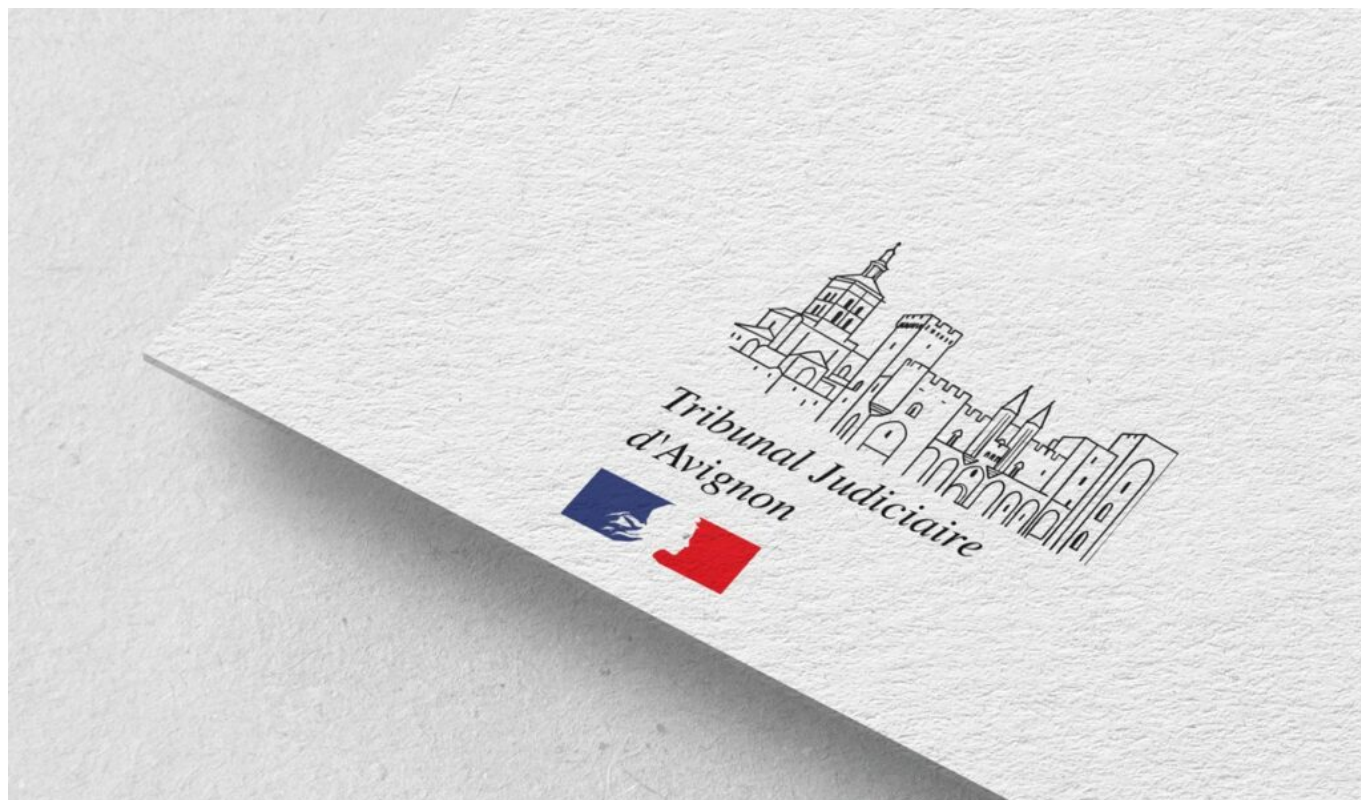


Ecrit par le 24 mai 2026

# Un nouveau logo pour le tribunal judiciaire d'Avignon



**[Le tribunal judiciaire d'Avignon](#) vient de se doter d'un nouveau logo. Ce dernier a été imaginé dans la cadre d'un concours ouvert à l'ensemble du personnel de la juridiction vaclusienne.**

Ce concours « a permis aux talents de se révéler et un vote numérique a décidé de la gagnante: madame Maëva Suzannon », explique [Jean-Philippe Lejeune](#), président du tribunal judiciaire d'Avignon [depuis 2023](#).

