Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 2026

Un nouveau logo pour la ville d'Avignon





La commune d'Avignon vient de dévoiler son nouveau logo. Conçue en interne, cette nouvelle identité visuelle revisite le blason historique de la ville tout en revendiquant son ADN papal et culturel.

« Notre démarche n'est ni une démarche de rupture, encore moins d'appropriation, c'est une démarche de cohérence, explique Anaïs Hausmann, adjointe au maire d'Avignon, lors du dévoilement du nouveau logo de la cité des papes.
Pour l'élue déléguée à l'innovation et à la marque territoriale ce changement s'explique avant tout par les limites l'ancienne identité visuelle 'Avignon, ville d'exception' instaurée par la précédent municipalité depuis 2020.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 2026



> « Avignon n’a pas besoin de s’inventer une Histoire, elle en a déjà une exceptionnelle. »
>
> *Anaïs Hausmann, adjointe au maire d’Avignon déléguée à l’innovation et à la marque territoriale*

« Il y avait un décalage entre l’intention et la perception. Quand une ville se proclame ‘Ville d’exception’ et qu’un grand nombre de ses habitants la rebaptise ‘Ville déception’ », cela ne fonctionne plus. Par ailleurs, il y a également un manque de singularité. En fait, la signature ‘ville d’exception’ est assez générique. Bien d’autres villes auraient pu la revendiquer. Nous avons estimé qu’une ville pour se distinguer, ne devait pas se proclamer exceptionnelle, mais plutôt de dire pourquoi elle l’est et ce qui la rend unique. Et Avignon n’a pas besoin de s’inventer une Histoire, elle en a déjà une histoire exceptionnelle. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 2026



Le logo précédent de la ville :'Avignon, ville d'exception'. Il a été mis en place à partir de 2020. Crédit : DR

« On s'appuie sur nos racines, complète Olivier Galzi, maire d'Avignon. On réactualise simplement l'histoire d'une cité qui fût un état, un carrefour de la spiritualité et des arts ayant donné son nom à de nombreuses écoles : l'école d'Avignon en architecture, en peinture, en enluminure… »

> « L'objectif, c'est de conserver une identité institutionnelle forte tout en laissant une certaine liberté dans la communication grand public. »
>
> *Jimmy Nollet, directeur artistique*

« Le travail graphique sur le blason consistait à réinterpréter le blason historique de la ville tout en conservant ses caractéristiques comme les gerfauts ou les clefs, précise Jimmy Nollet, directeur artistique en charge de cette création pour la direction de la communication de la ville d'Avignon. Nous avons simplifié les formes pour améliorer la visibilité et l'adapter au support de communication actuel. Pour l'accompagner, nous avons créé une charte graphique qui définit toutes les règles d'utilisation du logo pour unifier notre identité. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 2026



Le nouveau logo est décliné dans une palettes de couleurs secondaires afin de rompre la monotonie de la communication.

« L'idée était d'avoir une communication cohérente, qu'il s'agisse de documents officiels, d'affiches ou de communication digitale, poursuit le directeur artitique. Nous avons développé aussi de palettes de couleurs secondaires pour que la communication ne soit pas monotone tout en conservant une identité commune (voir visuel ci-dessus). L'objectif, c'est de conserver une identité institutionnelle forte tout en laissant une certaine liberté dans la communication grand public. »

Un peu d'Histoire…
Si à l'origine les sceaux anciens d'Avignon représentaient la ville fortifiée au bord du Rhône,

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 2026

c'est à partir du XIIIe siècle qu'une clef figure sur les armoiries comme symbole de seigneurie autonome. Selon l'ouvrage 'Armorial des communes de Vaucluse' édité en 1984 par le Conseil départemental de Vaucluse, on suppose ensuite que les deux clefs pontificales furent ajoutées après l'acquisition de la cité par Clément VI en 1348. Ces trois clefs correspondraient en outre au nombre des consuls de la ville.
« Plus tard, les Avignonnais réclamèrent le droit d'ajouter des gerfauts au blason, en mémoire de leur bref statut de république en 1429, explique le site avignoncitémillénaire.com. Ces oiseaux étaient parés de grelots aux pattes, dont le tintement rappelait aux élus l'importance de rester attentifs aux besoins de leurs administrés, de manière symbolique. »
Selon les travaux de Louis Blancard sur les armoiries d'Avignon lors d'un congrès archéologique en 1883, la devise de la ville *Unguibus et Rostro* se traduit ainsi 'Par le bec et par les griffes'. Elle signifie «Vigoureusement, sans lâcher prise et par tous les moyens». Aussi traduite 'A bec et à griffes', cette divise incarne l'engagement à agir avec vigueur, persévérance et détermination pour le bien-être et les intérêts de la cité.

