Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026

Aushopping Avignon Nord ouvre un des plus grands magasins Zara de la région



Jusqu'alors, l'enseigne de prêt-à-porter Zara comptait trois magasins au sein du centre commercial Aushopping Avignon Nord : un pour les femmes, un pour les hommes, et un pour les enfants. Ce vendredi 23 octobre, les trois vont être réunis dans une seule grande boutique.

Le centre commercial Aushopping Avignon Nord va célébrer l'ouverture d'une nouvelle boutique d'une enseigne qui y était déjà présente : Zara. Celle-ci comptabilisait trois boutiques. « Il y avait une boutique femme qui faisait au 1 100m², une boutique homme qui faisait 550m², et une boutique enfant qui faisait 350m² », explique Jacques Leze, directeur du centre commercial.

Ecrit par le 9 novembre 2026

Les trois boutiques vont donc être réunies en une seule qui ouvrira ses portes ce vendredi 23 octobre. Avec 3 000m² de surface de vente, ce nouveau magasin XXL Zara va figurer parmi les plus grands de la région. « Le fait d'avoir réduit Auchan a permis de transférer le Zara femme dans la surface de l'hypermarché, ajoute le directeur. Et les deux autres ex-boutiques, qui étaient à proximité, vont pouvoir fusionner avec cet espace qui va permettre de faire un seul volume. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026



©Aushopping Avignon Nord

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026

Une fusion des boutiques qui laisse place à d'autres enseignes

La nouvelle boutique de 3 000m² ne couvrant pas l'intégralité de la surface des trois anciens magasins, d'autres enseignes vont faire leur apparition à Aushopping Avignon Nord. « L'emplacement que Zara laisse va être repris par deux tiers par [l'enseigne de prêt-à-porter] Pull & Bear et l'autre tiers va servir au transfert de [la boutique de cosmétiques et parfums] Sephora » , affirme Jacques Leze

D'autres enseignes, encore gardées secrètes, vont par la suite s'installer elles aussi au sein du centre commercial du Pontet. « Il y a trois anciennes boutiques qui vont aussi fusionner pour accueillir l'enseigne de prêt-à-porter Only« , révèle le directeur qui ne peut pas en dire davantage pour le moment concernant les prochains mouvements commerciaux de la galerie marchande.

La restructuration de la galerie marchande se poursuit

Tous ces changements et déménagements au niveau des boutiques s'inscrivent dans le plan de restructuration de la galerie marchande d'Aushopping Avignon Nord. « On est à peu près à moitié du chemin puisqu'il reste encore environ un an de rénovation », affirme Jacques Leze.

Si plusieurs enseignes ont dû fermer leur boutique du centre commercial ces derniers mois pour diverses raisons (liquidation, redressement judiciaire…), comme Jott ou encore Ollygan, elles ont déjà toutes été recommercialisées. « Entre la fin de l'année et courant premier trimestre, il n'y aura plus de vacances commerciales dans la galerie marchande », conclut le directeur.

Ouverture de la galerie marchande du lundi au samedi de 9h à 20h (de 8h30 à 21h30 pour l'hypermarché Auchan).
Aushopping Avignon Nord. 533 Avenue Louis Braille. Le Pontet.

Célio tire définitivement le rideau dans le centre-ville d'Avignon

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026



L'information vient d'être annoncée par nos confrères d'Ici Vaucluse : le magasin Célio d'Avignon vient de fermer définitivement ses portes. Jusqu'alors, l'enseigne de prêt-à-porter française fondée en 1978 par Maurice Grosman était située 25 bis rue de la République, dans l'intra-muros de la cité des papes.

Cette fermeture fait suite aux difficultés auxquelles doit faire face Célio, et l'ensemble de son secteur d'activité, depuis le Covid ainsi que le concurrence du e-commerce. Le n°1 hexagonal du prêt-à-porter homme avait été notamment placée en procédure de sauvegarde en juin 2020. Un plan de restructuration ayant entraîné la fermeture d'un peu plus d'une centaine de magasin avait permis de sortir de cette procédure fin 2021.

Outre Avignon d'autres magasins viennent également de baisser le rideau depuis quelques jours : Digne-les-Bains, Saint-Quentin, Angers…

Sur Avignon, l'enseigne reste encore présente dans la galerie marchande du centre commercial Auchan du Pontet ainsi que dans celle du magasin Leclerc des Angles. Dans le Vaucluse, Célio est aussi implanté au centre commercial Les vignes à Orange.