« Il s'agit d'un travail collaboratif de plusieurs semaines qui permet de doter notre tribunal d'une identité collective renforcée grâce à un ancrage avignonnais assumé autour de l'emblématique palais des papes », poursuit Jean-Philippe Lejeune.

« Cela nous permettra une meilleure communication », insiste-t-il en soulignant également le soutien actif à

cette initiative de [Fabienne Estibal-Muller](#), ancienne directrice principale des services de greffe au tribunal judiciaire d'Avignon et [Edmée Larregneste](#), directrice des services de greffe judiciaires.

Ecrit par le 24 mai 2026



Crédit : Tribunal judiciaire d'Avignon/DR

Le logo conçu par l'adjointe administrative-Greffière a ensuite été retravaillé par [Élodie Pomares](#) de l'agence Merci à Rognonas.

« Concernant sa création, le Tribunal avait particulièrement à cœur d'intégrer une représentation du Palais des Papes, symbole fort d'Avignon et de son identité, complète Élodie Pomares. Il était également essentiel que la typographie reste sobre et institutionnelle, en cohérence avec les codes graphiques des identités visuelles étatiques. Ayant moi-même un parcours en faculté de droit, ce projet avait une résonance particulière pour moi. J'étais donc sincèrement heureuse de pouvoir contribuer à l'image d'une institution essentielle, au service du justiciable et de l'intérêt général. »

Ecrit par le 24 mai 2026



## *Tribunal Judiciaire d'Avignon*



Crédit : Tribunal judiciaire d'Avignon/DR

Le tribunal judiciaire d'Avignon est issu de la fusion des tribunaux de grande instance et des tribunaux d'instance. Le tribunal judiciaire est la juridiction de droit commun en matière civile, commerciale et pénale, c'est-à-dire la juridiction compétente pour tous les litiges qui n'ont pas été spécifiquement attribués par la loi à une autre juridiction.

---

## **Le Département de Vaucluse soigne son image à moindre frais**

Ecrit par le 24 mai 2026



**Le Conseil départemental de Vaucluse se dote d'une nouvelle identité visuelle. Pour cela, les services du Département ont réalisé un maximum de choses en interne afin de minimiser les coûts de changement de l'ancien logo qui datait de 2001.**

Cela faisait quasiment près d'un quart de siècle que le Département de Vaucluse affichait la même identité graphique. Autant dire une éternité, tout particulièrement pour une collectivité. L'ancien logo, avec un 'V' jaune et bleu datait de 2001. L'institution vaclusienne s'appelait alors encore 'Conseil Général'. Elle était présidée par le socialiste Claude Haut qui venait de succéder au RPR Jacques Bérard. A cette époque, on venait d'inaugurer la gare TGV d'Avignon en présence de Jacques Chirac et la LEO était à peu près aussi peu avancée qu'aujourd'hui. Le futur 'tricheur' Lance Amstrong remportait sa 3<sup>e</sup> victoire au Tour de France, les Etats-Unis étaient foudroyées par les attaques du 11 septembre et c'était l'année de sortie du premier film de la série Harry Potter...

« Le Vaucluse change. »

*Dominique Santoni, présidente du Conseil départemental de Vaucluse*

Ecrit par le 24 mai 2026

« La précédente identité visuelle, et le logo qui en découlent, ont naturellement vieilli et ne reflètent plus le dynamisme d'une collectivité qui se modernise et d'un territoire qui se transforme », explique le service communication du Conseil départemental de Vaucluse. Moins indulgente, Dominique Santoni, sa présidente, compare, au mieux, l'ancien logo à une fontaine, au pire, à une 'mouette'.

