

Écrit par le 18 mai 2026

## Contact Média : avec Gaia l'IA joue au super-réceptionniste



Basée à Avignon, **Contact Média** est une entreprise vauclusienne spécialisée dans les solutions de communication et de relations clients. Dans cette dynamique d'innovation, elle a conçu Gaïa en janvier 2025 : une Intelligence artificielle (IA) conversationnelle capable de réceptionner et gérer les appels téléphoniques de manière autonome et intelligente.

L'histoire commence en 2006. **Fabien Ledoux** crée un centre d'appels à Carpentras en B to C, à destination des particuliers. « J'ai toujours exercé ma carrière professionnelle dans les centres d'appels

Ecrit par le 18 mai 2026

avant de lancer ma propre entreprise. En 2012, j'ai senti que le concept B to C commençait à avoir quelques difficultés. Nous avons changé notre clientèle en faisant du B to B, entreprise à entreprise. Nous en avons profité pour déménager cette même année en zone Courtine à Avignon. En 2015, nous sommes arrivés à 100% de notre activité en B to B », explique le président de l'entreprise, associé avec [son épouse Shirley](#). En 2019, l'entreprise s'est diversifiée en développant le concept de réception d'appels. En 2024, elle a lancé son concept d'intelligence artificielle.



Fabien Ledoux, le créateur de Contact média. Crédit : DR

### **Cinq métiers différents**

L'entreprise propose ses services dans cinq spécialités différentes : la réception d'appels, la prospection commerciale avec prises de rendez-vous, l'enquête de satisfaction, le télé-secrétariat et la qualification de fichiers (mise à disposition des fichiers de contacts pour un client). Les clients travaillent dans des secteurs d'activité variés, dans le secteur public (communauté de communes) et le privé.

### **L'intelligence artificielle**

En septembre 2024, l'entreprise a pris la décision de se lancer dans l'intelligence artificielle pour ses

Ecrit par le 18 mai 2026

activités. « Jusqu'au 1er janvier 2025, l'entreprise proposait la réception d'appels à 100% via l'humain de 8h30 à 18h30 du lundi au vendredi avec ses équipes. Grâce à la technologie, nous avons développé [Gaïa](#) qui est issue de l'intelligence artificielle et permet de proposer un service continu 24 heures sur 24 et sept jours sur sept dans toutes les langues avec une voix masculine ou féminine, au choix de l'entreprise. Gaïa est une jolie rousse et elle est entièrement personnalisable par nos clients » explique [Laure Ferrera](#), chargée de mission-commerciale. L'entreprise a travaillé en collaboration avec un développeur externe pour la création de cet outil qui utilise Chat GPT comme base.



Laure Ferrera, chargée de mission-commerciale. Crédit :DR

### Une solution hybride

« Nous pouvons ainsi proposer à nos clients la gestion d'appels en humains à 100%, en intelligence artificielle à 100% ou en hybride. Par exemple, nous avons comme client une entreprise qui travaille dans le secteur des bornes électriques pour recharger les véhicules. En journée, ce sont nos équipes qui traitent les appels des clients. Le soir, les week-ends et les jours fériés, Gaïa prend la relève », poursuit Laure Ferrera.

« Nous sommes un petit groupe d'une trentaine de salariés. Il nous était impossible d'assurer un service clientèle 24 heures sur 24, sept jours sur sept. Cette opportunité avec l'intelligence artificielle permet de

Ecrit par le 18 mai 2026

répondre à des demandes de nos clients », complète Fabien Ledoux.

### Une démarche sociétale

Le monde des centres d'appels n'a en général pas bonne presse. Fabien Ledoux en a conscience et a toujours voulu instaurer un climat de confiance dans son entreprise. Les open spaces sont ainsi de grande taille avec de très bonnes isolations phoniques, pour de bonnes conditions de travail du personnel. Les employés disposent de casques à conduction osseuse. Un espace extérieur est à disposition. Régulièrement, l'entreprise propose les services d'une masseuse et d'un hypnothérapeute à ses salariés et met régulièrement à disposition des fruits frais. Cela permet à l'entreprise d'avoir beaucoup moins de turnover que ses concurrents qui sont basés principalement à l'étranger.

### Un concept en progression

Le concept Gaïa est en train d'évoluer avec de multiples adaptations. Elle permet de travailler avec des clients issus de nombreux secteurs d'activité comme l'immobilier, l'assurance, l'industrie, une communauté de communes uniquement le week-end et une entreprise de bornes de recharges pour véhicules électriques. L'avantage de ce concept est de n'avoir aucun appel perdu, augmentant ainsi la satisfaction du client.

