélisation et le pouvoir d'achat des collaborateurs sont devenus des enjeux majeurs, le Crédit agricole Alpes-Provence a aussi décidé de structurer une offre dédiée pour accompagner les PME du territoire dans leurs problématiques RH. Avec la banque des ressources humaines, la banque propose une offre comprenant une épargne salariale et retraite pour motiver et valoriser les salariés (via Amundi), une assurances santé et prévoyance pour protéger les salariés (via Crédit Agricole Assurances) ainsi que Worklife, une solution digitale pour simplifier et enrichir le quotidien des salariés.

Afin de soutenir cette nouvelle offre stratégique, le Crédit agricole Alpes-Provence a créé 6 postes spécifiquement dédiés.

Les projets 2026

Outre un engagement fort dans la perspective des JO 2030, le Crédit agricole Alpes-Provence considère que la transmission d'entreprise constitue un enjeu central pour l'économie régionale, avec 70 000 entreprises susceptibles de changer de main dans les 5 prochaines années et plusieurs millions d'emplois concernés à l'échelle nationale.

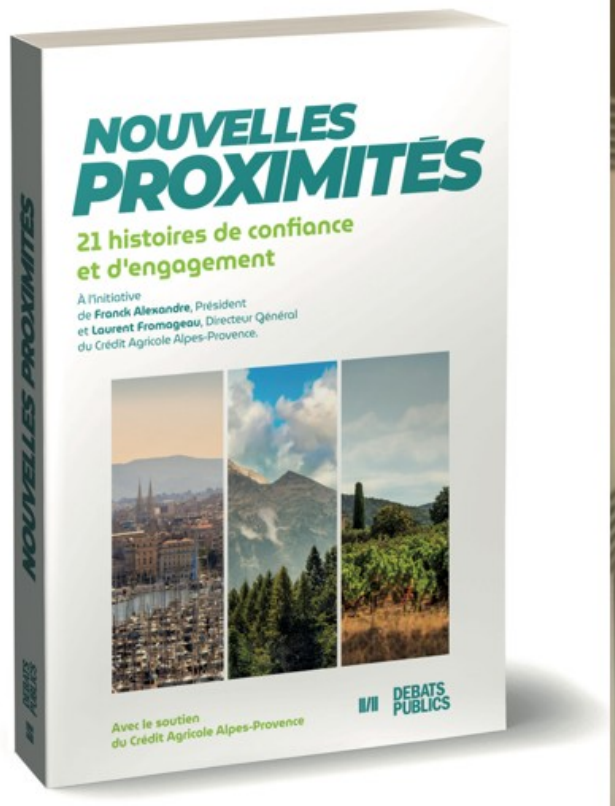
Le Crédit Agricole Alpes Provence structure donc une réponse dédiée pour sécuriser ces étapes clés et accompagner durablement les dirigeants avec la création en 2026 de la Banque Patrimoine qui offrira une approche intégrée combinant expertise financière, fiscale et juridique pour accompagner les opérations de succession, de reprise ou de restructuration patrimoniale. Egalement prévu la création d'une direction dédiée aux marchés des entreprises qui complétera les dispositifs déjà déployés par la Caisse Régionale(événements dédiés à la transmission, sessions Loi de Finances, accompagnement des experts-comptables et suivi individualisé par les chargés d'affaires).

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Pour rappel, le Crédit agricole Alpes-Provence est une banque coopérative couvrant les territoires des Bouches-du-Rhône, du Vaucluse et des Hautes-Alpes. Forte de plus de 800 000 clients, 350 000 sociétaires et d'un réseau de plus de 130 points de ventes, l'établissement bancaire « la solidité financière et la capacité à mobiliser l'expertise » du 9e groupe bancaire mondial.

L.G.