« Pourquoi une nouvelle identité, explique-t-elle. Parce que je crois que le Vaucluse change. Qu'il se modernise et qu'il avance. C'est un 'V' de Vaucluse qui dit autre chose que l'envol. Il évoque la vitalité mais aussi notre vision, nos valeurs... Cette nouvelle identité visuelle illustre véritablement ce que l'on est aujourd'hui. Elle nous rend plus lisibles et plus impactant. »



**VAUCLUSE**  
*LE DÉPARTEMENT*



En haut, le nouveau logo. En bas, l'ancien logo datant de 2001.

### Un investissement pour l'attractivité du territoire

« Au fil du temps, l'ancienne identité visuelle avait fait l'objet de très nombreuses déclinaisons ou interprétations qui n'assuraient plus la cohérence indispensable en matière de communication, complètent les services du Département. La nouvelle identité visuelle va également permettre d'harmoniser l'ensemble des supports. Elle assurera une lisibilité maximale de l'action du Département et donnera une nouvelle image du Vaucluse. »

Ecrit par le 24 mai 2026

« C'est un projet qui a été impulsé par les services du Département », confirme Dominique Santoni pour qui cette initiative constitue également « un investissement pour l'attractivité du Vaucluse ».

### Maîtriser les coûts de l'opération

Cependant, à l'heure où les collectivités locales surveillent au plus près leur niveau de dépense, le Département de Vaucluse s'est engagé dans ce renouvellement avec la ferme volonté d'en maîtriser les coûts. Ainsi, un maximum de choses a été réalisé en interne.

Par exemple, l'habillage des véhicules est réalisé par les agents du Conseil départemental. Le Département s'acquittera donc seulement de la fabrication des adhésifs, ce qui divise le coût de l'opération par 5. Dans le même temps, les 'goodies' (objets promotionnels) ont été écoulés afin d'éviter tout gaspillages liés à la mise en place de la nouvelle charte graphique.

« L'un des impératifs étant de minimiser le coût, la mise en place de la nouvelle identité visuelle sera appliquée selon plusieurs principes simples : ne pas gaspiller, dématérialiser et réaliser en interne tout ce qui peut l'être », insiste la communication du Département.

C : 88 M : 32 J : 67 N : 24  R : 4 V : 107 B : 88  #046b58  Pantone : 561C	C : 4 M : 76 J : 86 N : 0  R : 228 V : 89 B : 45  #e4592d  Pantone : 7579C	C : 57 M : 0 J : 15 N : 0  R : 111 V : 199 B : 218  #6fc7da	C : 60 M : 55 J : 0 N : 0  R : 123 V : 119 B : 182  #7b77b6	C : 80 M : 10 J : 45 N : 0  R : 0 V : 161 B : 154  #00a19a	C : 0 M : 35 J : 85 N : 0  R : 249 V : 178 B : 51  #f9b233	C : 25 M : 25 J : 40 N : 0  R : 203 V : 187 B : 160  #cbbba0
---	---	--	--	---	---	---

La nouvelle identité visuelle du Département s'appuie sur une palette de 2 couleurs principales complétée par 5 couleurs complémentaires.

### Changement d'identité visuelle : mode d'emplois

Basée sur un vert évoquant les massifs forestiers du département et un ocre rappelant les Ogres de Vaucluse, la nouvelle identité sera déclinée sur tous les supports de communication de la collectivité. Véhicules, papiers en-tête, façade des sites du département, site internet et outils numériques ou bien

Écrit par le 24 mai 2026

encore le magazine du Département qui sort ces jours-ci à l'occasion de l'été 2025. Pour changer la signalétique de ses quelque 130 bâtiments (collèges, EDES, agences et centres routiers, services...) le Département fait le choix de conserver au maximum les supports existants (panneaux dibond, totems), sur lesquels seront appliqués de nouveaux films adhésifs haute résistance. Les seuls supports à remplacer sont ceux qui sont aujourd'hui endommagés.



Le site internet.

Ecrit par le 24 mai 2026

22:58



< departementdevaucluse ...