« On va lui donner toutes les thématiques d'appels qu'elle est susceptible de recevoir, avec les réponses à apporter, détaille le patron de [Contact Média](#). Un cadrage est également réalisé pour lui apporter des limites si le client pose des questions hors du sujet. Gaïa a de multiples compétences : l'accueil et la gestion des demandes des clients, le transfert d'appel auprès des équipes. Elle utilise au maximum des expressions humaines comme par exemple 'je comprends votre agacement' pour un client qui n'arrive pas à me remettre son câble. En plus des appels entrants, elle a la capacité de faire des appels sortants en réalisant des enquêtes de satisfaction client ou des campagnes de rappels téléphoniques. »

### Rester en France

Les perspectives de l'entreprise sont dans un premier temps de capitaliser sur ce concept Gaïa en le faisant évoluer. « J'ai la ferme intention de rester en France en couplant des appels humains et ce nouveau concept basé sur l'intelligence artificielle. La force de notre entreprise de petite taille par rapport à certains concurrents est la flexibilité », assure Fabien Ledoux.

Olivier Muselet

### Contact média en chiffres :

- 30 salariés
- chiffre d'affaires 2024 : 1,25M€ (chiffre estimé 2025 : 1,4M€)
- Portes ouvertes pour les professionnels le mercredi 3 septembre à 18h30, avec une démonstration de Gaïa

Ecrit par le 18 mai 2026

## Le retour d'Intervilles interpelle...



**Monument de la télévision française, l'émission jeu Intervilles, créée en 1962 par Guy Lux et Claude Savarit, a fait son grand retour sur France Télévisions, le 3 juillet dernier. Avec 3,4 millions de téléspectateurs l'émission s'est classée en tête des audiences TV. A l'heure du numérique et de la profusion des propositions, qu'est-ce qui explique le succès de ce programme venu d'une autre époque ?**

Le retour de cette émission culte, après 16 ans d'absence, a de quoi nous interpeller. Soit, la télévision (en tous cas telle qu'on la connaît aujourd'hui) manque cruellement d'inspiration, soit la nostalgie d'une partie des téléspectateurs aura été la plus forte. Un petit retour en arrière s'impose. Dans les années 2000, avec l'arrivée du numérique, le nombre de chaînes a littéralement explosé. Mais, il faut bien reconnaître que cette multiplication ne s'est pas accompagnée de l'élargissement de l'offre de programmes espéré. Au contraire, la concurrence commerciale limite les prises de risques et bride la créativité. La profusion du nombre de chaînes conduit alors à une certaine uniformisation de l'offre (sauf

Écrit par le 18 mai 2026

quelques exceptions). On a vu le même film au milieu des années 80 avec la « libération » des ondes radio.

### **Comme si la télévision des pionniers avait tout inventé et qu'il suffisait de s'en inspirer**

Dans ce contexte, le retour d'émissions à succès de la télévision de papa pourrait être compris comme un retour aux fondamentaux. Comme si la télévision des pionniers avait tout inventé et qu'il suffisait de s'en inspirer. Moins contraint que les chaînes commerciales, le service public peut sans doute plus aisément que les autres ouvrir le placard à archives, et remettre au goût du jour des émissions à succès. Émissions que le service public avait en son temps imaginé est-il nécessaire de préciser.

Une autre théorie consisterait à dire que les publics de la télévision traditionnelle étant de plus en plus âgés, il est normal qu'ils soient nostalgiques. Ces boomers cherchent naturellement à rester dans leurs repères d'antan et en particulier dans une époque aussi incertaine qu'anxiogène. Mais dans les tous cas la télévision du présent s'accorde encore avec le passé, même recomposé.... C'est même peut-être son futur ?

