Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

Monteux : la chaîne Basic Fit ouvre une salle de sport à Horizon Provence



Le club Basic Fit Monteux ouvre ses portes aux sportifs dès aujourd'hui — le mardi 22 avril — au sein du centre de commerces et services de proximité Horizon Provence.

Alors que la zone commerciale Horizon Provence, située à l'entrée du quartier de Beaulieu à Monteux, n'a ouvert qu'en janvier dernier au public avec cinq enseignes, le centre en comptabilise désormais neuf. Les commerces ouvrent les uns après les autres dans le but d'élargir l'offre proposée aux acheteurs.

Après un magasin de grande distribution, une animalerie, un opticien, ou encore une boutique

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

d'outillage, les Montiliens et visiteurs vont pouvoir se remettre en forme avec l'ouverture d'une salle de sport. Basic Fit Monteux a ouvert ses portes aujourd'hui. Un club accessible 7j/7 avec sept espaces d'entraînement variés comprenant des équipements de dernière génération, le tout avec une vue imprenable sur le Mont Ventoux et les Dentelles de Montmirail, de quoi en motiver plus d'un.

Comme pour chaque ouverture de salle, Basic Fit propose une offre exclusive pour s'entraîner dans la salle de Horizon Provence et devenir Membre Fondateur pour 19,99€ par mois à vie et sans frais d'inscription. Une offre valable jusqu'au mardi 20 mai prochain. Il est possible de s'inscrire en ligne ou directement à la salle de sport de Monteux.

Basic Fit. Ouvert de 6h à 22h30 du lundi au vendredi et de 9h à 19h les samedi et dimanche. 1158 Route d'Avignon. Horizon Provence. Monteux.



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026



©Basic Fit

Horizon Provence : la nouvelle zone commerciale de Monteux ouvre enfin ses portes

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026



Après plusieurs mois de travaux, le centre de commerces et services de proximité Horizon Provence, situé à l'entrée du quartier de Beaulieu à Monteux, prend vie. Cinq commerces attendent d'ores et déjà les Montiliens.

Les Montiliens l'attendaient depuis plusieurs mois. La nouvelle zone commerciale de la ville, nommée « Horizon Provence » accueille dès aujourd'hui — le mercredi 22 janvier — le public. La zone de près de 12 000 m² dispose d'un grand parking gratuit avec plus de 340 places et plus de 210 pour les vélos. Elle est aussi accessible en bus. Des bornes de recharge pour véhicules électriques devraient être installées d'ici peu.

Plusieurs commerces sont d'ores et déjà installés et ouvrent leurs portes comme la Marie Blachère, MyBioShop, Provence Outillage et l'animalerie DO&KA.

L'enseigne dédiée au bien-être animal DO&KA ouvre un magasin à Monteux

Un Super U ouvre également ses portes aujourd'hui. L'implantation de ce supermarché de 2 500 m² avait été annoncée l'été dernier et une opération de recrutement pour 64 postes avait été lancée. Les

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

enseignes Thiriet et Krys devraient prochainement ouvrir ainsi que d'autres commerces de manière séquencée au cours du premier semestre de l'année 2025. « Ces commerces et services de proximité proposent une offre accessible, locale et adaptée aux attentes et besoins des visiteurs, privilégiant la qualité, le savoir-faire et le contact humain », explique Horizon Provence.



Ce à quoi devrait ressembler la zone commerciale Horizon Provence à terme. ©Horizon Provence Monteux

---

Visite ministérielle à Avignon : la mutation des centres commerciaux au cœur des enjeux

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026



La fin de la France « moche » ?
Ce terme employé par Télérama dès les années 2010 pour qualifier les entrées de ville et les zones commerciales « hangarisés » et froides devrait bientôt disparaitre du langage commun. Le plan de transformation des zones commerciales d'entrées de ville voulu depuis un moment par le gouvernement en place a dévoilé ses lauréates en ce mois de mars 2024. Parmi les 74 intercommunalités sélectionnées, on retrouve la ville d'Avignon qui avec la zone commerciale de la Cristole qui se trouve à l'entrée sud de la commune bénéficiera de l'enveloppe de 26 millions mise à disposition par l'Etat.