Coût de l'opération et droit d'utilisation
« Cette nouvelle identité a été conçue intégralement en interne, assure l'adjointe au maire d'Avignon déléguée à l'innovation et à la marque territoriale. On a fait appel aux talents et aux compétences dont nous disposions et aucune dépense supplémentaire n'a été engagée pour sa conception. »
Pour éviter les déconvenues du passé (voir encadré 'Rififi autour d'un logo' en fin d'article), cette création et ses déclinaisons ont été déposées par la ville à l'Inpi (Institut national de la propriété industrielle) afin de sécuriser l'utilisation.

A l'image du Conseil départemental de Vaucluse lorsqu'il a changé de logo l'an dernier, la Ville d'Avignon ne souhaite pas engager de coûts supplémentaire avec le déploiement immédiat de la nouvelle charte graphique sur tous les supports municipaux.

« Il n'est pas question de remplacer du jour au lendemain tous les stickers de véhicules municipaux, tous les panneaux signalétiques et tous les équipements qui portent l'ancienne charte graphique, insiste Anaïs Hausmann. Donc il va y avoir un temps de transition où les deux chartes vont coexister. Les supports existants conserveront leur habillage jusqu'à leur renouvellement naturel et seulement les nouvelles fabrications intégreront la nouvelle charte. »

> « Nous avons été une capitale. Notre objectif ultime, symboliquement, ce serait de le redevenir un jour. »
>
> *Olivier Galzi, maire d'Avignon*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 2026

« Avignon est unique en France. Elle a été le siège de la papauté et possède également une singularité forte en matière de création artistique, rappelle Anaïs Hausmann. La cité des papes, c'est notre héritage. La cité des arts, c'est notre identité vivante.

« Nous avons été une capitale, insiste pour sa part Olivier Galzi. Notre objectif ultime, symboliquement, ce serait de le redevenir un jour. Avignon est une ville d'esprit et Avignon est une ville d'art. Voilà ce que nous voulons être, voilà ce que nous sommes, voilà où nous voulons aller. »





Au-dessus, le logo 'Ville d'esprit' décliné, sans son accord, par la ville d'Avignon durant 11 ans à partir d'un cliché du photographe Philippe Médard. Après un bras de fer judiciaire, l'artiste aura gain de cause et la ville n'a plus eu le droit de l'utiliser à partir de 2012 sous peine de pénalité.
En dessous, reprenant seulement les couleurs de la photo afin de s'inscrire dans la continuité de la photographie de Philippe Médar, ce logo de la ville imaginé par l'agence avignonnaise Saluces sera utilisé de 2012 à 2020.
Crédit : Philippe Médard/ DR

Rififi autour d'un logo

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 2026

L'histoire des logos et de l'image d'Avignon n'a pas été toujours un fleuve tranquille. En 1997, le photographe Philippe Médard cède l'un de ses clichés d'une vue étirée du pont Saint-Bénezet à la commune dans le cadre d'une commande pour l'évènement 'Avignon : capitale culturelle européenne de la culture en l'an 2 000'. Une photographie que la municipalité va ensuite décliner comme logo en y rajoutant la baseline : 'Avignon : Ville d'esprit ». (voir visuels ci-dessous)
Si le photographe professionnel a bien signé un contrat de cession de droit 'tous usages' et sans mention de durée il n'a cependant pas donné son accord pour que la ville décline la photo en logo.