---

## **L'entreprise avignonnaise Prizius innove avec un shot de miel 100% biodégradable**

Ecrit par le 18 mai 2026



**Honeyshot, c'est la marque lancée en avril 2025 par l'entreprise [Prizius](#), située dans les locaux de la pépinière d'entreprises [Créativa](#) à Avignon. Créée par la jeune entrepreneuse [Gaëlle Maheo](#), la société fabricante de miel propose désormais des petites dosettes de cette substance produite par les abeilles à destination des personnes actives ou sportives.**

Boost du système immunitaire, régulation de la glycémie, propriétés cicatrisantes, ou encore favorisation de la digestion. Le miel a de nombreux bienfaits sur le corps. Née en 2023, l'entreprise Prizius, installée à Avignon, produit des pots de miel mis à la vente sur sa boutique en ligne, les marchés, mais aussi dans les épiceries. Lavande, châtaigne, acacia ou fleurs, il y en a pour tous les goûts. La société propose même des miels arrangés avec par exemple du miel d'acacia avec un gousse de vanille à l'intérieur, ou avec des fleurs d'hibiscus.

« Je fais ce que j'appelle des 'elixirs de miel' parce que je préserve le miel au maximum pour qu'il soit aussi cru que quand on le prend à la sortie de la ruche, explique Gaëlle Maheo, fondatrice de Prizius. J'utilise l'extraction à froid pour éviter au maximum l'acier qui faire perdre au miel son côté vivant qui est bon pour la santé. » Aujourd'hui, Prizius se diversifie et innove à travers sa marque HoneyShot qui propose du miel encapsulé dans une petite dosette 100% biodégradable.

Ecrit par le 18 mai 2026



Les miels et capsules HoneyShot. ©Prizius

## Un shot pour les sportifs, mais pas que...

Lancé lors du marathon de Paris en avril dernier, HoneyShot cible principalement les sportifs qui souhaitent recevoir un boost d'énergie. « Le miel a énormément de bienfaits, notamment pour la digestion qui est l'un des problèmes principaux pour les sportifs », ajoute Gaëlle. Ainsi, ce shot de miel promet aux coureurs et autres sportifs de ne pas leur donner mal au ventre pendant l'effort, notamment grâce au fait qu'il soit 100% naturel.

Si les sportifs sont la première cible, HoneyShot n'exclut pas pour autant les personnes moins actives. « Ça convient aussi à quelqu'un qui va au travail, qui glisse son shot dans son sac et qui peut le prendre dès qu'il ressent une baisse d'énergie ou de concentration », affirme la fondatrice de la marque. À terme, Gaëlle voit plus loin et souhaite même cibler les personnes diabétiques, qui sont de plus en plus en demande, le miel étant plus stable que le sucre et mieux assimilé par le corps.

Ecrit par le 18 mai 2026



Ecrit par le 18 mai 2026



©Prizius

## Une capsule saine pour l'environnement

Électrolytes, gels et autres compléments alimentaires noient le marché du sport. En plus d'apporter un produit 100% naturel sur ce marché, HoneyShot propose un produit 100% biodégradable. « J'ai mis presque deux ans et demi à trouver un substitut au plastique, j'ai fait beaucoup d'essais pour trouver la formule idéale », explique Gaëlle. Il fallait donc que la capsule soit entièrement biodégradable, tout en conservant les propriétés du miel à l'intérieur.

« Ça permet d'avoir une alternative sereine pour l'environnement, la plus nomade possible. »

*Gaëlle Maheo*

Ainsi, la fondatrice s'est entourée d'ingénieurs en Europe qui ont pu développer une capsule faite à base

Ecrit par le 18 mai 2026

d'algues. Si Gaëlle ne recommande tout de même pas de jeter la capsule dans la nature, celle-ci met 5 semaines maximum pour se dégrader entièrement et n'aura pas d'impact sur l'environnement. Pas de panique donc si la capsule tombe de la poche ou du sac.

Gaëlle Maheo souhaite d'ailleurs plus tard développer l'intégration d'une graine dans l'encapsulage afin de jeter la capsule dans la nature pour engendrer la pousse d'une plante mellifère (*ndlr : plante qui produit de bonnes quantités de nectar et de pollen de bonne qualité*). L'objectif sera donc double : redonner de l'énergie aux sportifs tout en repolinisant la nature.

### **Du marketing et management à l'apiculture**

Si aucun de ses proches n'est dans le milieu de l'apiculture, Gaëlle a développé une passion pour la nature, et plus particulièrement pour l'abeille, il y a plusieurs années. Ainsi, après des études dans le marketing, la communication, le management, elle a décidé finalement de prendre la voie du cœur et de se former à la biologie de la baie et à l'apithérapie, qui étudie les propriétés du miel, de la propolis, de la cire, du venin d'abeilles, de la gelée royale, du pain d'abeilles et du pollen.

