Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

French Tech Grande Provence : un levier de développement innovant



Ce jeudi 23 mai, s'est tenu l'assemblée générale du bureau et des membres de la French Tech Grande Provence qui œuvre depuis 2019 pour l'entreprenariat local et agit comme un levier de développement économique dédiée à l'innovation. L'occasion pour les responsables de l'association de tirer le bilan d'une année 2023 mitigée avec des problèmes de trésorerie mais des également des axes d'améliorations pour le futur.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Une année contrastée mais des perspectives à développer. Voilà comment on pourrait résumer l'année 2023 de l'association French Tech Grande Provence qui a présenté son bilan lors de leur assemblée générale annuel qui s'est déroulé le jeudi 23 mai au sein du Living Lab, à Agroparc. Une réunion qui a réunit l'ensemble des membres du bureau et qui ont permis d'aborder entre autres le bilan d'activité 2023, le rapport financier, l'approbation des comptes, les cotisations de l'année écoulée et la feuille de route 2024.

Paul Hermelin, président de la structure et du conseil d'administration de Capgemini a ouvert la réunion aux côtés du co-président, Matteo Gachon, jeune entrepreneur et dirigeant de la start-up ECC Technologies. L'occasion pour les deux hommes de rappeler l'évolution prise par l'association depuis sa labélisation à travers des chiffres-clés qui montrent l'engouement qui existe autour de French Tech Grande Provence.

123 adhérents, 215 startups accompagnées depuis 2015 et surtout 69 porteurs de projets accueillis en 2023 « on a organisé 27 évènements cette année dans le but de fédérer et de créer des liens professionnels entre nos adhérents, on est malgré une année difficile sur le plan de la trésorerie, sur une croissance du nombre d'entreprises que l'on accompagne, que l'on aide à se structurer et à se développer et cela grâce au travail formidable de nos bénévoles qui consacrent tellement d'heures à la réussite de nos objectifs et qui anticipent les besoins et les problématiques d'avenir » souligne Paul Hermelin.

Des difficultés financières en 2023

Le premier constat dressé durant cette assemblée générale fut que l'association a vécu une année 2023 particulièrement difficile sur le plan de la trésorerie avec un résultat net négatif qui a été évalué à 35.000€ et une trésorerie négative à -40.875€ selon Philippe Espanet, trésorier général de French Tech Grande Provence. Les fonds propres subissent également une diminution de -39.351 € par rapport à 2022.

La raison principale à cette problématique économique réside en premier lieu sur le nombre en baisse d'adhérents ce qui fatalement a découlé sur une chute du nombre d'entreprises incubées et une perte de subventions fatale aux comptes de l'association. La Région Sud qui soutient French Tech Grande Provence depuis plusieurs années à retirer sa subvention d'un montant de 12.500€ pour la première fois « cette contrainte nous oblige à chercher de nouvelles solutions et ne plus avoir à dépendre de ces aides publiques. Notre réflexion est donc axée en 2024 sur la recherche de nouveaux partenaires, essentiellement privées pour permettre un nouvel assainissement des comptes et un modèle économique fort » soutient le co-président Mattéo Gachon.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



De gauche à droite : Philippe Espanet, trésorier de French Tech Grande Provence, Paul Hermelin, président de l'association, Mattéo Gachon, co-président et Anthony Poirier, secrétaire général.

L'accent mis sur les incubateurs

Depuis sa labélisation, French Tech Grande Provence est particulièrement attentive à ses programmes d'incubateurs auprès des structures adhérentes que ce soit des start-ups ou des PME. Mettre l'accent sur

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

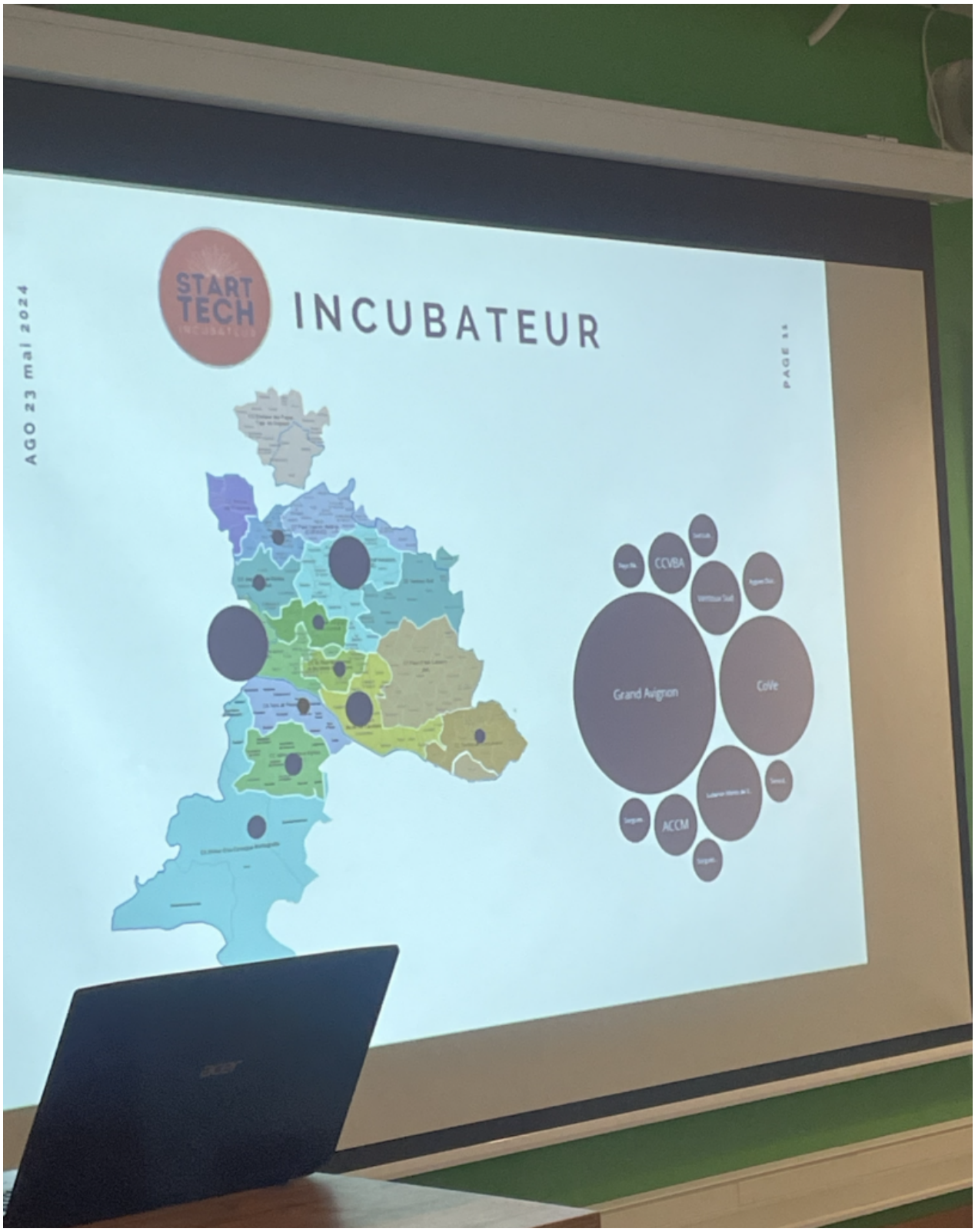
Ecrit par le 1 novembre 2026

l'accompagnement de ces projets d'entreprises est bien entendu un enjeu d'avenir comme l'a confirmé Laure Baudoin, responsable pédagogique et communication de l'association « notre objectif principal est toujours le même, favoriser l'émergence des start-ups, accélérer leur croissance, renforcer leur attractivité afin de structurer et animer l'écosystème territorial. On a particulièrement à cœur d'encourager la diversité et l'inclusion ».