Livre : 'Nouvelles Proximités : 21 histoires de confiance et d'engagement'
A l'initiative de Laurent Fromageau (à gauche sur la photo ci-dessus), et Franck Alexandre (à droite), respectivement directeur général et président du Crédit Agricole Alpes Provence, le nouvel ouvrage 'Nouvelles Proximités : 21 histoires de confiance et d'engagement' de la collection Débats publics « propose un voyage au cœur des Alpes et de la Provence à la rencontre des dirigeants d'entreprises et d'associations qui bâtissent le futur de cette région. Chaque porteur de projet dialogue avec un président d'une caisse locale du Crédit agricole Alpes-Provence pour mieux comprendre les 21 projets qui façonnent le territoire. »

Parmi eux, plusieurs Vauclusiens Franck Alexandre de la Caisse locale de Beaumes-de-Venise, Alain Bremond président de la caisse de Pertuis, Jordan Charransol, président de Jeunes agriculteurs de

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Vaucluse et viticulteur et maraîcher dans l'enclave des papes, Marilyn Gallet, présidente de la caisse de Pernes-les-Fontaines, Morgane Cousin, présidente de l'association Egal Accès, Céline Isirdi présidente de la caisse de Cadenet, Laure Galpin, directrice générale du Parc naturel régional du Luberon, Martine Millet, vice-présidente de la caisse de Bollène, André Bernard, président du canal de Carpentras, Florence Mutte, vice-présidente de la caisse de Carpentras, Serge Andrieu, président du conseil de surveillance du centre hospitalier de Carpentras, François Sanchez, président de la caisse de l'Isle-sur-la-Sorgue ainsi que Frédéric Gaillanne de la fondation Gaillanne.

« À travers ces récits et ces initiatives se dessine une région plus inclusive, plus solidaire et profondément ancrée dans le collectif, explique l'éditeur. Ces histoires témoignent également d'un lien singulier : celui qu'entretient le Crédit Agricole Alpes Provence avec les forces vives locales, qu'elles se trouvent dans les villes ou dans les campagnes. Une relation de confiance unique, fondée sur des valeurs d'utilité, d'universalité et de responsabilité partagée. »

'Nouvelles Proximités : 21 histoires de confiance et d'engagement'. 311 pages. Prix : 20€ TTC. Collection Débat publics.

---

14 juillet : la Légion d'Honneur pour deux personnalités vauclusiennes







Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Promotion du 14 juillet 2023 de la Légion d'Honneur, deux personnalités vauclusiennes distinguées, Dominique Santoni et Franck Alexandre.

La présidente du Conseil déparemental vient d'être promue par la Grande Chancellerie. En 2015, elle succède à Pierre Boyer à la mairie d'Apt, elle est également élue conseillère départementale et surtout, elle est la 1ère femme à se retrouver dans le fauteuil de présidente du Conseil Départemental de Vaucluse, le 1er juillet 2021. Dominique Santoni est une personnalité qui compte dans le Vaucluse. Passionnée d'équitation, directe, femme de consensus, pragmatique, elle fonce et soutient tout ce qui fait avancer le département. Une fois de plus, elle prouve avec cette distinction que « Les Vauclusiens ont du talent ».

Autre exemple de ces vauclusiens passionnés, Franck Alexandre. Vigneron à Gigondas, à la tête du Domaine des Teyssonnières, 12 hectares au pied des Dentelles de Montmirail, entre les mains de sa famille depuis 1838 et dont il pris la direction en 1985. Mais il est aussi banquier. Il préside le Conseil d'Administration du Crédit Agricole Alpes-Provence. Dans le Vaucluse, les Bouches-du-Rhône et les Hautes-Alpes, cela représente 2 300 collaborateurs, 750 000 clients pour le 1er groupe coopératif et mutualiste du monde. Franck Alexandre qui était déjà depuis 2015, « officier » dans l'Ordre du Mérite Agricole va, désormais, pouvoir arborer un ruban rouge à la boutonnière, lui qui, depuis longtemps est engagé en faveur de l'économie régionale. Il préside « La Fondation Crédit Agricole » qui prône solidarité et développement et soutient, par exemple, les jeunes, leur santé, leur parcours professionnel et leur entrée dans la vie active. A ce titre, 3% du chiffre d'affaires de la banque sont dévolus à des actions caritatives, solidaires voire intergénérationnelles.