1223 publications   6845 followers   436 suivi(e)s

Département de Vaucluse

Services publics & administration

Compte officiel du Département de #vaocluse

The best of 84 : events, paysages et balades ❤️

Partage tes photos & bons plans @departementvaocluse

[www.vaucluse.fr](http://www.vaucluse.fr) et 3 autres liens

Suivi(e) par [premiereedition.avignon](#)

Suivre   Écrire   Contacter   +

- EVENT
- TERROIR
- CHEVAL PAS..
- SIA



Ecrit par le 24 mai 2026



Le nouveau magazine.

Par ailleurs, le Vaucluse compte 68 panneaux routiers marquant l'entrée ou la sortie de son territoire et respectant une norme nationale. Au lieu de tous les remplacer, le Département a choisi de procéder à la pose, sur la zone personnalisable, d'un adhésif réfléchissant.

Même volonté d'économie concernant les vêtements de travail des agents : aucune commande exceptionnelle n'a été passée, le nouveau logo s'appliquant uniquement aux renouvellements programmés.

Enfin, le Conseil départemental de Vaucluse profite de ce changement d'identité visuelle pour approfondir sa politique de dématérialisation. Des trames portant le nouveau logo ont été intégrées aux

Ecrit par le 24 mai 2026

logiciels de gestion des courriers, aujourd'hui numériques à quasiment 100%, ce qui réduit de manière drastique la commande de papier à en-tête.

---

## **Innov'Alliance s'offre une nouvelle jeunesse avec une nouvelle identité visuelle**



**Innov'Alliance**, le pôle de compétitivité implanté à Avignon qui accompagne l'innovation et la transition écologique et technologique de l'agriculture et de quatre filières de transformation du végétal, dévoile sa nouvelle identité visuelle avec un logo davantage audacieux et représentatif de ses missions.

Écrit par le 24 mai 2026

Issu de la fusion en 2019 de deux pôles de compétitivité, Innov'Alliance propose des formations conçues pour accompagner les entreprises dans leur transition écologique. Implanté sur trois sites à Avignon, Grasse et Lyon, Innov'Alliance décide de se renouveler en dévoilant une nouvelle identité visuelle.

Ce pôle de compétitivité, qui compte 450 membres issus de l'agriculture, de l'agroalimentaire, des compléments alimentaires, de la cosmétique, des arômes et des parfums, vient d'adopter un logo plus moderne, dynamique et audacieux qui reflète ses valeurs et sa mission : stimuler l'innovation au service de la Naturalité et des transitions écologique et technologique.



L'ancien et le nouveau logo.

La lettre V et l'apostrophe ont fusionné, représentant le mouvement constant vers l'innovation, l'avenir et les transitions technologiques et digitales. La couleur verte, elle, est symbole de la Naturalité, illustrant l'engagement vers la transition écologique. Et les feuilles montrent la diversité des quatre filières industrielles du pôle : agroalimentaire, compléments alimentaires et ingrédients santé, cosmétique, parfums et arômes.

« Ce changement visuel est plus qu'une évolution esthétique : il est le reflet d'un élan collectif, indique Innov'Alliance. Un mouvement porté par chacun de nos membres - start-ups, TPE/PME, ETI, grands groupes, centres de recherche, et acteurs de la formation - tous réunis par la volonté de développer des solutions innovantes et responsables, et de faire progresser la Naturalité. »

## Bollène montre l'exemple !



Ecrit par le 24 mai 2026

Dans une période où l'on s'accorde à penser que les élus, une fois leur mandat en poche sont peu enclin à laisser la place à la contradiction ou partager leurs pouvoirs, beaucoup d'édiles font la démonstration inverse. Si à Bollène on consulte pour choisir un logo, on met aussi en place, comme dans d'autres villes, des budgets participatifs. Certes ils restent encore modestes, mais une dynamique est enclenchée et il sera difficile de faire machine arrière.