Actuellement, l'enseigne dispose de près de 360 magasins en France, dont environ 140 affiliés. Elle est aussi présente dans 37 pays via 250 boutiques réparties essentiellement en Europe, en Afrique du Nord et au Moyen-Orient, ainsi qu'en Inde avec près de 700 points de vente (magasins et corners).

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026

Ruckfield c’est beau la vie, pour les grands et les Chabal



Ruckfield, la marque de prêt-à-porter lancée en 2008 au Pontet en partenariat avec Sébastien Chabal s’associe à Haribo pour proposer une nouvelle collection très acidulée pour cet été.

Cet été, Tony Mathis, directeur général de la marque Ruckfield de vêtement conçu autour de Sébastien Chabal, et l’ancien rugbyman international tricolore s’offrent une parenthèse sucrée en s’associant avec Haribo, la célèbre marque de confiserie allemande particulièrement bien implantée dans le sud de la France.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026

Un univers décalé et acidulé

La collection fusionne l'ADN des deux marques en intégrant les codes visuels d'Haribo dans un univers sportif décalé. Des pièces, allant des tee-shirts aux polos et chemises, proposent des graphismes où les emblématiques bonbons remplacent les motifs traditionnels du rugby. On retrouve ainsi des silhouettes de joueurs stylisées, des numéros de maillots revisités ou des motifs all-over. « Le shooting, réalisé au Musée Haribo à Uzès, qui fête ses 30 ans cette année, ajoute une touche encore plus symbolique à la rencontre entre ces deux marques », explique Tony Mathis, lauréat en octobre dernier du prix du courage de la CPME 84 remis à l'occasion de la 6e édition des Trophées des entrepreneurs positifs en Vaucluse.



Tony Mathis, directeur général de la marque Ruckfield, et Sébastien Chabal. Crédit :

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026

DR/Ruckfield/Haribo

Une gamme pensée pour le plus grand nombre

La collaboration se décline en une gamme variée, elle comprend un sweat à capuche, une chemise à manches courtes, deux modèles de polos et quatre t-shirts. Des accessoires ont également été développés : short de bain, bob, casquette, chaussettes, porte-clés et ballons de rugby aux couleurs de la collection. La marque s'inscrit dans une démarche de mode inclusive, cette dernière propose un large choix de tailles, du S au 6XL selon les modèles. Cette démarche vise à rendre la collection accessible au plus grand nombre, en phase avec l'esprit convivial et populaire des deux marques.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026



Crédit : DR/Ruckfield/Haribo

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 9 novembre 2026



Crédit : DR/Ruckfield/Haribo

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026



Crédit : DR/Ruckfield/Haribo

Vers une mode plus éco-responsable

Par ailleurs, de nombreuses pièces sont confectionnées en coton biologique certifié GOTS, tandis que

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026

certains articles intègrent des matières recyclées.
La collaboration entre Ruckfield et Haribo se prolonge avec de nombreux accessoires estivaux : short de bain, bob, casquette, chaussettes, porte-clés et ballons de rugby aux couleurs de la collection.

Chabal transforme son image en capital
Ce qui rend cette collaboration intéressante, c'est ce qu'elle révèle sur la façon dont Sébastien Chabal construit sa marque depuis plusieurs années.
Beaucoup d'anciens sportifs se contentent de prêter leur nom à un produit. Qu'il s'agisse d'une ligne de vêtements, de parfums, ou bien même de simples publicités; Tout cela revient à monnayer une notoriété tant qu'elle dure : ça rapporte certes mais elle s'épuise avec le temps et la mémoire du public. Chabal, lui, a fait les choses autrement : il a transformé son image que ce soit par sa carrière, son physique imposant contrastant avec la bienveillance dont il fait preuve ou encore son lien au rugby, en un véritable levier pour la marque. Concrètement, Ruckfield ne vend pas un 't-shirt signé Chabal', il vend une identité de marque 'bon vivant', qui pourrait par ailleurs continuer d'exister même sans lui.