L'association a dénombré 47 start-ups dans son programme incubateur en 2023, un chiffre qu'il convient de mettre en perspective car French Tech Grande Provence a calculé une baisse de 9% du nombre d'incubés par rapport à 2022 passant de 152 à 123 « on doit revoir notre modèle, c'est indéniable car le modèle économique de l'incubateur est extrêmement fragile. Nous devons collaborer plus activement auprès des PME (Petites et moyennes entreprises) et pas seulement nous focaliser sur les start-ups. » assure Laure Baudoin.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Répartition des entreprises incubées accompagnées par French Tech Grande Provence sur le département du Vaucluse

Une feuille de route 2024 placée sous le signe de l'innovation et de recherche de partenaires

Cependant, ce constat étant fait, il permet aux membres directoires du bureau d'avoir une vision claire pour 2024 et les années à venir avec une stratégie plus forte tout en gardant les points positifs déjà apportés « Nous avons entre 10 et 12 incubateurs par promotion d'accompagnement, ce qui est évidemment un chiffre limité mais cela permet néanmoins un accompagnement plus personnalisé de la part de nos trois formateurs certifiés qui sont des mentors, chefs d'entreprises confirmés qui accompagnent individuellement les futures entreprises lors d'ateliers collectifs et individuels. Depuis le lancement en 2021, 92% des entreprises ayant suivi cette cession ont lancé leur entreprise » souligne Laure Baudoin.

L'année 2024 sera primordiale sur ce volet et pour ré augmenter le nombre d'incubateurs, les membres de French Tech Grande Provence sont prêts à mettre en place plusieurs solutions innovantes « Pour l'année à venir, on réfléchit à travailler sur un modèle de « success feess » qui permettrait aux start-up en fin d'incubation ou développé économiquement après un an d'accompagnement de nous payer la dernière partie. On trouve ça plus juste que d'avoir un tarif pour tout le monde qui empêche l'accessibilité à l'accompagnement. On souhaite également à un partenariat avec Avignon Université pour que les étudiants aient un fond de soutien qui viendrait de la fondation de l'université, on recherche cette année à développer notre nombre de partenaires privés pour relancer une croissance stable et efficace sur ce point » conclut la responsable pédagogique.

Azuvia : de l'Île-de-France à Avignon

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



Quatre associés décident un beau jour de tout quitter en Île-de-France. Direction la pépinière Créativa pour faire grandir leur bébé Azuvia.

« Nous étions hier à la cérémonie ‘Le Vaucluse a du talent‘. L’Opéra du Grand Avignon, quel lieu splendide, j’ai adoré les balcons et l’architecture », nous confie le cofondateur Olivier Lucas, à peine installé. Tout juste un mois que les entrepreneurs ont élu domicile en Vaucluse et déjà la qualité de vie les gagne : « je suis hyper content d’être ici, on ne s’est pas trompé. »

Azuvia traduit la volonté audacieuse de jeunes dirigeants (25 à 32 ans) de soigner le mal à la racine, ou plutôt à la source. La start-up est spécialisée dans les solutions de traitement des eaux dédiées aux professionnels (agroalimentaire, viticulture, industrie brassicole) via les systèmes de traitement des effluents liquides ; aux particuliers avec la serre filtrante pour une piscine naturelle. Azuvia a dernièrement fait parler d’elle dans le microcosme vauclusien en décrochant le Trophée de l’innovation environnementale du vin en Provence avec sa solution de traitement d’effluents ‘SETEIA’.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Rue Michel de Montaigne, l'équipe nous accueille avec le sourire. Ambiance start-up, open space chaleureux, petit café et grands talents. La serre végétale, fruit de plusieurs années de R&D, trône au rez-de-chaussée. Le bruit de l'eau qui ruisselle fait écho au récit d'Olivier Lucas, directeur commercial qui nous conte ses périples. 7 salariés et une personne à temps partiel s'affairent à développer Azuvia dans cette nouvelle maison. Quatre ans que l'équipe travaille sur le sujet.

Aux commandes, quatre associés et amis : Jean-Rémi Loup, Paul-Etienne Fontaine, Olivier Lucas et Tristan Bauduin (directeur général). A la communication : Emilie Degenève. Pour percer le marché, ils ont élu domicile à Avignon, Saint-Saturnin-lès-Apt ou Loriol-du-Comtat. Quatre étudiants ingénieurs qui se lient d'amitié sur les bancs de la fac et notamment à Sup'Biotech, l'Institut supérieur des biotechnologies de Paris. Passionnés par le vivant et ses miracles, ils créent une association de développement durable et initient plusieurs actions de sensibilisation. « On avait par exemple un potager à Villejuif dans le Val-de-Marne, au milieu des cités. On essayait de sensibiliser les gens au végétal », nous raconte Olivier Lucas. L'équipe réfléchit alors à un projet entrepreneurial pour améliorer ce monde à leur échelle.

La piscine naturelle au commencement

Vient un jour l'idée de la serre filtrante pour nettoyer l'eau des piscines de manière naturelle et écologique. Le premier prototype est construit en 2018, testé chez le grand-père. « C'était un succès. L'eau est restée propre et translucide tout l'été, sans aucun produit chimique et grâce à l'action de notre serre filtrante », se remémore Olivier Lucas. La culture se fait hors sol, les plantes aquatiques et semi-aquatiques sont organisées en culture verticale dans une serre. Elles baignent dans une eau contenant un substrat, une solution nutritive (hydroponie). La serre vient protéger de tout aléa climatique. La dépollution s'opère ainsi par les plantes et les micro-organismes. Le concept dans la boîte, place à une cascade de pitchs pour présenter le projet à Paris.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



La serre filtrante Azuvia, design et facile à installer.

Pourquoi Avignon ?

La société voit le jour en 2019, s'en suit les premières recherches de financement « pour lancer la machine ». Très vite, le concept plaît aux investisseurs. 140.000€ sont abondés par les associés, la première levée de fonds monte à 300.000€ l'année dernière à Paris. Objectif : le million d'ici janvier en capital (investisseurs privés). « On savait que l'on allait passer par cette phase de levée de fonds, impossible de recourir à l'autofinancement compte tenu de nos structures de coûts et de nos dépenses en R&D. », explique Olivier Lucas. Un levier de financement également envisagé pour les projets d'internationalisation.