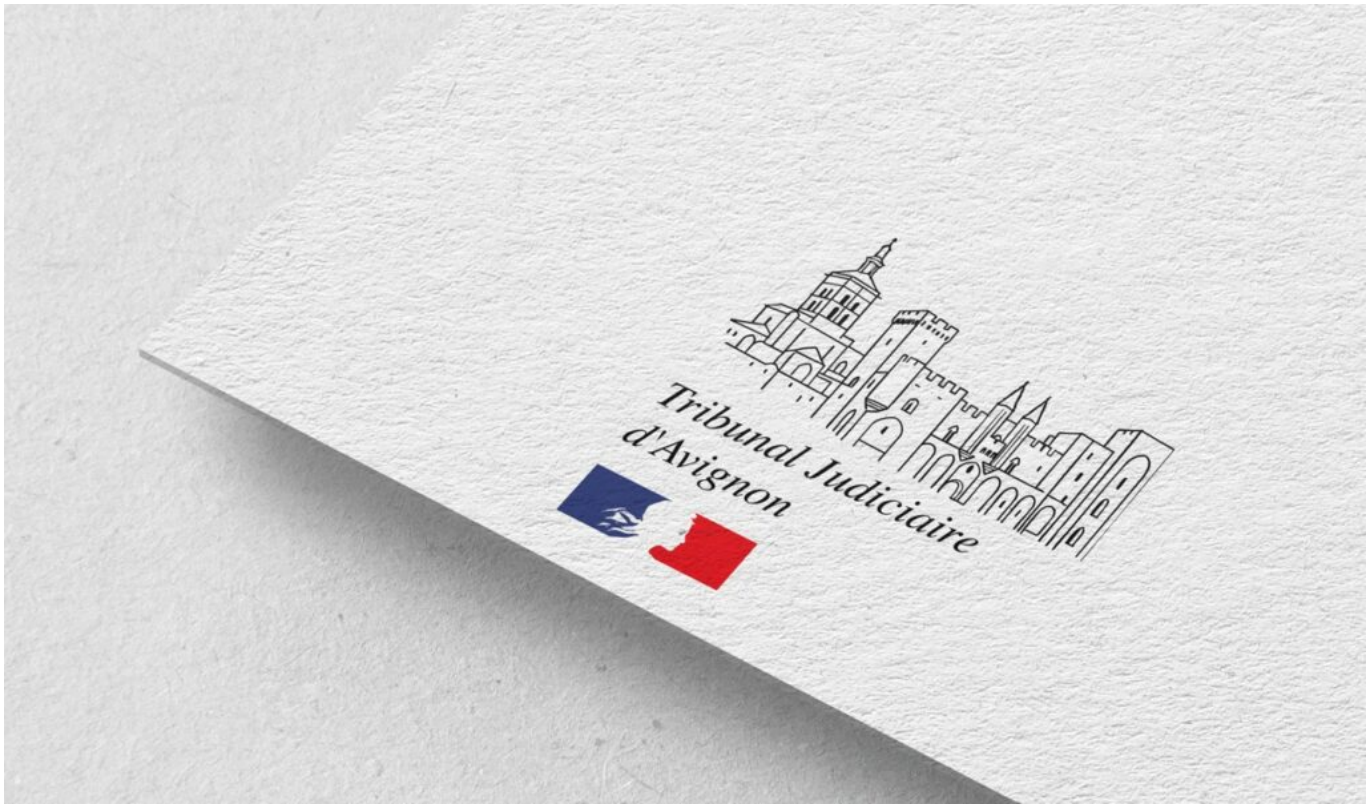
Après avoir cherché en vain un accord amiable, Philippe Médard assigne la ville en 2008. Faisant toujours la sourde oreille aux demandes de l'artiste, l'ancienne municipalité de Marie-Josée Roig est finalement condamnée en février 2010 par le Tribunal de grande instance d'Avignon à lui verser 30 000€ de dommages et intérêts.

Dans le même temps, la commune ainsi que son office de tourisme se sont vues également interdites d'utiliser le visuel. Une décision qui a contraint la municipalité à ne plus utiliser le logo à partir du 1er juin 2012. A cette date, l'ensemble des logos de la ville (en-tête, sérigraphie de véhicules, écusson sur les vêtements, plaque sur les monuments…) a donc dû être changé à la hâte par une nouvelle identité graphique sous peine de pénalité d'astreinte par jour de retard et par support. Une gabegie estimée à l'époque à plusieurs centaines de milliers d'euros.
Finalement, ce sera la nouvelle municipalité de Cécile Helle qui mettra fin à cette affaire en jetant l'éponge en 2014. Après six ans de procédure, la nouvelle équipe en place à l'hôtel de ville décide alors d'arrêter les frais en se désistant de l'appel initié par la précédente municipalité.