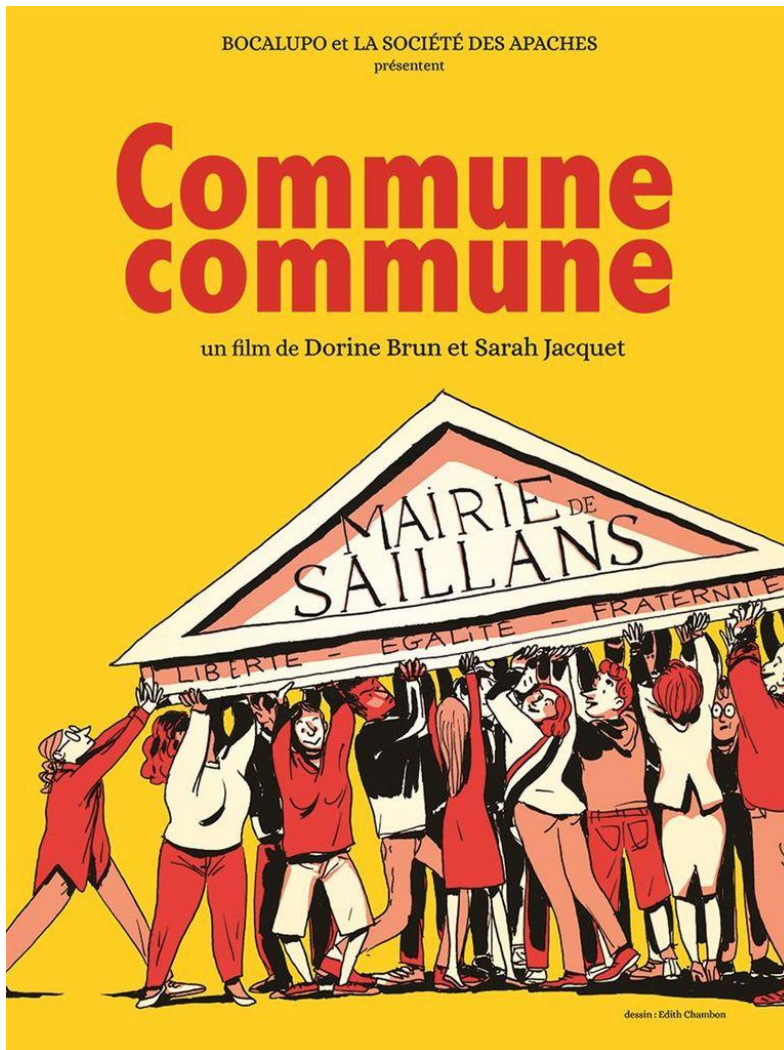
### **L'avantage de la méthode c'est qu'on ne pourra pas incriminer les élus sur le choix effectué !**

[A Cavaillon, où l'on veut réaménager une place, aujourd'hui utilisée comme parking, on invite les habitants à s'exprimer et à se déterminer.](#) Et ici, le choix proposé n'est pas anodin, puisqu'il s'agit de choisir au fond qu'elle place (c'est le cas de le dire) sera accordée à la voiture. Sujet, pour une commune, ô combien sensible. L'avantage de la méthode c'est qu'on ne pourra pas incriminer les élus sur le choix effectué ! Mais, de là à considérer que le peuple pense forcément juste il y a un pas que la raison ne nous autorise pas à franchir. On tombe facilement dans le populisme et ses travers.