Les entrepreneurs sont toujours à Paris. Les piscines ne sont pas légion, le soleil un peu plus timide. Les terrains se révèlent être soit trop chers, soit excentrés. Pour se rapprocher du marché et trouver du foncier disponible, décision est prise d'emballer les affaires. « On a sillonné le sud pour trouver les

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

opportunités. La Région, le Département, le Grand Avignon nous ont ouvert grand les bras pour faciliter notre implantation. Vaucluse Provence attractivité, la French tech grande Provence pour le réseau, tous ont contribué », se réjouit l'ingénieur. Le Grand Avignon leur met alors à disposition une surface en friche de 900 m² à deux pas de leur atelier. « On avait le package global : atelier, bureau, terrain d'expérimentation où l'on teste nos systèmes, toute les facilités à disposition », liste-t-il.

Nouveau marché : dépollution industrielle

Et puis le projet évolue. La start-up s'oriente progressivement vers un nouveau marché professionnel, pour des raisons de rentabilité mais pas seulement. « Aujourd'hui, on est à 90% sur les effluents liquides issus de l'industrie. Avec ce marché, on trouve plus de sens, plus d'impact sur l'environnement. C'était dans notre tête depuis le départ, on savait qu'on allait s'écarter du marché de la piscine », confie Olivier Lucas. Pour autant, aucun regret, bien au contraire. Les décisions se prennent de manière collégiale, avec quatre tampons systématiques sur le papier. Pour les aider dans cette noble tâche, nul autre que Rémi Soret, éminent jeune docteur en Génie des procédés qui les a rejoint en tant que responsable R&D dépollution et industries.



Scénario catastrophe du largage dans la nature… Photo DR

80% des eaux usées dans le monde ne sont pas traitées avant relargage dans l'environnement. Parmi les polluants les plus répandus et dangereux pour l'environnement il y a l'azote (nitrates). Ces nitrates sont responsables du développement d'organismes indésirables qui consomment l'oxygène présent dans le milieu et contribuent à la mort de l'écosystème. Les solutions écologiques brevetées Azuvia répondent alors à ces enjeux. Ces technologies reposent sur 3 grands procédés : phytoremediation (la dépollution de l'eau par les plantes), biominéralisation (organismes vivants produisant des minéraux), hydroponie (la culture de plantes et végétaux hors-sol et dans l'eau).

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Les clients ? Ils sont divers. Azuvia s'illustre dans le traitement des eaux de process et des eaux de lavages des caves et des brasseries, de l'industrie de l'agro-alimentaire et de ses sous-produits, l'industrie du fruit et du légume, des boissons, les usines de traitement des biodéchets. Mais également auprès des collectivités locales pour la gestion d'eau fluviale. Exemple de réussite, le système installé au sein du Domaine Les Bruyères dans la Drôme, en plein cœur des vendanges. « L'eau est arrivée extrêmement noire pour ressortir de notre système très pure », précise Olivier Lucas. Des études de biodiversité sont également en cours en vue d'une possible installation sur une île en Grèce.



La serre Azuvia a de beaux jours devant elle.

« On se lève le matin avec la pêche », se réjouit Olivier Lucas qui rappelle l'abnégation de toute son équipe. « C'est beaucoup de sacrifices, nous avons quitté de grands groupes avec de bons salaires mais nous y croyons. Aucune individualité, on se consacre entièrement à la société. C'est la meilleure décision que j'ai pu prendre », précise celui qui a notamment fait ses armes chez Orano. Une entreprise française qui entend bien dynamiser son territoire et contribuer à la réindustrialisation du pays.

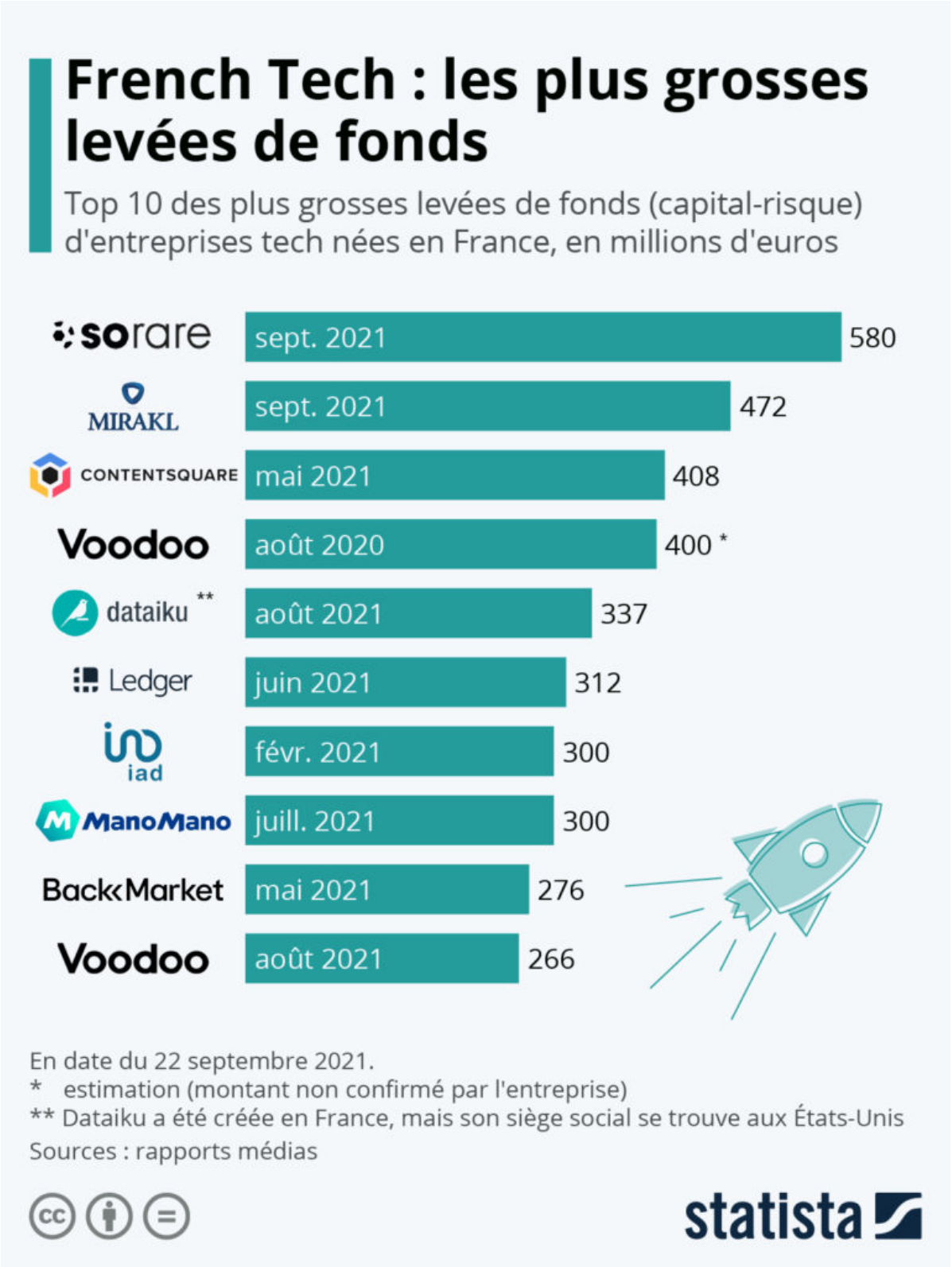
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Les plus grosses levées de fonds de la French Tech