> Le géant Sébastien Chabal fête les 10 ans de sa ligne de vêtements et de sa boutique Ruckfield aux Angles

Le choix des grandes tailles (jusqu'au 6XL) illustre bien cette logique. C'est un segment du marché du vêtement que bien des marques évitent, souvent jugé trop compliqué à produire ou peu valorisant en termes d'image. Que Chabal, lui-même un grand gabarit, ait identifié ce besoin tôt n'est pas un hasard. En effet, il transforme une caractéristique personnelle en idée pour sa marque, sur un terrain que peu de concurrents occupent.
La multiplication des collaborations (comme avec du saucisson et du fromage) va dans le même sens. Ce ne sont pas des coups marketing isolés, mais une stratégie cohérente : chaque partenariat vient renforcer la même image de marque, populaire et sans prétention.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026



Crédit : DR/Ruckfield/Haribo

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026

Crédit : DR/Ruckfield/Haribo



Crédit : DR/Ruckfield/Haribo

Une présence remarquée dans le Grand Avignon

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026

Outre Ruckfield, dont le siège est la première boutique sont aux Angles après avoir vu le jour dans les locaux de la société vauclusienne Norprotex, Sébastien Chabal est particulièrement présent sur le territoire économique du Grand Avignon. En effet, il a élaboré sa propre cuvée en partenariat avec le Cellier des chartreux de Pujaut. Une collaboration qui a débuté il y a près de 10 ans maintenant grâce notamment à Tony Mathis, qui était alors joueur du RCARG (Rugby club les Angles Gard rhodanien). Pour cela, Sébastien Chabal avait notamment acquis près de 3 hectares de vignes sur les hauteurs de Pujaut afin de devenir à cette occasion le 81e coopérateur du cellier des Chartreux.

Plus près de nous, il semblerait qu'il fasse partie des potentiels repreneurs du restaurant du Quai des saveurs, sur le parvis de la gare centre d'Avignon. 'Caveman', son surnom quand il jouait dans le championnat d'Angleterre, serait associé à Joannes Richard, champion du monde de burger multi récompensé, ainsi que Tony Mathis pour ouvrir un Jo's burger.

Zélie Bienaimé (stagiaire info com Avignon université) & Laurent Garcia

Fin du Quai des saveurs, les burgers de Chabal prêts à prendre le train en marche ?

L'entreprise Les Monocyclettes sort sa première collection de maillots de bain post-mastectomie

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026



Fondée en 2019 à La Bastide des Jourdans, l'entreprise Les Monocyclettes, spécialisée dans la lingerie post-mastectomie, élargit sa gamme et dévoile la collection 'Amazone Solaire' qui compte quatre maillots de bain et deux kimonos, pour aider les femmes à se réapproprier leur corps après un cancer du sein.

L'été peut être une période difficile pour les femmes ayant subi une mastectomie suite à un cancer du sain, les maillots de bain standards n'étant pas toujours adaptés. Ainsi, la Vauclusienne Angélique Lecomte, fondatrice de l'entreprise Les Monocyclettes, a décidé de lancer la collection 'Amazone Solaire' afin que les femmes se réapproprient leur corps et se sentent bien dans leur maillot à la plage.

La collection, co-créée avec des femmes ayant vécu une mastectomie, est composé d'un maillot appelé 'Calypso' en quatre coloris, ainsi que le kimono 'Ulysse' en deux coloris. « Avec cette nouvelle collection, la marque répond à des situations très concrètes : inconfort de la prothèse dans l'eau, asymétrie que les modèles classiques n'accompagnent pas, cicatrices à protéger du soleil, besoin de pièces actuelles et non médicalisées », explique la fondatrice de l'entreprise.

Les Monocylettes souhaitaient proposer un modèle de maillots de bain tendance et adaptable en fonction des besoins de chacune. En plus de choisir la taille qui leur correspond, les femmes peuvent sélectionner le côté du volant du maillot qui leur permet également de mettre leur prothèse, une coque discrète, ou rien.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026

Les Monocyclettes redonnent confiance aux femmes qui ont eu un cancer du sein

---

La marque marseillaise JOTT reprise par le fonds d'investissement AMONISS



La success-story de JOTT (Just Over The Top) ne s'arrêtera pas. Après sa mise en redressement judiciaire en décembre 2025, le Tribunal des Activités Économiques de Marseille vient de choisir, parmi 4 candidats, le fonds d'investissement AMONISS pour reprendre la célèbre

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026

marque aux doudounes multicolores. Le tribunal marseillais a privilégié la solidité financière du repreneur et les garanties sociales apportées.