« C'était au départ pour observer la nature et avoir mes propres produits que j'ai eu mes premières ruches. Mais ce n'était qu'un hobby. »

*Gaëlle Maheo*

Aujourd'hui, elle compte 25 ruches de production à Entraigues-sur-la-Sorgue et à Oppède. « J'en avais le double l'année dernière, déplore-t-elle. Malheureusement, j'en ai perdu à cause des frelons, mais aussi des maladies comme la fausse teigne. » Parmi les ruches de la fondatrice de Prizius, certaines peuvent même être parrainées par les entreprises qui, en contrepartie, obtiennent la production de miel avec des pots sur lequel leur logo peut figurer. Les entreprises locales sollicitent aussi Prizius pour offrir des pots de miel à leurs partenaires et salariés à la fin de l'année.

Ecrit par le 18 mai 2026



Ecrit par le 18 mai 2026



Ecrit par le 18 mai 2026

Gaëlle Maheo et ses abeilles

Ecrit par le 18 mai 2026



Ecrit par le 18 mai 2026

Les ruches parrainées

©Prizius

### Quels projets pour la suite ?

Si le produit HoneyShot est encore jeune, sa créatrice a de beaux projets pour la suite. En plus de cibler davantage les diabétiques et de développer une capsule avec une graine, Gaëlle Maheo souhaite, comme pour ses pots de miel, décliner les saveurs pour le shot, mais aussi travailler sur d'autres produits de la ruche comme la propolis et le miel, tout en restant dans l'alimentaire. « Pour l'instant, les cosmétiques ne sont pas en projet », affirme-t-elle.

Pour développer sa marque, la fondatrice de Prizius qui pour l'instant se fait sa place en local, vise les marketplaces telles que Décathlon, qui pourront non seulement faire connaître Honeyshot plus globalement en France, mais aussi à l'international, d'où le nom choisi en anglais, pour que ce soit parlant ici et ailleurs. Un projet innovant et ambitieux né au cœur du Vaucluse.

---

## Le centre dentaire Aésio du Pontet s'équipe de nouvelles caméras miniatures

Ecrit par le 18 mai 2026



[Les centres dentaires mutualiste du Pontet](#) d'Aésio santé dispose désormais de caméras numériques intra-orales miniaturisées. Grâce à cette technologie, les praticiens peuvent capturer des images haute-définition de la cavité bucale, facilitant le diagnostic, la planification des traitements et le suivi. Ces visuels permettent également aux patients de voir en temps réel leur état bucco-dentaire, améliorant ainsi leur compréhension des soins proposés.

« Une qualité d'image exceptionnelle. »

« Après ces premiers jours d'utilisation, je peux déjà dire que c'est un véritable gain de temps au fauteuil et un confort certain pour les patients, témoignent les premiers retours des dentistes. La précision est impressionnante, et cela facilite énormément la prise d'empreinte et la planification des cas. »

« Une qualité d'image exceptionnelle, un logiciel intuitif, une manipulation aisée,... », constate un autre professionnel.

Écrit par le 18 mai 2026

« Ces témoignages confirment que cette technologie s'impose comme un outil de précision. Ces équipements s'inscrivent dans une démarche plus globale d'amélioration continue de la qualité des soins et de modernisation des pratiques, insiste [Aésio santé](#) qui vient aussi d'équiper son cabinet de Torremila à Perpignan. Les centres dentaires mutualistes réaffirment ainsi leur volonté de proposer des soins de qualité à la fois humains et technologiquement avancés, accessibles à tous. »

### **5 100 professionnels de santé et 200 établissements**

Aésio santé est un acteur mutualiste majeur de santé en France. Il propose, à travers près de 200 établissements de santé, une offre de soins et de services, dans les domaines sanitaire (chirurgie, médecine, oncologie, soins de suite et de réadaptation, hospitalisation à domicile, radiologie, centre de santé, dentaire), médico-sociale (accueils pour personnes âgées, en situation de handicap, petite enfance, services à la personne), biens et services (pharmacies, centres d'optique, d'audioprothèse, orthopédie générale et matériel médical) ainsi qu'en matière d'innovation, de recherche et de développement. Au total, 5 100 professionnels de santé accompagnent quotidiennement les patients d'Aésio Santé.

---

## **Avec Graines de Boss, la CCI 84 distingue deux jeunes entrepreneurs innovants**

Ecrit par le 18 mai 2026



« Faire émerger localement et valoriser des initiatives créatives, des pépites pour relever les défis sociaux et environnementaux », c'est le but du concours [Graines de Boss](#), a précisé [Tomas Redondo](#), directeur général de la [Chambre de Commerce et d'Industrie \(CCI\)](#) de Vaucluse en prélude à la finale.