Ce budget alloué aux différentes villes devrait permettre de « réinventer ces espaces tant sur le plan économique, climatique que social pour les soixante prochaines années » comme l'a déclaré Olivia Grégoire, ministre des Entreprises lors de sa visite sur la zone commerciale de Mistral 7 ce vendredi 29 mars. Un défi important pour le gouvernement actuel au vu de la crise du logement et l'inflation importante que subit le pays. Premier créateur d'emploi (3,6 millions), le secteur du commerce génère un chiffre d'affaires de 1450 milliards d'euros et représente plus de 700.000 entreprises. Le réaménagement et la transformation de ces zones commerciales apparaissaient donc comme nécessaire pour faire face à ces enjeux d'avenir.

« 63 zones d'activités commerciales dont Avignon vont bénéficier de centaines de milliers d'euros pour pouvoir faire des études de préfiguration chargés d'imaginer ce que pourrait devenir ces zones d'activités commerciales si on apporte des changements importants. Ici nous sommes sur une zone où il

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

manque parfois de logements, d'équipements pour les services publics et donc la maire d'Avignon a répondu à cet appel à projet avec son équipe, ils sont donc lauréats et nous allons travailler ensemble pour transformer cette zone de la Cristole dans le bon sens » a détaille Olivia Grégoire.

Transformation de la Cristole et le projet du quartier Bel Air, un exemple à suivre ?
Avec ce dispositif inédit souhaité par le gouvernement, les objectifs de l'Etat sont clairs : adapter les zones commerciales considérées comme « vieillissantes » aux nouveaux modes de consommation des français en mélangeant commerces et services, rationnaliser le foncier commercial, assurer la transition écologique en favorisant la biodiversité dans ces zones et surtout améliorer le cadre de vie pour les usagers en passant par la construction de logements et l'installation de nouveaux services.

Si Olivia Grégoire et Guillaume Kasbarian ont effectué le déplacement sur la cité papale, c'est avant tout car le projet de transformation de cette zone commerciale de 92 hectares et l'implantation d'un écoquartier avec le projet Bel Air répond à toutes les caractéristiques du cahier des charges mis en place par le gouvernement. Les plans d'avenir pour zone de Mistral 7 devient donc un exemple à suivre pour les autres porteurs de projets « ces zones commerciales ont soixante ans et elles ont besoin de s'adapter aux changements de consommation et aux réalités écologiques ainsi qu'aux besoins de nouveaux logements. Ici la zone de la Crsitole représente 17% de la surface de vente du département, c'est donc un lieu stratégique et économiquement fondamental pour l'avenir du Vaucluse mais je reste persuadé de la réussite des projets à venir sur ce secteur avec une zone à venir plus hybride, plus mixte sur le plan des logements et une renaturation végétale importante qui sera mise en place » a ajouté la ministre des entreprises.

Au programme de la matinée pour les deux ministres, accueil au sein de l'Univers du cuir par la maire d'Avignon Cécile Helle puis déambulation au sein de la zone commerciale de la Cristole en passant par une visite poussée du projet Bel Air actuellement en travaux. En porte-parole de la commune avignonnaise, Cécile Helle a dépeint aux deux représentants du gouvernement les grands axes de développement mis en place par les différents organismes locaux pour améliorer cette zone qui compte plus d'un millier d'emplois « on partage tous ici la volonté d'améliorer la qualité de la ville et c'est en passant par un plan local d'urbanisme adapté ainsi qu'une refonte globale de cette zone d'accès cœur de ville que nous parviendrons à réintroduire une dynamique économique et une qualité de vie supérieur pour nos concitoyens » a analysé la maire d'Avignon.

Des évolutions sur plusieurs plans
Ces changements devront se traduire par un nouvel élan attractif sur sa position stratégique d'entrée de ville. Son placement si particulier qui se trouve entre le centre historique et le pôle d'attractivité d'Agroparc devra désormais être utilisé comme une force et servir de liant voir de point de rencontre entre ces deux zones dynamiques. Cécile Helle a d'ailleurs tenu à rappeler « l'importance d'assurer une continuité urbaine le long de cette voie de 6 km que représente la route de Marseille ».