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

C’est une semaine record pour la French Tech. Mardi 21 septembre 2021, deux jeunes entreprises françaises ont chacune annoncé avoir levé plus d’un demi-milliard d’euros de financements. Avec 580 millions d’euros, Sorare a réalisé la plus grosse levée de fonds de l’histoire de la French Tech, tandis que Mirakl a signé dans la foulée la deuxième plus élevée, avec 472 millions d’euros. Comme le montre notre graphique, on assiste à une pluie de levées de fonds records depuis le début de l’année : neuf des dix plus importantes réalisées à ce jour étant survenues en 2021.

Ces niveaux historiques de financements pour les startups tricolores s’expliquent notamment par une nouvelle ambition internationale et des entreprises positionnées sur des marchés porteurs, à l’image de Sorare et son concept de jeu basé sur la blockchain, ou de Mirakl, spécialiste des places de marché en ligne. Selon Philippe Corrot, le fondateur de Mirakl, interrogé sur Europe1, il y a également « un environnement favorable qui a été créé par le gouvernement avec des initiatives comme la French Tech ».

On observe néanmoins que ce sont rarement des fonds français qui sont capables d’investir de telles sommes dans ces startups. Pour Sorare, c’est le Japonais Softbank qui a mené le tour de table, alors que pour Mirakl, il s’agissait de la société d’investissement américaine Silver Lake.

De Tristan Gaudiaut pour Statista

L’Inpi et la Région Sud ensemble pour l’innovation

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



L'Institut national de la propriété industrielle et la région Provence-Alpes-Côte d'azur renouvellent leur collaboration pour une durée de trois ans. Objectif ? Soutenir et protéger l'innovation par la formation des entrepreneurs et chercheurs.

L'innovation représente la base de l'engagement de l'Institut national de la propriété industrielle (Inpi), qui délivre les titres de propriété industrielle (brevets, marques, dessins et modèles) et accompagne les innovateurs dans leur stratégie de protection et de défense des droits de propriété industrielle. La Région Sud affiche la protection de la propriété intellectuelle comme l'un des objectifs majeurs de sa politique de soutien à la recherche et au développement économique. Un objectif qui doit « être gage de croissance et de créations d'emplois. »

67 entreprises accompagnées

L'Inpi et la Région Sud ont travaillé conjointement lors d'un premier partenariat 2018-2020 pour aider les acteurs régionaux privés et publics à rentabiliser les résultats de leur recherche, leur assurant ainsi un avantage compétitif stratégique. En 3 ans, 67 entreprises ont ainsi été soutenues pour sécuriser leurs relations partenariales techniques ou commerciales dans le cadre d'un projet innovant. 88 entreprises ont été aidées pour protéger leurs actifs par un titre de propriété industrielle en France et à

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

l'international.

En 2021, l'Inpi et la Région Sud renouvellent le partenariat, notamment dans le domaine de la transition numérique, écologique et énergétique ainsi que sur les secteurs d'excellence de la Région Sud. Le but étant que les entreprises régionales intègrent mieux la propriété intellectuelle dans leur stratégie de développement pour rester parmi les leaders dans leur domaine, valoriser leur excellence mais aussi lever des fonds et nouer des partenariats.

Soutien financier et promotionnel

Concrètement, la convention prévoit un soutien financier de la Région aux dispositifs déployés par l'Inpi, pour minimiser le coût restant pour les bénéficiaires (prise en charge à hauteur de 75 % du coût entreprise). Les deux acteurs misent également sur des actions de communication autour de la propriété intellectuelle. La première action commune aurait lieu à l'occasion du salon Viva technology, au mois de juin, sous la forme d'une table ronde réunissant start-up, Région et Inpi.

Comment l'Inpi intervient ?

Pour favoriser le recours à la propriété industrielle comme levier de compétitivité des entreprises, l'Inpi a mis en place une politique de soutien baptisée 'Coaching Inpi'. Cet accompagnement repose notamment sur le prédiagnostic (état des lieux et recommandations personnalisées) ; le programme start-up (intégrer la propriété intellectuelle en tant que force pour ses levées de fonds) ou le 'Pass PI'(soutien financier). Le programme 'Alliance PI' (Propriété intellectuelle) vise quant à lui à maitriser les enjeux de propriété intellectuelle et les transferts de technologie public-privé. Enfin, la cartographie des inventions brevetées permet aux entreprises d'analyser leur environnement technologique et concurrentiel mondial pour orienter leur stratégie d'innovation.

Quelques exemples

Plusieurs exemples de l'action croisée Inpi/Région illustrent cette collaboration. La société Hysilabs, start-up dans le domaine du transport de l'hydrogène, a bénéficié d'une cartographie lui permettant de visualiser le positionnement distinctif de sa technologie dans son environnement concurrentiel. Cette représentation cartographique a pu alors être valorisée auprès des investisseurs. L'entreprise Richel group, fabricant de serres agricoles depuis plus de 50 ans, a suivi le cursus de perfectionnement à la propriété intellectuelle avec la 'Master class PI' et a ainsi intégré de manière plus systématique la PI dans son activité d'innovation. Enfin, la Région et l'Inpi ont pu travailler conjointement sur les salons régionaux (le salon des entrepreneurs, le salon Innovative City) et proposer plusieurs conférences sur la PI à près d'une soixantaine d'entreprises.

L.M

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

La start-up pertuisienne Biointrant ouvre une campagne de vote pour l'agriculture durable



La start-up pertuisienne Biointrant, spécialisée dans le développement et la production de biosolutions pour les terres agricoles, annonce l'ouverture d'une campagne de vote sur la plateforme de financement participatif Wiseed.

Cette étape, d'une durée d'un mois, permettra de mesurer l'intérêt sociétal et financier autour de l'entreprise. Si la consultation est concluante, l'entreprise sollicitera une levée de fonds avec un objectif de collecte de 500 000€. Un premier renfort financier sera principalement dédié à la construction d'une unité industrielle pour permettre la production de plusieurs produits en parallèle et répondre à la demande croissante du marché.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Alternative aux substances chimiques

Biointrant cultive des bactéries phytobénéfiques, afin de protéger les plantes et stimuler leur croissance sans modification génétique. Le marché ciblé par Biointrant est celui des intrants, aujourd'hui majoritairement chimiques (engrais, pesticides…) utilisés dans l'agriculture. Le marché mondial était estimé en 2019 à 260 milliards d'euros et devrait atteindre 320 milliards d'euros en 2024. Fondée en 2018, la société est basée à la pépinière des entreprises innovantes de Pertuis à proximité d'Aix en Provence.