Après l'appel à projets, il y a eu 14 candidats au départ. Au fil des sélections, il n'en restait plus que six et ils ont présenté leur proposition à un jury composé d'une dizaine de jurés, dont [Anne Benedetti](#) à la tête d'une entreprise de BTP, [Brigitte Borel](#), directrice du [Réseau Entreprendre Rhône-Durance](#), [Arnaud Fichot](#) de la [French Tech Grande Provence](#), [Pierre-Hubert Martin](#), délégué au développement de [La Poste](#) en Vaucluse, Xavier Mathieu, chef étoilé et membre de la CCI, Michel Raoult ancien directeur de la [Banque de France](#) 84 et conseiller technique de la CCI.

## Les six projets

1re entreprise, [Clear Drink](#) de Pertuis, qui a créé un test de détection de cannabis, cocaïne, GHB et médicaments dans les boissons qu'on peut vous servir dans des boîtes de nuit pour vous éviter d'être drogué. Depuis un an dans la région, 300 pharmacies ont vendu 600 000 de ces tests à 10€ les 3 unités.

Ecrit par le 18 mai 2026

C'est au tour ensuite de la société [Gambade](#) d'Avignon qui fabrique des vélos transformables jusqu'à devenir cargos pour faciliter la mobilité en ville et se faufiler dans les embouteillages. Autour de 5 000€ le vélo, sept ont été commercialisés depuis le début de l'année.

Place ensuite à [Lium](#), PME de Morières-lès-Avignon qui propose un ballon dirigeable à hélium qui peut surveiller les installations sensibles comme des centrales nucléaires, des dépôts de gaz, de méthane, des ponts. Créé en 2021, cette société affiche déjà un chiffre d'affaires de 100 000€.

Suit [Opty-O](#), un concept de colonne de douche connectée et économe en eau. « Chaque année, quand on tourne le robinet d'eau chaude, le temps qu'elle arrive dans la salle de bain, on pourrait remplir une piscine entière. » Déjà des spécialistes du bricolage et de la plomberie les vendent (550€ l'unité).

5e candidat : [Piver First Innovation](#) à l'Isle-sur-La Sorgue qui propose une solution pour lutter contre la fraude sur internet.

Et enfin, c'est [Virgomove](#), basée à Monteux, une marque de casques intégraux pour vélos et trottinettes électriques qui roulent vite et n'ont aucune protection en cas de chute.

## Les deux lauréats

Après s'être retiré quelques minutes, le jury a voté : le Prix du Public a été décerné à [Jean-Baptiste Petricoul](#), le jeune inventeur du casque Virgomove, qui a déjà reçu plusieurs prix d'innovation, notamment par le Réseau Entreprendre. Quant au Grand Prix du Jury, il a été remporté par [Simon Lillamand](#) pour la colonne de douche anti-gaspi.

Les deux lauréats seront accompagnés par la CCI 84 et bénéficieront d'une campagne de promotion pour les faire connaître. Et ils représenteront les couleurs du Vaucluse lors de la finale nationale le 24 juin au siège du MEDEF à Paris. Une occasion pour eux, en cas de victoire, de lever des fonds, de rayonner, de se développer, de créer des emplois donc des richesses sur le territoire vauclusien.

Ecrit par le 18 mai 2026



Jean-Baptiste Petricoul, fondateur de Virgomove

Ecrit par le 18 mai 2026



Simon Lillamand, fondateur d'Opty-O (à droite), aux côtés de Xavier Mathieu

©Andrée Brunetti / L'Echo du Mardi

## La French Tech Grande Provence et le Crédit

Ecrit par le 18 mai 2026

# Agricole Alpes Provence s'allient pour l'innovation et l'entrepreneuriat



La **[French Tech Grande Provence](#)** vient d'annoncer son nouveau partenariat avec CAAP INNOV'ECO, le fonds de dotation du **[Crédit Agricole Alpes Provence](#)**, qui devrait permettre d'accompagner davantage l'innovation sur le territoire.

Lancé en 2015, le fonds de dotation CAAP INNOV'ECO a accompagné plus de 200 projets entrepreneuriaux cette dernière décennie, avec 2,5M€ de prêts d'honneur accordés. Il soutient financièrement plus de 80 structures associatives de l'écosystème innovation et création d'entreprise pour un montant global de 3M€ et il a permis l'organisation de six appels à projets depuis 2021 avec une dotation totale de 386K€ au profit des projets du territoire.