Qualifiée par la marie comme étant une zone « particulièrement consommatrice de foncier », le pole commercial de Mistral 7 a laissé de nombreux espaces inoccupés qui pourraient servir à l'installation de nouveaux services comme des équipements sportifs, de nouveaux commerces de proximité ou même la

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

mise en place d'une nouvelle école. Une partie de ces espaces seront également mutualisés en laissant une large place à la revégétalisation avec la plantation de nouveaux arbres et zones vertes.

Tous ces bouleversements auront un seul but : redynamiser la zone commerciale de la Cristole en s'adaptant aux nouveaux problématiques d'avenir et aux besoins des habitants. Pour y parvenir l'aide financière apportée par l'Etat sera plus que nécessaire. La sélection du projet Avignon Sud devrait apporter une aide en ingénierie et économique à hauteur de 150.000 euros sur le projet Bel Air.



Olivia Grégoire et Guillaume Kasbarian ont rendu une visite à l'école hôtelière d'Avignon en compagnie de Cécile Helle, maire d'Avignon.

Le projet de logement Bel Air, point d'ancrage du futur de la Cristole ?
Parmi les grands projets exposés par Cécile Helle, le futur écoquartier de Bel Air est apparu comme un point central pour la réussite de la transformation de cette zone de la Cristole. Confronté à une crise du logement importante, le gouvernement souhaite soutenir les nouvelles initiatives de construction et d'aménagements sur le territoire. 900 nouveaux logements dont 120 qui sont prévus pour l'été 2025, le tout dans un environnement végétal et respectueux de son écosystème, c'est ça le projet Bel Air qui devrait apporter un élan positif sur tous les plans au sein de cette zone commercial.

Ce projet d'aménagement d'ilots porté par le Groupe Edelis a été conçue autour de la mixité. Il sera constitué de plusieurs logements sociaux, de logements intermédiaires ainsi que de logements bail réel et solidaire (BRS), il comportera également de nouveaux équipements publics de proximité, des aires sportives, un nouveau gymnase, de nouveaux locaux pour la CCI et surtout de nouveaux commerces afin de relancer une économie de proximité accessible et efficace.

Casque de chantier vissé sur la tête, Guillaume Kasbarian, le ministre du logement a particulièrement

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

apprécié ce projet d'aménagement et tout ce qu'il devrait apporter par la suite « je dois dire que je suis particulièrement fier de voir les avancées et les caractéristiques de ce projet de création d'offre de logements. 120 logements avec une mixité tellement importante, on a du logement social, du BRS, du logement libre qui va permettre de répondre aux besoins des habitants d'Avignon qui viennent de toutes les classes sociales. » a argumenté le ministre.

La transformation des zones commerciales qui passe avant tout par le commerce, passera également par le service public et par le logement car ce volet devrait permettre de créer plus d'offres sur les territoires qui en ont besoin en ces temps où la pression foncière se fait de plus en plus forte « la transformation de nos zones commerciales passe bien évidemment par le logement. On a souhaité repenser notre modèle face à l'étalement urbain et aujourd'hui le logement est porteur de dynamique économique et vient répondre à une crise du logement où les français ont des difficultés à trouver des logements de qualité à prix abordables donc ce projet est une grande opportunité pour l'avenir » conclut Guillaume Kasparian.



Les deux ministres aux côtés des apprentis de l'école hôtelière d'Avignon.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

Du green-washing pour nos zones commerciales “hypermoches“ ?



Une chose est sûre avec les zones commerciales situées aux entrées de nos villes, on ne pouvait faire plus moche. Ces zones commerciales ont colonisé les périphéries de toutes nos grandes agglomérations, y compris dans des villes patrimoines comme Avignon. Symbole d’une société de consommation qui aujourd’hui se cherche, ces zones se rêvent un nouvel avenir. Deux ministres de la République on fait le déplacement le 29 mars dernier, dans la cité des papes, pour lancer un plan national de transformation de ces zones.