Restaurer l'équilibre biologique de la terre

La valeur ajoutée de Biointrant réside dans sa capacité à identifier la bonne combinaison bactérie-plante-sol. « Nous avons développé une plateforme bioinformatique qui qualifie d'ores et déjà plus de 3 000 souches bactériennes. De puissants algorithmes nous permettent de croiser leurs génomes avec nos bases de données et *in fine* d'identifier les meilleures candidates », explique Renaud Nalin, directeur général et co-fondateur de Biointrant.

Ces biosolutions offrent aux agriculteurs la possibilité de restaurer les équilibres biologiques au sein de leurs terres de façon naturelle et durable. Elles s'appliquent aujourd'hui aussi bien pour à des cultures de plein champ que des cultures de spécialité. Disponibles sous forme de poudres, liquides, enrobages de semences, microgranulés, elles ne nécessitent pas de nouveaux matériels ni de nouvelles méthodes de travail.

Test à l'appui

L'entreprise Future Gaïa, basée à Rodilhan et spécialisée dans la mise au point de fermes verticales innovantes et automatisées, a ainsi étudié l'effet bactéries fournies par Biointrant sur la résistance au stress hydrique du basilic. Les résultats montrent une augmentation du rendement de 15% en comparaison au témoin lorsque les basilics ne sont soumis à aucun stress, et de 32% lorsqu'un stress hydrique est appliqué. « Cette collaboration avec Biointrant permet de réduire les intrants (eau, fertilisants…) tout en augmentant les rendements culturaux », témoigne la direction de l'entreprise. Les bactéries cultivées par l'entreprise sont également sélectionnées pour leur rôle dans le stockage du C02 dans le sol, un enjeu majeur pour une agriculture respectueuse de l'environnement.

Biointrant a bénéficié d'important investissement financier, depuis plus de deux ans, de la part de BPI France à travers les programmes Frenchtech et Deeptech, accélérant la maturation des produits. Par ailleurs, la communauté européenne dans son programme H2020, a audité et qualifié les produits de la société dans la catégorie 'excellence'.

Pour soutenir Biointrant : www.wiseed.com/fr/projet/39650561-biointrant

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Isle-sur-la-Sorgue: la start-up Getinshoot soutenue par le programme ‘Femmes Entrepreneuses’ d’Orange



Mis en place depuis 3 ans, le programme ‘FemmesEntrepreneuses’ est destiné à booster l’entrepreneuriat féminin. Pour soutenir cette 3e saison, Orange s’est engagée à soutenir 10 startups dans la région du grand sud est.

Le groupe Orange accompagne les porteurs de projet locaux par des mentors, dans le cadre d’un programme constitué de thématiques actuelles : l’Intelligence artificiel, la cybersécurité, le ‘média training’ ou des ateliers de vente et marketing. Les ‘start-uppeuses’ sélectionnées, bénéficient d’un suivi personnalisé pour répondre à leurs problématiques, des ateliers de partage avec des experts d’Orange, ainsi que des temps d’échange avec le réseau Orange et celui des #FemmesEntrepreneuses.

Basée à l’Isle-sur-la-Sorgue, c’est Mélanie Pin, CEO et co-fondatrice de ‘Getinshoot‘ qui a souhaité participer à cette aventure. L’application (IOS, Android) automatise à la vitesse de l’éclair la collecte des médias de tous les participants au cours d’un événement : l’organisateur du projet n’a plus qu’à créer sa

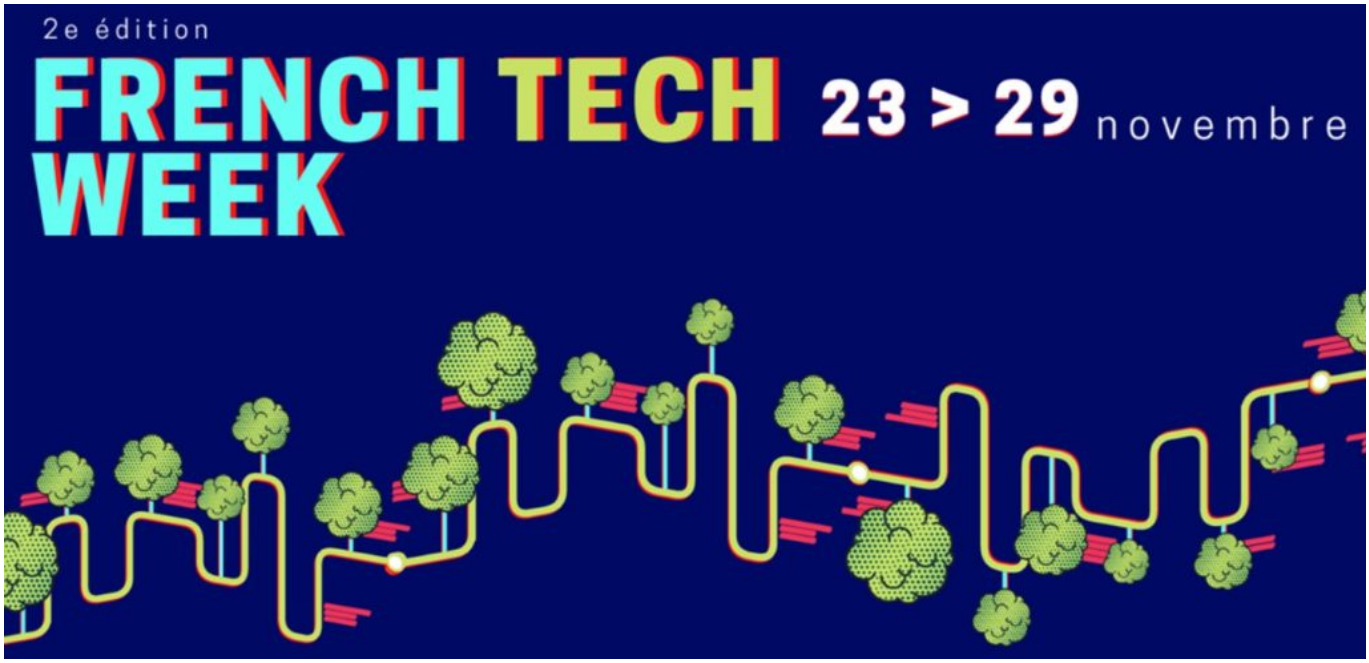
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

vidéo compilation directement depuis l'application. « Tout s'est enchainé très vite, nous avons constitué l'équipe et commencé à travailler en août 2019. Tout est encore à inventer et à imaginer, c'est pourquoi nous avions besoin de conseils d'experts dans le domaine du numérique et digital. C'est une réelle opportunité pour nous, de faire partie de la saison 3 et de bénéficier du savoir-faire d'Orange. » témoigne Mélanie.