À travers le partenariat avec ce fonds, la French Tech Grande Provence souhaite engager une nouvelle

Ecrit par le 18 mai 2026

dynamique d'accompagnement de l'innovation sur le territoire en dénichant des talents, en aidant les entrepreneurs à passer de l'idée au projet et à structurer leur entreprise, en valorisant et ou encore en mettant en lumière les entreprises innovantes. Tels sont les objectifs que partagent la French Tech Grande Provence et le Crédit Agricole Alpes Provence.

Ainsi, le Crédit Agricole Alpes Provence fera partie du Comité de sélection de la prochaine incubation 2025 qui permettra aux futurs entrepreneurs d'être accompagnés professionnellement dans leur recherche de financements.

---

## **Nouvelle saison pour Entrep'84 : une main tendue aux jeunes pour créer leur société avec les conseils de coachs expérimentés**

Ecrit par le 18 mai 2026



**C'est parti pour la Promo 2025 des [Entrep' Vaucluse](#) avec 83 défis coordonnés par [Véronique Coppin](#) et présidés par [Stéfan Ré](#).**

L'ADN d'Entrep'84, c'est « Agir pour une jeunesse entreprenante », de 30 ans et moins, qui va profiter des conseils et de l'expertise de professionnels pour s'entraîner à reprendre ou lancer sa PME ou sa start-up. « Nos valeurs sont le partage, l'innovation, la gratuité, la diversité, l'humilité et l'empathie », précise Véronique Coppin. Une aventure humaine à base de volontariat des deux côtés, des jeunes et des experts, donc d'un engagement réciproque. Parmi ces entrepreneurs, on trouve [Brigitte Borel](#), Directrice du [Réseau Entreprendre Rhône-Durance](#), [Lionel Dosne](#), patron de la [Chocolaterie Castelain](#) à Châteauneuf-du-Pape, [Brice de Forsanz](#), ancien Directeur Général de [McCormick France](#) (Ducros et Vahiné) en Vaucluse.

La soirée de lancement s'est déroulée au Conseil Départemental de Vaucluse, en présence notamment de [Christophe Roux](#) de [Bbifrance](#) et les 18 équipes en lice ont présenté leur projet. Notamment, une plateforme de jeux de simulation pour les démocratiser 'SGL Export', 'Diagnostic Immo' pour cibler les pertes énergétiques des habitations et trouver des solutions en amont pour un logement écologique et un amortissement financier. Mais aussi 'Mottaz Agency', une agence dans le mannequinat qui valorise des personnes issues ou non de ce milieu, 'Valora', des cosmétiques nature à base d'épluchures de fruits et légumes pour éviter le gaspillage et valoriser le travail des paysans. Autre proposition, « Moût de

Écrit par le 18 mai 2026

raisin », un produit alcoolisé, ou encore 'Toilettes japonaises', un concept emprunté aux Nippons qui proposent des jets nettoyants, un siège chauffant et un déodorant anatomique qui économisent papier et eau.

Autre projet, 'Le Taxi Mahaorais', un système destiné à Mayotte, qui permettrait des transferts directs depuis l'aéroport vers les hôtels de l'île, sensibilise à la biodiversité et à sa conservation. Également 'Bali Pack', un sac à dos modulable pour médecins urgentistes, pompiers, militaires, secouristes, 'Brain Factory' un cabinet de conseil éthique en finances et écologie numérique, ou encore une 'Cave à vins intelligente' en libre-service avec trois tailles de verres, qui se recharge et offre planches de charcuterie ou de fromage, 'Stanislaw', une vodka aromatisée kiwi-banane, par exemple et enfin, une 'Aide au handicap', application qui met en relation bénévoles et handicapés via des appels vidéo et audio qui permet une assistance en temps réel pour des tâches quotidiennes.

## FÉLICITATIONS aux 83 jeunes des 18 ÉQUIPES !



Les équipes de la Pomotion 2025 des Entrep'Vaucluse.