Dans la catégorie « zones commerciales hyper moches » la France peut se targuer d’avoir décroché, haut la main, un titre de championne d’Europe. Alors que la richesse de notre patrimoine historique nous place aussi sur le podium, on démontre pas moins de 1500 zones commerciales, qui du titre « d’hyper marché » ont décroché celui « d’hyper moche ». Le Vaucluse, lui non plus, n’a pas échappé à la construction de ces zones commerciales qui, dans les années 70/80, ont poussé comme des vrais champignons.

À Avignon, on n’en compte deux, et de taille. Une au nord et une au sud. Celle du sud, dite la Cristole avec deux grosses zones commerciales Mistral 7 et Cap Sud, fait partie des 74 zones françaises qui bénéficierons du plan de transformation gouvernemental. Lancé par Olivia Grégoire Ministre déléguée

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

chargée des PME, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme et Guillaume kasbarian, Ministre délégué chargé du Logement, ce plan prévoit quelques aides financières light (une enveloppe de 26 M€ pour toute la France) et surtout des simplifications de procédures . Une autre discipline (les procédures administratives et réglementaires) où nous sommes également assez performant, il faut bien l'avouer. A se demander si on ne met pas en œuvre des procédures pour ensuite pouvoir, au motif de plans de relance indispensable, les assouplir. A moins que ce soit des coups de com ? Mais n'ayons pas l'esprit taquin…

Changement de paradigme ou soutien à l'activité commerciale ?

Bref, bien que 70 % des français continuent à faire leurs courses dans ces centres commerciaux c'est un modèle en passe de ne plus être dans l'air du temps. Changement de paradigme ou soutien à l'activité commerciale ? Sans doute les deux.

S'agissant de la zone la Cristole (92 hectares et 1 100 emplois) le plan est ambitieux et louable. Il s'agit de revoir le mobilier urbain et la signalétique. Entendez par là revoir la présence des très nombreux panneaux publicitaires, « mais nous sommes en manque de notoriété » vous dirons les commerçants… Il s'agit également de reverdir la zone en donnant à la nature une plus grande place. Mais ce qui est intéressant dans le projet la Cristole c'est l'idée d'y intégrer le nouveau quartier d'habitation durable Bel Air (900 logements) qui lui est contiguë.

Et le mot est lancé, il faut en faire de vraies « zones de vie ». Comme « la vie Auchan » en quelque sorte ?

Ces enseignes qui disparaissent…

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026



Le magasin Zodio de la zone commerciale du Pontet a annoncé qu'il fermait ses portes, suite à des difficultés financières. Cette enseigne fait partie d'une très longue liste qui a vu disparaître en 2023, près d'une dizaine de marques et des milliers de boutiques dans le domaine de l'habillement. Une vrai purge qui semble aujourd'hui ne plus se cantonner au prêt-à-porter. Quel(s) signe(s) faut-il y voir ?

Rien qu'au magasin Zodio du Pontet c'est 64 emplois qui sont menacés. En 2023, des marques comme Camaïeu, Kookaï, Pimkie, Cop.Copine, Go Sport, San Marina, Kaporal, ou encore Burton of London…ont baissé leur rideau. Avec les fermetures de ces magasins, qui pour la plus part d'entre eux faisaient partie du paysage économique de nos villes et aussi de nos centres commerciaux, ce sont des milliers d'emplois qui sont ou seront supprimés. Et le mouvement engagé ne risque pas de s'arrêter de sitôt. Nombre de commerces y compris des indépendants sont aujourd'hui aussi en difficultés.

Visiblement cette frénésie est quelque peu passée de mode

Les sociologues nous dirons qu'une crise comme nous la traversons aujourd'hui, est une période qui

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

génère des prises de conscience et donne naissance à de nouveaux comportements. Ainsi, dans le domaine de la fringue il faut bien admettre que l'offre était bien plus importante que ce qui était possible d'acheter, voire de porter. Rien qu'en France, chaque année, plus de 3 milliards d'articles de mode, soit 50 articles par personne et par an sont mis sur le marché. C'est ce qu'on appelle la « fast fashion ». Un phénomène mondial qui repose sur une production à très faible coût, une offre constamment renouvelée pour des occasions d'achats les plus fréquentes possibles. Visiblement cette frénésie est quelque peu passée de mode. Les « fashions victims » deviendraient-elles plus raisonnables ? En tout cas les adeptes des sites de vente de vêtements de deuxième main sont de plus en plus nombreux. Il existe même une jeune entreprise vauclusienne qui s'est lancée dans l'aventure (www.omaj.fr). Et avec succès. Les crises ont sans doute cet avantage. Même si parfois il faut toucher le fond de la piscine pour remonter.