Un nouveau logo pour le tribunal judiciaire d'Avignon

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 2026



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 vauclusienne.

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.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 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. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 2026



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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 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 vauclusienne 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 3e 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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 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

Département de VAUCLUSE

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. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 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.



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 Ocres 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

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 23 novembre 2026

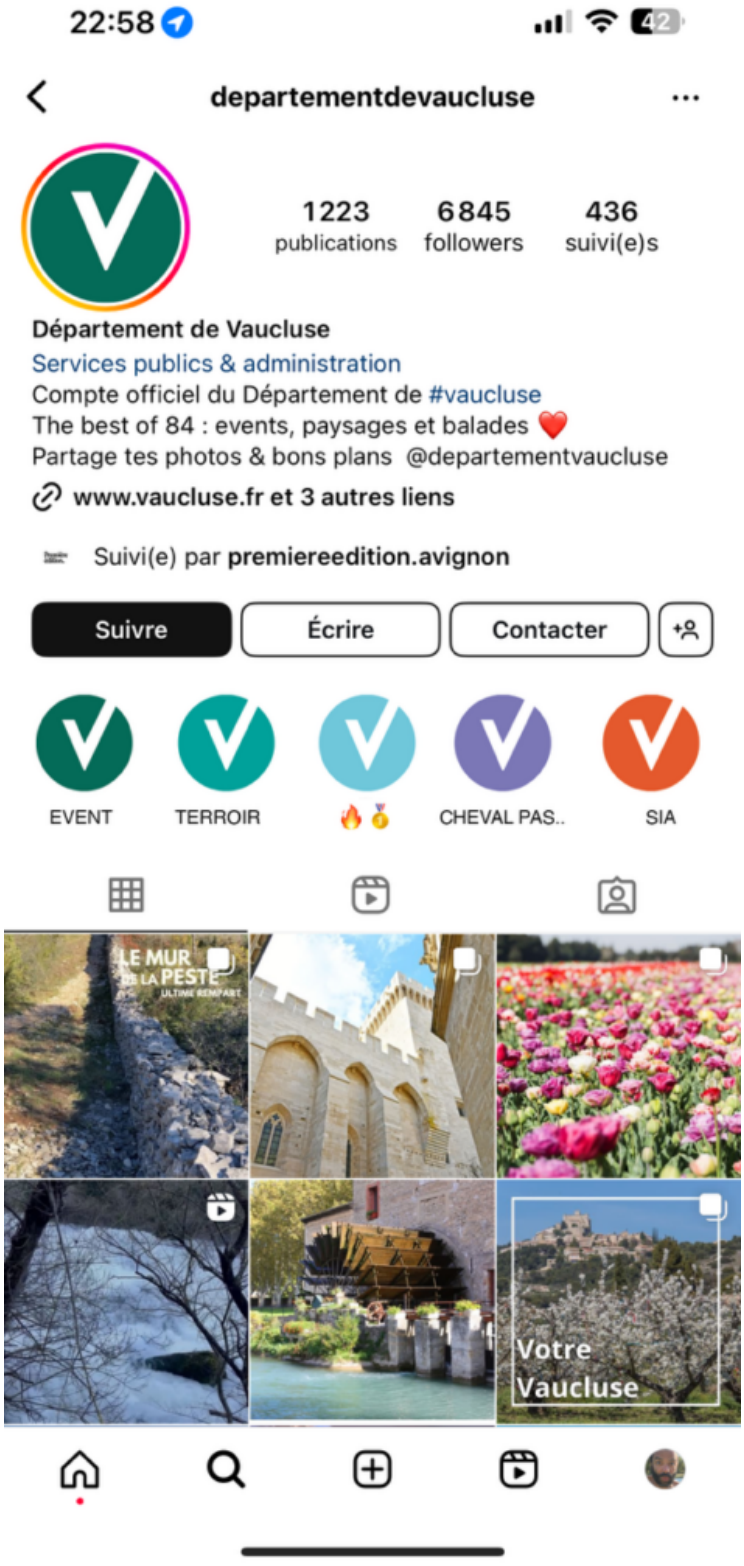
encore le magazine du Département qui sort ces jours-ci à l'occasion de l'été 2025.
Pour changer la signalétique de ses quelque 130 bâtiments (collèges, EDES, agences et centres routiers, services…) le Département fait le choix de conserver au maximum les supports existants (panneaux dibond, totems), 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.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 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 23 novembre 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.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 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 santés, 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 !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 2026