Pour Fabienne Dulac, directrice exécutive d'Orange France, « la révolution numérique n'est pas qu'une révolution technologique : elle est surtout une révolution culturelle qui rend toujours plus sensible les impératifs d'égalité professionnelle et de diversité. » La direction accompagne 100 femmes dans leur aventure entrepreneuriale, en mettant du savoir-faire au service du succès de leur projet.

Avignon : la French Tech Provence soutient les entreprises novatrices



La French Tech Week, propose, cette semaine, des rencontres entre artistes, chercheurs, acteurs de l'innovation pour soutenir les entreprises dans le cadre du plan de relance.

Mercredi 25 novembre de 14h à 15h30, Lever des fonds

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Lorsqu'elles arrivent en phase de croissance, les startups sont souvent confrontées à une problématique importante dont dépend leur développement : lever des fonds. À qui s'adresser ? Comment préparer son dossier ? Pour quelle valorisation ? De qui s'entourer ?
Venez poser vos questions à Catherine Chiabodo, membre du Grand Delta Angels ! Inscriptions ici

Mercredi 25 novembre de 14h à 15h30, Rencontre experts
La French Tech Grande Provence a constitué un réseau d'experts bénévoles qui mettent leurs compétences et leur expérience au service des adhérents. La French Tech Week est l'occasion de les rencontrer et de leur poser vos questions !
En présence des experts Adil Charkaoui, Odile Courbon, Dominique Daniel, Philippe Espanet, Brahim Hamidi, Joris Lech, Claire Maurel, Stéphanie Renier, Laurent-Attilio Sciacqua. Inscriptions ici

Jeudi 26 novembre de 10h à 17h, Starts
Cette journée sera dédiée au grand public où l'art, la science et la technologie sont invités à témoigner des expériences et collaborations issues du programme européen Starts. Inscriptions ici

Jeudi 26 novembre de 10h à 11h30, Conf' by Orange
La Conf' by Orange met à l'honneur le nocode ! Venez découvrir comment réaliser des applications mobiles et web, des sites, des marketplaces, ou encore automatiser des process sans savoir coder. Une conf' animée par Etienne Laffaire, Startup & Corporate Manager. Inscriptions ici

Jeudi 26 novembre de 10h à 10h30, Télétravail, entre théories et réalités
Force Cadres se réinvente et transforme son grand événement annuel en une série de rencontres digitales. La première sera lancée durant la French Tech Week à découvrir, à partir du 26 novembre à 10h, sur la chaîne Youtube.

Jeudi 26 novembre de 14h à 16h, lancer son entreprise en mode Startup
Vous êtes cadre en recherche d'emploi et vous souhaitez créer une entreprise ? Assistez à l'atelier animé par la French Tech Grande Provence en partenariat avec Pole Emploi pour aborder les étapes et utiliser la méthodologie startup pour l'entreprise que vous souhaitez créer.

Vendredi 27 novembre de 14h à 16h, Audit gratuit
En cette année si particulière, les adhérents se mobilisent pour venir en aide aux entreprises en difficulté avec la transition digitale et les amener à optimiser leurs coûts et favoriser l'innovation pour passer le cap de cette crise. **Byzaneo**, entreprise avignonnaise met son expertise au service des entreprises et propose un audit gratuit sur la transition digitale et le DevOps ! Inscriptions ici

Et aussi…

Pimpez* la tech, un cadeau pour l'écosystème
Au tour de Getinshoot de se mobiliser en mettant la version premium de sa solution au service de l'écosystème numérique. Vous êtes une entreprise innovante, un centre de formation, un tiers-lieux un acteur de l'accompagnement du territoire, rejoignez l'opération de visibilité via la vidéo collaborative de la startup ! Téléchargez l'app gratuite, entrez le code 215891, présentez la structure ou l'entreprise,

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

votre nom et prénom, ce que vous préparez pour 2021. Vos collaborateurs et collaboratrices peuvent participer et nous diffuserons les vidéos dès décembre !

(Pimper se vêtir avec recherche, élégance de l'ancien français (1578), attesté vers 1200 de l'ancien occitan pimpar, est passé à l'anglais pimp puis est revenu en français en 2004 avec le sens de personnalisation d'un objet.)*

Partager les savoirs
C'est également l'occasion de partager les savoirs autour du no-code, de rencontrer les experts de notre réseau, de réfléchir au télétravail avec Force cadres, de poser toutes ses questions sur la levée de fonds à un business angel, de bénéficier d'un audit gratuit sur la transition digital et le DevOps avec Byzaneo et de se mettre en avant grâce à l'opération 'Pimpez la Tech'.

Qu'est-ce que le no code ?
Plus besoin de connaissances en informatique ni de développeurs pour lancer une appli ou un business en ligne. C'est la promesse du « no code ». Désormais, plus besoin de maîtriser le langage informatique pour créer une application mobile, un site web, une newsletter, un chatbot ou encore un assistant vocal… C'est en tout cas ce que promettent les plateformes « no-code » ou « low-code » comme Bubble, Microsoft PowerApps… Ces interfaces de programmation visuelle permettent à tout un chacun de créer sa solution informatique en quelques clics. Le développement sans code est également une solution à un problème d'offre et de demande : une demande croissante pour générer plus de logiciels, mais un nombre limité de développeurs qui peuvent créer ces logiciels.

Demandez le replay

Lundi 23 novembre avait lieu la Todo list du e-commerçant
La French Tech Week s'est ouverte sur la todo List du e-commerçant avec Maxime Varinard, expert et fondateur de Vaisonet. Est-ce que l'e-commerce peut être un outil de résilience Covid. Maxime Varinard est très clair à ce sujet : non. Alors quelles sont les stratégies pour commencer une activité e-commerce et la rendre active ? Fruit de plusieurs années d'expérience, cette keynote pose les bases pour bien démarrer.

La Keynote
«Créer une boutique de vente sur internet, c'est plutôt facile, relève Maxime Varinard. C'est après que ça se complique. Que faut-il pour bien démarrer et poursuivre son activité de e-commerce le plus sereinement possible ? Fruit de plusieurs années d'expérience, cette keynote donnera tous les points clé pour créer et optimiser son site e-commerce. Maxime Varinard a créé Vaisonet en 2005 autour d'experts en e-commerce avec, pour objectif, de faciliter la vie des TPE et PME (très petites et moyennes entreprise) se lançant dans la vente en ligne. Vaisonet est un éditeur de solutions e-commerce, spécialiste de la gestion des flux e-commerce et de l'optimisation des processus métier multicanal. L'entreprise édite une passerelle e-commerce universel permettant de faire communiquer en quasi temps réel le site e-commerce avec le logiciel de gestion commerciale et ce, avec les plus grands standards du marché.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

French Tech Grande Provence. CCI de Vaucluse. 46, Cours Jean Jaurès. Avignon.

Rocambole : une appli pour lire sur son smartphone



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Rocambole est une start-up française née d'un Start-up Week-end et soutenue par la French Tech Grande Provence. Ambition ? Devenir le Netflix français du livre sur smartphone. L'entreprise, dont le siège social se situe à Avignon, vient de lever 350 000€ via BPI France, les Business angels, le Réseau Entreprendre Rhône-Durance et The Bridge. Entretien avec François Delporte, co-fondateur de Rocambole.