(Vidéos) Archipel : le nouveau lieu festif d'Aushopping qui préfigure l'ADN de la zone d'Avignon-Nord

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026



Alors que le centre commercial Auchan du Pontet célébrera son 50e anniversaire en 2024, Aushopping, l'espace regroupant l'hypermarché et sa galerie marchande, vient de dévoiler son projet Archipel qui sera opérationnel d'ici juin prochain. Un nouveau site 'hybride' regroupant une offre variée de restauration, un lieu de coworking ainsi qu'un rooftop festif et de loisirs. Un aménagement, accompagné par un important lifting de la galerie, qui préfigure ce que la zone ambitionne de devenir : un lieu de vie voir un véritable quartier de l'agglomération et pas une simple zone commerciale.

« Nous sommes là depuis 40 ans et nous serons encore là dans 20 ans », prophétisait en 2014 un responsable d'Immochan, la filiale immobilière d'Auchan, alors que le magasin du Pontet tentait, sans succès, d'obtenir une extension de 4 980 m2 de sa galerie marchande.
10 ans plus tard, l'hypermarché ayant ouvert en juin 1974 est toujours là et compte bien y rester. Pour cela, il entend s'adapter aux mutations des modes de consommation, voire aux changements de modes vie qui se sont accélérer avec le Covid.
La course au gigantisme semble donc avoir vécu et l'enjeu désormais, est plutôt de répondre aux autres attentes du consommateur qui est aussi un travailleur nomade, un spectateur, un gourmand, un 'fêtard' et même un citoyen.

> « Les centres commerciaux doivent proposer autre chose que du commerce et créer d'autres événements, d'autres activités pour en faire des nouveaux lieux de vie. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

Jacques Leze, directeur de l'ensemble commercial Avignon-Nord

« Les centres commerciaux doivent proposer autre chose que du commerce et créer d'autres événements, d'autres activités pour en faire des nouveaux lieux de vie, explique Jacques Leze, directeur de l'ensemble commercial Avignon-Nord pour le compte de Nhood, plateforme de services immobiliers, maître d'ouvrage délégué pour le compte de Ceetrus (anciennement Immochan) et d'Auchan. Notre projet ce n'est donc pas une simple rénovation mais c'est une mutation. Notre centre commercial d'Avignon-Nord a une cinquantaine d'année**s** désormais. Aujourd'hui, il est nécessaire de le régénérer. »



2 visiteurs en 1974, 7,5 millions en 2023

Effectivement, que de chemin parcouru depuis le jeudi 26 juin 1974, où seul 2 clients auraient franchi la porte du magasin Auchan-Le Pontet lors de son ouverture en croyant entrer dans un garage. On est loin des 7,5 millions de personnes qui arpentent aujourd'hui les allées du centre commercial Aushopping.

Pour autant, les nouvelles habitudes de consommation (via les achats en lignes notamment), la chasse aux déplacements en voiture (moyen de transport privilégié pour rejoindre les zones de grande distribution), l'incitation à privilégier les circuits courts d'approvisionnement, la volonté du Gouvernement de verdir les zones commerciales dans le cadre de son plan 'France nation verte' et enfin la raréfaction du foncier avec la mise en place de la loi Zan (Zéro artificialisation nette) ont poussé les acteurs de la GMS à revoir profondément leur modèle.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

Aujourd'hui, 70% des achats sont encore réalisé**s** dans les 'vrais' commerces, mais face à l'érosion du commerce en ligne il s'agit d'y stabiliser la fréquentation. En effet, il y a 10 ans Auchan accueillait encore 1,2 millions de visiteurs supplémentaires par an (8,7 millions de personnes en 2013).
« Notre objectif c'est de maintenir notre fréquentation, confirme Jacques Leze. Pour y arriver, il faut un équipement digne de cela. » L'acte d'achat doit donc devoir désormais se transformer en expérience attrayante.