Et pour parrainer cette Promotion 2025, les organisateurs ont eu la bonne idée de faire appel à un jeune chef d'entreprise innovant et dynamique : [Jantien Rault](#), le fondateur de [POWERiti](#) à Agroparc. Le 1<sup>er</sup> site de France à proposer une offre globale de solutions et de sécurisation de vos données sensibles sur internet. Notamment 'My Serenity' qui rend vos fichiers inviolables, impénétrables par des intrus, un vrai barrage contre la cybercriminalité. Or, il faut savoir que 54% des PME sont victimes de hackers, ce qui souvent les oblige à mettre la clé sous la porte.

Ecrit par le 18 mai 2026

Contact : [avignon@lesentrep.fr](mailto:avignon@lesentrep.fr)

## La Chambre de Métiers Paca veut booster l'innovation dans l'artisanat



**La Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur (CMA PACA) et Share-Wood, atelier collaboratif dédié au bois, viennent de signer une convention de partenariat visant à renforcer l'innovation dans l'artisanat régional. Cet accord s'inscrit dans la démarche initiée il y a plusieurs années dans le cadre du programme 'Artisans et Fablab',**

Ecrit par le 18 mai 2026

## **soutenu par la Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur.**

Cette convention traduit la volonté commune des deux structures de développer l'innovation au sein des entreprises artisanales, de renforcer la visibilité des services d'accompagnement proposés aux artisans de la région, de faciliter l'accès des artisans de Paca aux équipements de pointe, à un encadrement personnalisé et à l'expertise de Share-Wood ainsi que de favoriser l'innovation durable dans la filière bois de la région.

En effet, Share-Wood, espace de 2 200 m<sup>2</sup> situé à Marseille, s'est imposé comme un lieu ressource incontournable pour la filière bois. Cet atelier partagé combine production, formation et développement d'activités, en privilégiant le partage des savoir-faire et le co-apprentissage. Il accueille un écosystème varié composé de professionnels, particuliers, stagiaires en formation et personnes en insertion.

### **Préparer l'artisanat de demain**

Cet accord s'inscrit dans la démarche initiée il y a plusieurs années dans le cadre du programme 'Artisans et Fablab', soutenu par la Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur.

« Ce programme incarne la volonté de la CMA Paca et de la Région Sud de dynamiser l'innovation dans tous les secteurs de l'artisanat, même les plus traditionnels, explique la Chambre de Métiers et de l'Artisanat. Cette initiative permet aux artisans de découvrir les potentialités des nouvelles technologies dans un environnement adapté, développer leur créativité et concrétiser leurs idées innovantes, accéder à des équipements de pointe et à une expertise pointue ainsi que de bénéficier d'un accompagnement personnalisé par des experts. »

« L'innovation se décline sous de multiples formes : design de marque et d'objet, intégration de nouvelles technologies, optimisation des méthodes de production, ou encore développement de nouveaux modèles économiques, poursuit la CMA Paca. Ce programme répond aux enjeux cruciaux des entreprises artisanales : rester compétitives, conquérir de nouveaux marchés et se différencier dans un environnement en constante évolution. »

L.G.

---

# **Cavaillon : Koppert France célèbre ses 40 ans**

Ecrit par le 18 mai 2026



**Née aux Pays-Bas en 1967, [Koppert](#) a créé sa filiale française il y a 40 ans. Koppert France, dont le siège se situe à Cavaillon, a commencé la lutte biologique intégrée en 1984, notamment dans les cultures de tomates et de fraises. Depuis, l'entreprise a varié sa gamme et a développé un véritable rôle dans l'innovation. Aujourd'hui, Koppert renforce son équipe de direction pour maintenir son rôle de leader dans l'industrie.**

À ses débuts en 1984, Koppert France se concentrait sur la vente de trois produits destinés aux cultures des tomates et des concombres, comptait 4 employés et fournissait 200 producteurs. Aujourd'hui, la gamme s'est élargie et comprend 55 macro-organismes, sept micro-organismes, ainsi que divers pièges, phéromones et cinq substances naturelles, tout comme l'équipe qui compte 46 employés. « Chez Koppert, on préconise plus de 250 solutions de biocontrôle innovantes à plus de 6 500 clients, un réseau professionnel de plus en plus étendu en cultures sous-abris, de plein-champ, jardins et espaces verts », déclare [Gisèle Broquier](#), directrice générale.

Ainsi, Koppert s'affiche comme leader mondial de la protection biologique des cultures, et de plus en plus de professionnels se tournent vers des solutions biologiques. Désormais, 13% des agriculteurs français utilisent des solutions de biocontrôle, avec une adoption de 90% dans les serres de tomates, concombres et aubergines.