Rocambole c'est quoi ?

«C'est une application de séries littéraires délivrées sur smartphone dont les épisodes durent 5 minutes, explique François Delporte, co-fondateur de Rocambole. Pourquoi le smartphone ? Parce que c'est un objet tendance, qui s'est inséré dans le quotidien des Français et que l'on met dans sa poche. Notre intention ? Proposer aux Français de lire, tous les jours, 5 minutes.»

Pourquoi parier sur la lecture via un smartphone alors que les liseuses existent ?

Notre offre est complémentaire à la liseuse. Nos épisodes sont 'calés' sur 5 minutes pour des séries d'environ une à deux heures maximum. Nous sommes donc sur un usage différent puisque les personnes lisent, sur la liseuse, des livres en séquences de plusieurs heures que l'on peut retrouver en librairie, alors que nous, nous sommes sur des contenus originaux que l'on ne peut trouver nulle par ailleurs. Notre intention est de proposer un 'choc' d'imaginaire à consommer avec son café, dans les transports en commun, avant de s'endormir, ou en cas d'insomnie.»

D'où proviennent ces séries ? Comment prenez-vous lien avec les auteurs ? Combien sont-ils ? Sont-ils de nationalités différentes ?

«Nous sommes organisés en trois modes de production. Le 1er s'instaure sur le mode de la candidature : les auteurs candidatent sur notre site, 'rocambole.io', formulaire 'devenir auteur' joignant leurs premiers épisodes, l'arc narratif de la 1ère saison et la construction des 5 minutes proposées car ce ne sont pas des épisodes 'découpés' que nous souhaitons mais bien des constructions complètes sur un délai court. Nous répondons aux candidatures dans le mois qui suit. Nous sommes très exigeants car nous ne retenons que 5% des candidatures. Nous travaillons avec des directeurs de collection –métier propre au monde de l'édition- qui accompagnent les auteurs jusqu'au niveau d'exigence requis pour être publiés sur l'application. La 2e façon de produire est de s'adresser à notre pool d'auteurs et de scénaristes que nous faisons se rencontrer afin qu'ils travaillent ensemble sur un sujet donné, comme, par exemple, notre série 'Coronavirus'. La 3e façon de produire est une commande que nous adressons à un auteur ou à un journaliste de renom sur un sujet précis et dont il a l'expertise, mais cela réclame plus de moyens, justement pour rémunérer ces grands noms. Nous collaborons avec 50 auteurs situés partout en France –y compris en Corse- et dans les Dom-Tom (Départements et territoires d'Outre-mer), tous de nationalité Française, pour 60 séries réalisées. Une fois intégré dans notre écosystème certains auteurs réécrivent de nouvelles séries.»

Ça coûte combien ?

«Nous fonctionnons comme une maison d'édition mais pas comme celles qui souvent travaillent à compte

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

d'auteur. Nous avons conservé le système d'à valoir qui est une avance sur les droits futurs s'échelonnant entre 50 et 500€ pour la partie candidature. Pour le pool auteurs c'est un peu différent car, là, nous entrons sur des commandes qui se négocient au cas par cas ce qui permet à l'auteur d'obtenir une rémunération pour son travail et qui touchera, ensuite, 10% de la consommation qu'il y a sur sa série ce qui lui permet d'obtenir un revenu récurent et non négligeable lorsque l'on connaît le statut et la précarité d'être auteur en France. Finalement, le lecteur soutient ce qu'il a consommé et aimé.»

Quand l'appli a-t-elle été lancée et combien de lecteurs/ abonnés avez-vous ? Quels sont leurs profils ?

«Notre histoire s'est construite en 3 dates. Le projet a été lancé en juin 2018 lors d'un start-up Week-end organisé par le Ministère de la Culture. Nous avions 2 jours pour proposer un projet, le présenter devant un jury et convaincre celui-ci. C'est ainsi que l'on a remporté un accompagnement à Avignon avec l'incubateur The Bridge. Cela nous a permis de nous lancer puis nous avons créé la société en juin 2019. Ensuite, nous avons lancé l'application en 2019 et sommes passés en accès gratuit lors du confinement dû à la Covid-19 tout en tissant des partenariats avec 20 minutes et Neon magazine qui diffusaient nos épisodes numériques sur leur site. C'est d'ailleurs ainsi que nous avons pu convaincre des investisseurs. Aujourd'hui nous avons 15 000 utilisateurs et 600 abonnés. Leur profil ? Ils ont entre 25 et 60 ans. Ce que l'on observe ? La génération Z (18-25 ans) est très sollicitée et conçoit à nouveau de l'intérêt pour la lecture, particulièrement lorsqu'elle aborde la vie active. Les 50-60 ans comprennent, sans surprise, une forte majorité de femmes ce qui est corrélé aux études sur la lecture qui confirme qu'il s'agit aux 2/3 de femmes habitant majoritairement dans les grandes villes françaises.»

Avez-vous organisé un comité de lecture pour sélectionner les séries proposées ?

«Tout à fait, nous collaborons avec un Comité de lecture indépendant –que nous avions créé, auparavant, dans le cadre de notre organisation- qui, sur 100 séries, en présélectionnent une dizaine leur semblant prometteuses. Cette sélection est ensuite lue par nos directeurs de collection et notre directeur éditorial qui effectuent un second tri, cette fois-ci définitif. Le Comité de lecture regroupe une dizaine de personnes passionnées de littérature, également sélectionnées à partir d'un test, qui effectuent ce travail, sur leur temps libre. Les personnes qui voudraient en faire partie peuvent s'inscrire sur Rocambole.io, onglet contact. On peut également proposer sa candidature pour devenir Directeur de collection, car nous sommes sensibles aux profils très qualitatifs. Nous sommes toujours à l'écoute de personnalités, d'entreprises qui souhaiteraient collaborer avec nous…»

Votre catalogue donne à choisir de la Science-fiction, de la romance, de la fantasy, du thriller … Allez-vous proposer des livres audio ? Est-ce que des ouvrages de BD dans la même veine pourraient étayer votre catalogue ?

«Nous proposons l'ensemble des genres et également des autobiographies, événements tirés de faits réels, de l'érotique, de la comédie, de l'historique, tout sauf la littérature Jeunesse qui nécessite un autre type de plume… Notre challenge ? Proposer des séries qui sortent des genres habituels que les lecteurs lisent habituellement. Les livres audio ? On pourrait proposer cette fonctionnalité d'écouter l'histoire

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

néanmoins cela aurait un coût car pour bien le faire il faudrait s'entourer du talent, en plus de l'auteur d'acteurs, de comédiens… Cela pourra faire l'objet d'un développement lors d'une prochaine levée de fonds. La BD (bande dessinée) ? Il s'y fait des choses tout à fait intéressantes. Si nous souhaitons aborder ce genre il faudra le faire par un biais différent, c'est-à-dire proposer au dessinateur, à l'illustrateur d'écrire pourquoi il a décidé de créer cette BD, comme un best of complémentaire à la BD. Offrir du contenu additionnel autour d'une œuvre.»