### **Durant tout le mandat plus de 50% de la population a directement été associé à au moins une décision**

Un documentaire « [Commune commune](#) » réalisé en 2022, par [Dorine Brun](#) et [Sarah Jacquet](#), retrace l'expérience conduite à Saillans dans la Drôme, un village de 1 300 habitants. L'équipe municipale composée de quelques habitants sans étiquette a été élue, en 2014, avec l'idée d'impliquer au maximum les citoyens dans les décisions communales. Des travaux de voirie, à l'éclairage public, en passant par les rythmes scolaires, l'accueil de migrants ou encore la complexe révision du Plan local d'urbanisme (PLU). Ca n'a pas toujours été simple mais durant tout le mandat plus de 50% de la population a directement été associée à au moins une décision. Un bilan plus que positif. Mais l'expérience de Saillans a malheureusement tourné court. L'équipe municipale n'a pas été renouvelée aux élections municipales de 2020. Elle a perdu la mairie de 18 voix. Cependant, l'expérience s'est poursuivie avec la création d'une coopérative citoyenne. Et la voie est maintenant tracée.

Ecrit par le 24 mai 2026



La votation et la démocratie participative sont des démarches pas toujours faciles à mettre en place. Il faut sans doute encore de la pratique avant d'être généralisée et d'arriver au niveau de nos amis helvètes. C'est pourquoi il faut s'y mettre au plus vite. C'est en faisant qu'on apprend dit le dicton populaire.

[Lire également : "Les Bollénois choisissent le nouveau logo de leur commune"](#)

Ecrit par le 24 mai 2026

# Cavaillon : Koppert change d'image, pas de philosophie



[Le groupe Koppert](#) vient de lancer sa nouvelle image de marque. Le leader mondial néerlandais de la protection biologique des cultures et de la pollinisation naturelle, dont [la filiale française est basée à Cavaillon](#), a donc décidé de changer le logo et l'identité visuelle utilisés depuis 30 ans. Cette nouvelle stratégie de marque ambitionne de renforcer la connexion entre l'entreprise et la nature.

## La nature pour inspiration

« Notre mission consiste à contribuer, avec la nature pour partenaire, à la santé de l'homme et de l'environnement, explique Peter Maes, directeur de la stratégie de Koppert. C'est cette philosophie qui a fait de notre entreprise ce qu'elle est aujourd'hui : une organisation solide qui atteint ses objectifs tout en respectant des valeurs fondamentales. Notre nouvelle stratégie de marque reflète cette mission et ces valeurs fondamentales. Elle nous permettra de veiller à ce que les idéaux que nous défendons se reflètent avec cohérence dans notre façon de communiquer. La nature est notre source d'inspiration ; l'origine de toutes nos solutions. C'est pourquoi notre nouvelle identité est étroitement liée à la nature. »

Créé aux Pays-Bas en 1967 par Jan Koppert, le groupe est implanté à Cavaillon depuis 1984. En France, l'entreprise compte 55 collaborateurs dirigés par [Gisèle Broquier](#) et répartis au sein du siège cavare ainsi

Ecrit par le 24 mai 2026

que [la nouvelle plateforme logistique de Plan d'Orgon](#) et les agences d'Agen, Nantes et Villeneuve l'archevêque dans l'Yonne. En tout, le groupe compte 1 700 personnes dans une trentaine de pays permettant de distribuer des solutions biologiques dans plus de 100 pays à travers le monde comme des [ruches recyclées](#), la lutte contre les insectes en utilisant des prédateurs naturels ou bien encore [des gammes de produits de biocontrôle pour la vigne](#).



L'ancien logo de Koppert imaginé il y a 30 ans maintenant.

**Objectif : une agriculture 100% durable**

Au départ, Koppert ne comptait que 4 employés. Au fil des années, cette société familiale créée pour faire face à un problème bien précis s'est toutefois transformée en un leader du marché mondial. Pour Martin Koppert, Directeur des activités, il était donc logique que sa stratégie de marque évolue aussi : « Pour rendre notre monde plus durable, nous devons imaginer des processus à la fois sûrs et sains. Notre objectif ultime est de mettre en place une agriculture 100% durable en travaillant main dans la main avec les producteurs et les agriculteurs. Notre nouvelle stratégie de marque nous permettra de véhiculer une image forte sur tous les marchés mondiaux et de confirmer l'inébranlable volonté qu'a Koppert de proposer une gamme complète de solutions biologiques pour un large éventail de cultures. »