Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 29 novembre 2026

Le Coq Sportif n’est plus en très grande forme



L’équipementier des athlètes des JO de Paris 2024 est en redressement judiciaire. L’entreprise a 6 mois pour trouver une solution avant d’être déclarée en faillite. Passer de la lumière à l’ombre c’est, aujourd’hui, malheureusement le cas de beaucoup d’entreprises françaises. Mais le Coq Sportif c’est tout un symbole et c’est la France qui prend un sacré uppercut.

Depuis 150 ans cette marque française habille les sportifs. Pour les JO de Paris, l’entreprise basée à Romilly-sur-Seine (Aube), a fabriqué 150 000 tenues pour les athlètes et 220 000 pour les encadrants et arbitres. A cela s’ajoute les ventes grand public estimées à plus d’un million de pièces. Malgré ces chiffres, qui sont une vraie belle performance, le Coq Sportif n’a pas réussi à sortir la tête de l’eau. Pour produire l’entreprise a eu besoin de beaucoup de cash et elle s’est shootée aux emprunts (plus de 45 millions d’euros depuis 2020). Elle est aujourd’hui surendettée et incapable de faire face à ses échéances.

Elle a même disparu des terrains de sports en 1988

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 29 novembre 2026

Créée en 1882, l'entreprise a connu dans son histoire plusieurs revers. Elle a même disparu des terrains de sports en 1988. En 2010, elle a été relancée par le fond de placements Suisse Airesis qui a joué à fond le côté tricolore de la marque. En 10 ans, son CA a été multiplié par 6. Mais ses résultats n'ont pas été suffisants. Aujourd'hui, faute de repreneur cela risque d'être une fin de partie pour cette marque emblématique.

Le Coq Sportif ruiné et déplumé… on ne peut s'empêcher de faire un parallèle avec la situation financière de la France. Il a la façade, le brillant et il y a la réalité économique qui finit toujours par vous rattraper et être en fin de compte l'arbitre de la partie.

« Fabriqué à Marseille », bientôt une nouvelle marque

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 29 novembre 2026



Le Pastis de Marseille ou le savon de Marseille… dorénavant il faudra montrer patte blanche pour se revendiquer originaire de la cité Phocéenne. La ville de Marseille a lancé un appel à candidatures pour la délivrance d'un label « Fabriqué à Marseille ». Il s'agit de valoriser les savoir-faire artisanaux et industriels de la deuxième ville de France et d'en faire pour les entreprises labellisées un atout commercial.

Les alsaciens ou les bretons l'ont fait il y a belle lurette pourquoi Marseille ne serait pas aussi une appellation d'origine motivante pour les consommateurs ? Paul Ricard, un génie du marketing avant l'heure, avait trouvé pour le lancement de sa boisson anisée en 1932 cette formule exceptionnelle : « le

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 29 novembre 2026

vrai pastis de Marseille ». En utilisant « le vrai » il enterrait d'emblée les éventuels concurrents et surtout il donnait à sa boisson une image de produit associant soleil et convivialité. Une boisson « avé l'accent ». On pourrait se risquer à dire que si le Ricard n'était pas autant lié à la ville de Marseille son succès ne serait pas ce qu'il est aujourd'hui.

De son côté si l'appellation savon de Marseille correspond d'avantage à un procédé de fabrication qu'à un lieu de production, la ville n'en reste pas moins mise en avant. Tout cela pour dire que les initiateurs de ce projet de label se sont appuyés sur un existant fort pour tenter d'aller plus loin. Et c'est bien vu.

Mais une ville peut-elle être aussi une marque et un facteur de développement pour les entreprises ? En tout cas beaucoup de produits sont liés au destin de la ville qui les a vu naître. Que seraient les lentilles sans Le Puy, les calissons sans Aix ou le nougat sans Montélimar ? La France a cette particularité (sans doute unique au Monde) d'avoir sur chacun de ses terroirs un ou plusieurs produits originaux qui en ont fait sa réputation. Mais qui aide qui ? Ainsi la ville de Dijon n'est-elle plutôt redevable à la moutarde que l'inverse ? Mais ne pinaillons pas et espérons que ce nouveau label (un de plus me diriez-vous) soit à la hauteur des espérances et puisse permettre à des productions marseillaises de connaître un nouvel essor. Mais reste l'ambiance et l'esprit marseillais et ça ne peut pas faire l'objet d'un cahier des charges ou d'une normalisation et heureusement !

Le salon 'Made in PME' de la CPME fait carton plein auprès des entrepreneurs de la région Sud

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 29 novembre 2026



Pour sa première édition, le salon régional 'Made in PME' de la CPME (Confédération des petites et moyennes entreprises) a accueilli plus de 6 000 visiteurs en 2 jours. Un succès pour cet événement qui pourrait en appeler d'autres.

« C'est une grande réussite au niveau régional dans l'intérêt de tous les entrepreneurs » se félicite Bernard Vergier, président de la CPME (Confédération des petites et moyennes entreprises) de Vaucluse à l'issue du salon 'Made in PME' qui s'est tenu les jeudi 18 et vendredi 19 avril derniers au parc Chanot à Marseille.
Souhaitant dupliquer le succès de l'événement organisé depuis 2022 à Lyon par la CPME Auvergne-Rhône-Alpes, c'est Alain Gargani, président de la CPME Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur qui a notamment impulsé la tenue de ce plus « grand rassemblement de PME de la région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur jamais organisé »,
C'est d'ailleurs, lors d'une visite du siège avignonnais de GSE en décembre dernier, que le patron de la CMPE Sud avait dévoilé ce projet où 5 000 visiteurs étaient attendus.
Au final, plus de 6 000 patrons se sont pressés dans les allées du parc Chanot afin de découvrir les 300 exposants présents.

Mobilisation de la CPME 84

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 29 novembre 2026

Un succès auquel a grandement participé la CPME 84 qui a réussi à mobiliser une trentaine d'exposants au sein de l'espace dédié au Vaucluse. La délégation vauclusienne étant d'ailleurs la deuxième la plus représentée après celles des Bouches-du-Rhône.
« Le Vaucluse a été super-performant comme d'habitude et les exposants ont pu réaliser un grand nombre de contacts, explique Bernard Vergier. Nous avons pu aussi beaucoup échanger, participer à des ateliers mais aussi passer des moments de convivialité et développer les réseaux. »
« Par ailleurs, si beaucoup sont venus en tant que visiteurs, ils sont nombreux à être prêts à revenir en tant qu'exposant lors d'une prochaine édition », poursuit le président de la CPME 84.
Si le bilan complet de cet événement n'est pas encore complètement réalisé, la CPME Sud réfléchie déjà à l'organisation d'une seconde édition qui pourrait peut-être se tenir tous les deux ans, comme c'est déjà le cas en Auvergne-Rhône-Alpes.



Bernard Vergier, président, et Denis Duchêne, vice-président de la CPME 84, sur le plateau de BFM

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 29 novembre 2026

Marseille-Provence lors du salon ‘Made in PME Sud’.