Rocambole aujourd'hui ?

« Rocambole ? C'est une dizaine de collaborateurs, tout statut confondu. Nous avons profité de l'été pour nous structurer grâce, notamment, à la levée de fonds. Nous nous développerons durant ces 12 à 18 mois prochains pour, peut-être, nous restructurer à nouveau comme toute jeune entreprise.»

Comment l'idée de Rocambole a-t-elle germé ?

«C'est l'histoire d'une rencontre, celle de Camille Pichon et moi. Camille venue du monde de la littérature et de l'édition numérique et moi du monde de l'investissement et de l'entrepreneuriat. L'idée a germé en discutant et nous nous sommes dits : 'Ce serait chouette de recevoir, chaque jour, un bout d'histoire par sms'. Ça a été l'élément déclencheur. Puis Camille s'est exclamée : Ca ressemble beaucoup au format du roman feuilleton du 19e siècle auquel on pourrait adjoindre la technologie d'aujourd'hui pour passer du roman feuilleton à la série, du sms à une application. C'est ainsi que l'on a construit les fondamentaux qui font Rocambole aujourd'hui autour d'une intention forte : lire 5 min chaque jour.»

Qui compose l'équipe ?

«Nous sommes 4 co-fondateurs : Camille Pichon est présidente-directrice générale, moi, directeur-général, Boris Duda un ami d'école de commerce travaillant sur la partie marketing-communication et Julien Simon notre directeur éditorial qui cumule 20 ans d'expérience en édition, libraire, auteur également entrepreneur du numérique. Nous venons de lever 350 000€ de fonds grâce à l'aide des Business Angel et de BPI France et sommes également lauréats du Réseau Entreprendre Rhône-Durance.»

Comment allez-vous employer cet argent ?

«Selon 3 axes, en se faisant connaître du grand public car nous sommes plutôt innovants : marque, format, personne ne peut nous trouver 'naturellement'. Nous cherchons à créer des séries avec de grands noms de l'édition, du divertissement, de la télévision et nous souhaitons professionnaliser notre pool de production comprenant des scénaristes et auteurs pour être en capacité de produire des séries qui nous paraissent dans l'air du temps et prometteuses afin de ne pas dépendre du flux entrant de candidatures.»

Quelles sont vos stratégies pour vous faire connaître du plus grand nombre ?

«Il y a 5 canaux : les relations presse et les médias, les réseaux sociaux, en faisant appel aux influenceurs en proposant des partenariats, en B to B to C (Business to business to consumer) comme, par exemple,

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

travailler avec des mairies et autres collectivités qui proposeraient aux adhérents de la bibliothèque un abonnement à Rocambole, ou aux usagers des transports en commun ou, pourquoi pas, dans le domaine de la santé à des personnes qui seraient hospitalisées ou qui sortiraient d'un établissement de santé et enfin, pour le 5e canal il s'agirait de street marketing en distribuant des prospectus avec des crieurs de rue, comme à l'époque du roman feuilleton qui annonce des meurtres ou quelque chose comme ça, avec une gazette imprimée en noir et blanc… Opération que nous mènerons à Paris, en octobre.

Rocambole premium ce sont 2 mois gratuits pour accéder à 12 mois de lecture pour 39,99€ ou 3,99€ par mois renouvelable et l'offre découverte pour accéder à 5 séries qui représentent 4h de lecture. https://rocambole.io

---

Avignon : fondez pour les glaces 100 % végétales Sÿba

l'écho du mardi
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



Installés au MIN d'Avignon, Camille Ribelles et Mickaël Veyron conçoivent, à travers leur marque Sÿba, des glaces artisanales entièrement composées d'ingrédients d'origine végétale et sans gluten.

Sÿba est le diminutif de Sybarite, un peuple de la Grèce antique qui a voué son existence à l'hédonisme le plus total. Une pratique mêlant plaisir de l'instant et bien-être, deux sentiments que Camille Ribelles et Mickaël Veyron souhaitent offrir aux gourmands qui prendront le temps de déguster leurs créations. « Nous voulons que nos glaces soient synonymes de joie et de légèreté », soulignent en chœur Camille et Mickaël. Les deux associés, qui se sont rencontrés dans les cuisines du restaurant étoilé Christian Etienne (elle était spécialiste des vins, lui pâtissier), ont eu l'idée de se lancer sur le marché de la glace après avoir échangé avec des personnes végétariennes lors d'un voyage en Amérique du Sud. « On nous disait qu'en France, pays de la gastronomie, on trouvait très peu de pâtisserie végétale, explique Mickaël. On a alors eu l'envie de se lancer dans l'aventure de l'entrepreneuriat avec le souhait de proposer des produits innovants où la qualité prime. »

Leaders sur le marché français

De la conception des glaces et sorbets à l'identité de la marque, tout est entièrement géré par Camille et Mickaël depuis leurs locaux du MIN d'Avignon. Sélectionnant uniquement des produits frais issus d'une

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

agriculture durable et locaux dans la mesure du possible, chaque glace est réalisée artisanalement à partir de fruits secs (oléagineux, céréales…) qui sont transformés en purée, jus ou pâtes. « Nous sommes sur une formulation unique en France, souligne Mickaël. Nous fabriquons nous-mêmes nos laits végétaux en utilisant des sucres naturels et des fibres végétales qui vont apporter cette sensation charpentée et crémeuse en bouche. » La marque tend à être aussi verte que possible puisque les glaces sont distribuées uniquement dans des packagings éco-responsables.

Des 'box découverte' livrables en France

Parfums à la lavande, fleur d'oranger, thé matcha… Une quinzaine de parfums sont disponibles et ce sont au total 70 litres de glaces qui sont produits chaque jour. Parmi leur clientèle, on retrouve des restaurateurs vauclusiens reconnus comme Mathieu Desmarest (Moloko) et des établissements prestigieux comme l'Hôtel d'Europe. Quant à la période de confinement due au Covid-19, si elle fut difficile du fait de la fermeture des restaurants, elle aura tout de même permis aux deux entrepreneurs de développer la vente de leurs produits sur internet. « Nous avons créé une e-boutique où nous proposons aux particuliers des 'box découverte' regroupant 10 parfums ainsi que des box personnalisables, précise Camille. Nos box sont livrables partout en France (via le service 'Chrono freeze') et se destinent autant aux particuliers qu'aux professionnels. » « Nous sommes également présents dans certaines pâtisseries et boulangeries locales, poursuit Mickaël. C'est un canal de distribution non négligeable que nous souhaitons développer dans les mois à venir ». Pour cela les deux associés souhaitent embaucher l'année prochaine un commercial qui arpentera les villages de Provence pour y faire implanter durablement la marque Sÿba et ses glaces parfumées qui font rimer innovation et éco-responsabilité.

www.sybavegetal.com

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839



Camille Ribelles et Mickaël Veyron