Le 27 mars dernier, les 4 candidats au rachat de l'entreprise JOTT avait défendu leur projet respectif devant le Tribunal des Activités Économiques de Marseille. Parmi eux, un consortium porté par les salariés de l'entreprise et un des fondateurs de la marque, Nicolas Gourdikian. Baptisé Mars, ce projet qui jouait la carte de l'ancrage local faisait figure de favori. Mais le fonds d'investissement qui soutenait ce projet est apparu pour le tribunal comme d'avantage motivé par une opération financière qu'industrielle.

La partie française de la société compte aujourd'hui 183 salariés

De son côté AMONISS a fait une proposition financière de rachat supérieure et s'est engagée à procéder à aucun licenciement sous 24 mois. La partie française de la société compte aujourd'hui 183 salariés. Une trentaine de personne seront reclassées dans d'autres sociétés du groupe AMONISS. Ce dernier est aujourd'hui propriétaire des marques Chevignon, Pimkie, Kindy, Christine Laure, Le pape… Dirigé par Salih HALASSi et basé à Villeneuve-d'Asq dans le Nord, AMONISS a réalisé, en 2025, un chiffre d'affaires de 214 M€ et compte 1 100 collaborateurs.

L'habillement est un secteur qui connaît d'importantes difficultés : baisse des ventes, concurrence de la fast-fashion, des ventes en ligne, du développement de la seconde main. De nombreuses enseignes ont fermés ces derniers mois et JOTT connaissait des difficultés depuis 4 ans.

Avignon : un couple ouvre sa boutique de prêt-à-porter IKKS men et women

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026



Emma Ribbestam et Julien Sauze ont ouvert leur boutique IKKS men et women le 1er juin.

Né à Vaison-la-Romaine, Julien est dans la vente depuis 15 ans. Sa compagne Emma, née en Suède, y est quant à elle depuis 20 ans. Ensemble, ils ont ouvert leur boutique de prêt-à-porter « IKKS men women » jeudi 1er juin, au 21 rue des Marchands. Une rue que le couple connaît bien, puisqu'ils ont déjà ouvert une boutique au 26 rue des Marchands en 2018 : « Kids around ». Emma a également travaillé chez IKKS junior, situé au 12 de la même rue. Pour rappel, le 21 rue des Marchands, grand emplacement de 110m2, était inoccupé depuis plusieurs années.

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 9 novembre 2026



IKKS Men Women, 21 rue des Marchands, Avignon. Ouvert du mardi au samedi de 10h à 19h.

J.R.

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 9 novembre 2026

Une boutique Damart ouvre ses portes à Orange les Vignes

À l'approche de la saison où les températures chutent, Damart arrive à point nommé ! L'enseigne de prêt-à-porter, connu notamment pour ses vêtements chauds, vient de s'installer dans le centre commercial Orange les Vignes.

Le magasin propose, sur une surface de 214m², une large gamme de prêt-à-porter ainsi que des chaussures, de la lingerie et des sous-vêtements pour femmes, hommes et enfants. « Nous sommes ravis de rejoindre le centre d'Orange Les Vignes pour se rapprocher de nos
clients habitant le nord Vaucluse et enfin leur offrir l'opportunité de venir découvrir et essayer sur place nos produits avec une spécificité pour ce magasin, un espace détente à proximité des cabines », explique Clémence Fossier, porte-parole de l'enseigne.