Les habitants de la ville de Bollène étaient invités, il y a quelques jours à choisir un nouveau logo pour leur commune, via une consultation publique. Cette démarche est loin d'être anecdotique ou anodine. Elle fait la démonstration que partager le pouvoir c'est peut-être pas si compliqué que cela, et qu'il s'agit, aujourd'hui, d'une vraie nécessité démocratique.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 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 !**

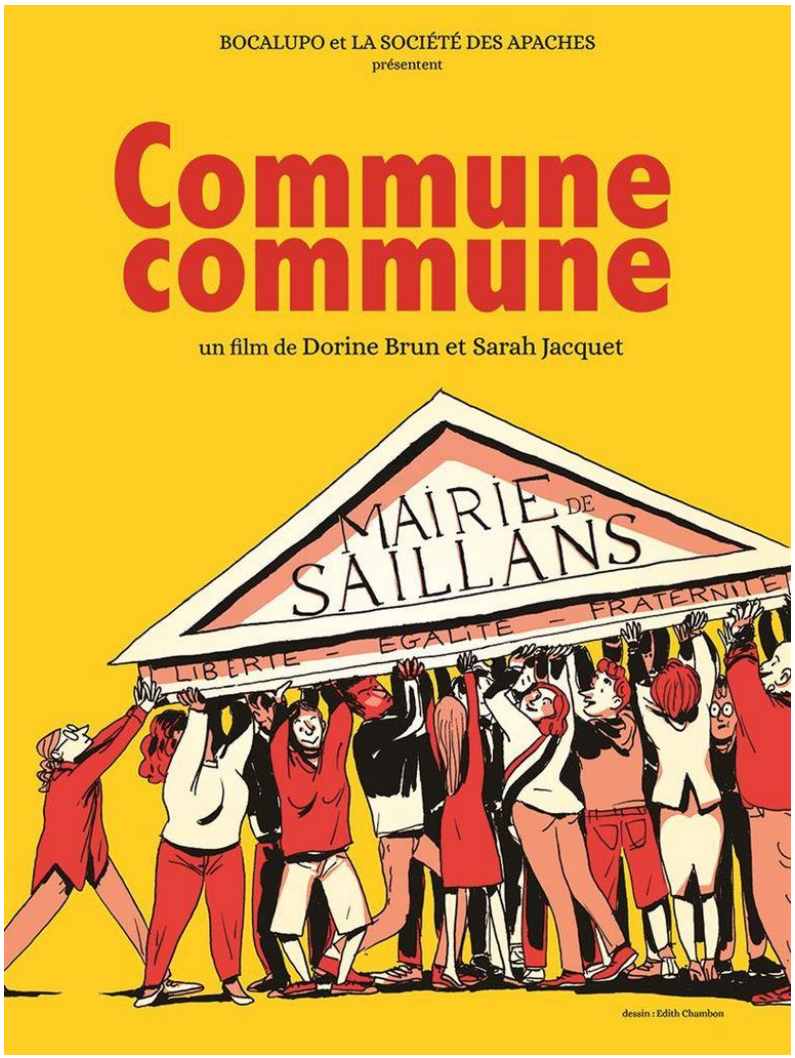
A Cavaillon, où l'on veut réaménager une place, aujourd'hui utilisée comme parking, on invite les habitants à s'exprimer et à se déterminer. Et ici, le choix proposé n'est pas anodin, puisqu'il s'agit de choisir au fond qu'elle place (c'est le cas de le dire) sera accordée à la voiture. Sujet, pour une 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.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 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"

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 23 novembre 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. »