### **40 ans de développement du biocontrôle**

Depuis la naissance de Koppert France, l'entreprise contribue au développement du biocontrôle à travers

Ecrit par le 18 mai 2026

l'éducation et les formations. L'entreprise est un centre de formation officiel sur le biocontrôle, qui accompagnent de nombreuses institutions techniques, universitaires et professionnelles.

Koppert s'engage auprès d'associations qui œuvrent pour la promotion du biocontrôle telles que IBMA global, France Biocontrôle ou ABBA (Association biocontrôle et biostimulation pour l'agroécologie), mais aussi auprès d'organismes techniques et institutionnels tels que Légumes de France, le CTIFL, l'Aprel, le GRCETA, Vegepolys, Astredhor, l'Inrae, etc. L'entreprise organise aussi des sessions techniques auprès de professionnels et du grand public.

### **Une stratégie qui repose sur trois axes**

Depuis sa naissance, Koppert articule sa stratégie autour de trois axes : l'innovation, la technologie et l'accompagnement technique. « Ces 3 piliers nous permettent d'innover sans cesse sur les problématiques de demain en horticulture et de rester un des leaders sur le marché », explique [Audrey Vignaud](#), directrice du marché sous-abris.

L'objectif de l'entreprise est d'innover constamment afin de proposer une gamme complète qui répond aux attentes des agriculteurs pour les aider dans leur transition environnementale. « Nous adaptons nos produits et développons de nouvelles solutions pour les cultures extérieures : légumes, vergers, vignes, grandes cultures, ajoute [Damien Facci](#), directeur des cultures extérieures chez Koppert France. Les défis sont grands car il faut faire face aux aléas du climat et s'adapter sans cesse aux différentes pratiques des agriculteurs.

### **Leader mondial de la protection biologique des cultures**

Aujourd'hui, Koppert présente plus de 250 produits, dont la pollinisation avec des bourdons qui représente 14% des ventes, les macroorganismes qui représentent 44%, les microorganismes qui représentent 26%, et les produits et techniques associés qui représentent les 15% restants.

Ainsi, l'entreprise s'impose comme leader mondial sur le marché, et a remporté de nombreux prix pour ses produits qui partagent un seul et même objectif depuis 40 ans : avancer vers une agriculture 100% durable !

### **40 années célébrées avec les collaborateurs et clients**

Pour célébrer les 40 ans de Koppert France, l'entreprise a organisé une série de trois événements régionaux, dont un à Orgon au début du mois d'octobre, avec ses collaborateurs, clients, partenaires techniques et commerciaux. Durant cet événement, [Henri Oosthoek](#), fondateur de Koppert France et Board advisor, et [Michel Allene](#), ancien directeur de Koppert France, qui ont partagé leurs expériences Koppert des années 80 et 90.

Les invités ont pu profiter d'une rétrospective sur les 40 dernières années de succès et de croissance, des vidéos inspirantes, des innovations présentées en avant-première, des photos et un cocktail dînatoire.

Ecrit par le 18 mai 2026

## Une nouvelle équipe de Top Management

En plus de fêter les 40 ans de sa filiale française, Koppert a annoncé le renforcement de son équipe de direction et l'introduction d'une nouvelle équipe de direction mondiale. L'objectif du groupe est d'atteindre une croissance mondiale accrue et de maintenir son rôle de leader dans l'industrie.

Ainsi, le conseil exécutif se compose désormais de [René Koppert](#), PDG, [Martin Koppert](#), directeur commercial, et [Erik-Jan Verdegaal](#), directeur financier. Ils sont accompagnés d'une équipe mondiale de direction qui est chargée de stimuler la croissance, d'optimiser les processus et d'améliorer l'orientation client dans différentes régions du monde. [René Ruiter](#) est le directeur Amérique du Nord et Asie-Pacifique et Europe, Moyen-Orient et Afrique, Gustavo Hermann et [Danilo Scacalossi Pedrazzoli](#) sont les directeurs Amérique du Sud, Peter Maes est le directeur Transformation, [Adriana Boock](#) la directrice Marketing, [Sjoerd van der Ent](#) le directeur Innovation et [Peter Couwels](#) le directeur des opérations.

« Avec ces changements, nous sommes bien placés non seulement pour renforcer notre position actuelle sur le marché, mais aussi pour assurer une croissance future en étroite collaboration avec nos clients », conclut René Koppert, PDG.



Erik-Jan Verdegaal, René Koppert, et Martin Koppert.