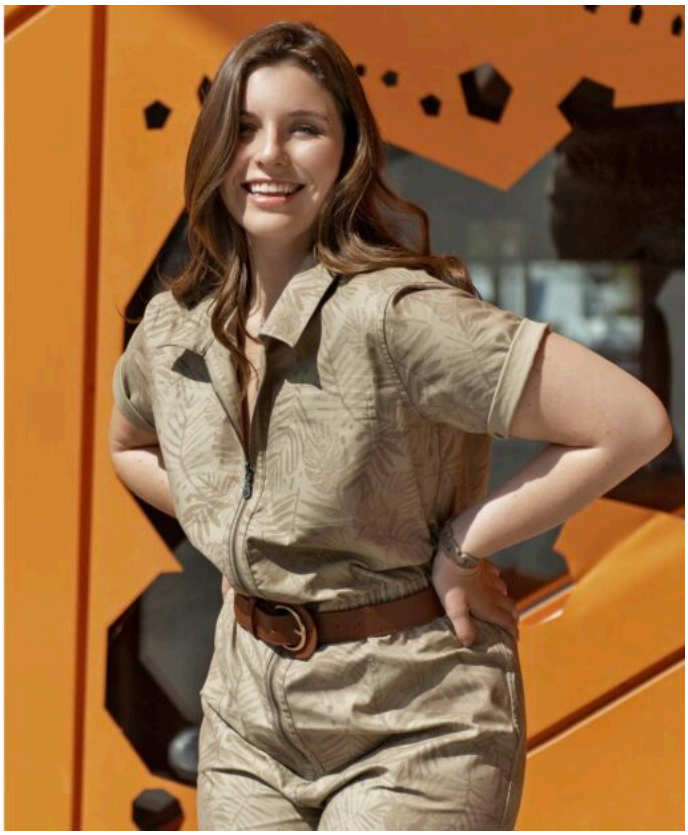
Le magasin Damart se situe à côté de l'aire de jeux. Il est ouvert du lundi au samedi de 9h30 à 19h non-stop. Il est composé d'une équipe de 4 personnes, 100% vauclusienne.

V.A.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026

Courthézon : Charlott' cherche des conseillères indépendantes en Vaucluse



Charlott', leader national de la vente de lingerie et de prêt-à-porter à domicile, sera à Courthézon ce dimanche 28 août afin de recruter de nouvelles conseillères indépendantes.

Ce dimanche, le Domaine de Cristia, à Courthézon, accueillera cet événement. La responsable de ce dernier et des conseillères seront sur place afin de d'échanger sur les opportunités d'emplois proposées aux personnes qui souhaitent devenir vendeurs à domicile indépendants dans le domaine de la mode, que ce soit à temps plein ou à temps partiel.

Au programme : découverte de l'entreprise dont le chiffre d'affaires s'élève à 24 millions d'euros, aperçu des nouvelles collections de lingerie et de prêt-à-porter pour la rentrée 2022, et bien entendu, présentation détaillée du métier de conseiller à domicile. Vous souhaitez faire carrière dans le prêt-à-

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026

porter ou recherchez un complément de revenu ? Cette opportunité est faite pour vous.

Née en 1994, la société Charlott' comptabilise aujourd'hui 2800 vendeuses indépendantes ainsi qu'1,5 millions de clients, ce qui la hisse au statut de leader de la vente de lingerie et de prêt-à-porter à domicile au niveau national.

Dimanche 28 août. De 9h30 à 16h30. Domaine de Cristia. 1725 Chemin des Sourcières. Courthézon.

V.A.

Une boutique Jules éco-responsable s'installe à Orange les Vignes

Une nouvelle boutique de vêtements vient prendre sa place au sein du centre commercial Orange les

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 9 novembre 2026

Vignes. Installé à côté de Gemo, c'est le magasin de prêt-à-porter masculin Jules qui va ouvrir ses portes ce jeudi 18 août. « Rejoindre Orange Les Vignes est une belle opportunité pour notre enseigne, explique Monsieur Leroy, gérant de la boutique. Le centre est un bel espace dédié au shopping, Jules a donc toute sa place. » Ce sera la première boutique dans le département de Vaucluse à présenter le nouveau concept de l'enseigne.

Avec une surface de 250m², la boutique sera ouverte du lundi au samedi de 9h30 à 19h00 et proposera des vêtements pour toutes les occasions. La nouveauté de ce magasin : son côté éco-responsable. L'enseigne Jules s'engage pour une mode stylée et durable. C'est pourquoi les client pourront retrouver des articles 'in progress', plus respectueux de l'environnement. « Nous avons hâte de faire découvrir notre mode accessible, tendance et éco-responsable à la clientèle locale », a conclu le gérant de la boutique. De son côté, Laurence Viricel, directrice d'Orange les Vignes, se dit « enchantée d'accueillir Jules au sein du centre avec une offre complémentaire à ce qui est aujourd'hui sur site. »

V.A.