Le projet Archipel préfigure la nouvelle philosophie d'Aushopping
Première pierre de cette métamorphose, le projet 'Archipel' qui va voir le jour d'ici juin 2024 en lieu et place de l'ancien restaurant Pizza Paï. Un chantier déjà débuté qui illustre parfaitement le souci de Nhood d'économiser le foncier en verticalisant les espaces. Les 530m2 de l'établissement de restauration initial vont ainsi devenir 1 701,44m2 sur 3 étages.
Côté usage, il s'agit de créer un lieu hybride proposant une offre de restauration particulièrement variée en rez-de-chaussée, un espace de cowork à l'étage et un lieu festif en terrasses sur le toit du centre commercial.
L'offre de restauration (749,14m2) sera adaptée aux différents moments de la journée et aux saisons. Les clients pourront notamment y retrouver une grande variété de sandwichs, de la cuisine asiatique, des viandes, de la cuisine allégée, des plats mijotés d'influence française, du sucré et un bar. Deux restaurateurs vauclusiens sont d'ailleurs associés à cette partie : Laurent Jeandon et Rémi Sauget qui disposent de plusieurs établissements dont 2 situés dans le pôle restauration Terrasses des saveurs situé à proximité sur la zone.
Une mezzanine intermédiaire très végétalisée abritera ensuite des espaces de cowork (397,69m2). Enfin, le 'rooftop' et ses 554,61m2 disposera d'un bar offrant une vue plein axe sur le Ventoux dans un espace qui sera baptisé 'La bamboche'.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026



Le futur rooftop d'Archipel.

> « Ce projet, c'est un pari architectural ainsi qu'une transformation des usages. »
>
> *Astrid Bauters, diretrice Food & Beverage France chez Nhood.*

« Cela sera un lieu animé et festif avec une programmation évènementielle, suivant un calendrier thématique, allant des ateliers pédagogiques jusqu'au DJ set, précise Astrid Bauters, directrice Food & Beverage (ndlr : nourriture et boisson) France chez Nhood.
« Le lieu évoluera selon les saisons et le rooftop pourra être utilisé toute l'année. Il pourra être couvert l'hiver et s'ouvrir l'été, poursuit Astrid Bauters. Ce sera un endroit ouvert à tous, du petit déjeuner au milieu de la nuit. Ce projet, c'est un pari architectural ainsi qu'une transformation des usages : manger, travailler, se cultiver, faire la fête… »
Et ce pari passe également par la transformation d'un modèle d'édifice commercial, souvent comparé à des boîtes à chaussures, en lieu de vie agréable.
« L'idée c'est de changer l'architecture de ce centre commercial enfermé dans une sorte de blockhaus », insiste la directrice Food & Beverage France de Nhood.

Découvrez le projet de rénovation extérieur d'Aushopping et notamment le nouveau lieu

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

Archipel prévu pour juin 2024.

La pierre, l'eau et le vent

Une mission confiée à Jean-Philippe Charon, architecte associé au sein de l'agence lyonnaise Archigroup qui a remporté l'appel à projet concernant l'espace Archipel mais aussi toute la 'régénération' du centre commercial.

« Il nous a notamment fallu retravailler sur les façades car, au fil du temps, il y a une succession de rénovations et d'extensions qui ont fait perdre peu à peu le fil de l'identité architecturale du site », constate Jean-Philippe Charon.

Construit à partir de 1973, inauguré en 1974, le centre commercial et sa proximité ont été modifiés à de nombreuses reprises en 1985, 1990, 1992, 2005, 2015… Conséquences de ces périodes architecturales qui ont cohabitées de moins en moins bien : 9 entrées totalement disparates, des espaces mal exploités, aucune cohérence d'ordonnancement, des façades anonymes, l'absence de signalisation 'Aushopping' qui constitue la marque de la galerie, peu d'espaces d'expression extra commerciale, pas de connections avec les activités périphériques, pas d'espaces conviviaux en extérieur, des paysages négligés… Le tout au milieu de 3 800 places de parking 'défoncées' et séparés par des voiries peu accueillantes.

> « Le site ne correspond plus aux critères de l'architecture actuelle. »

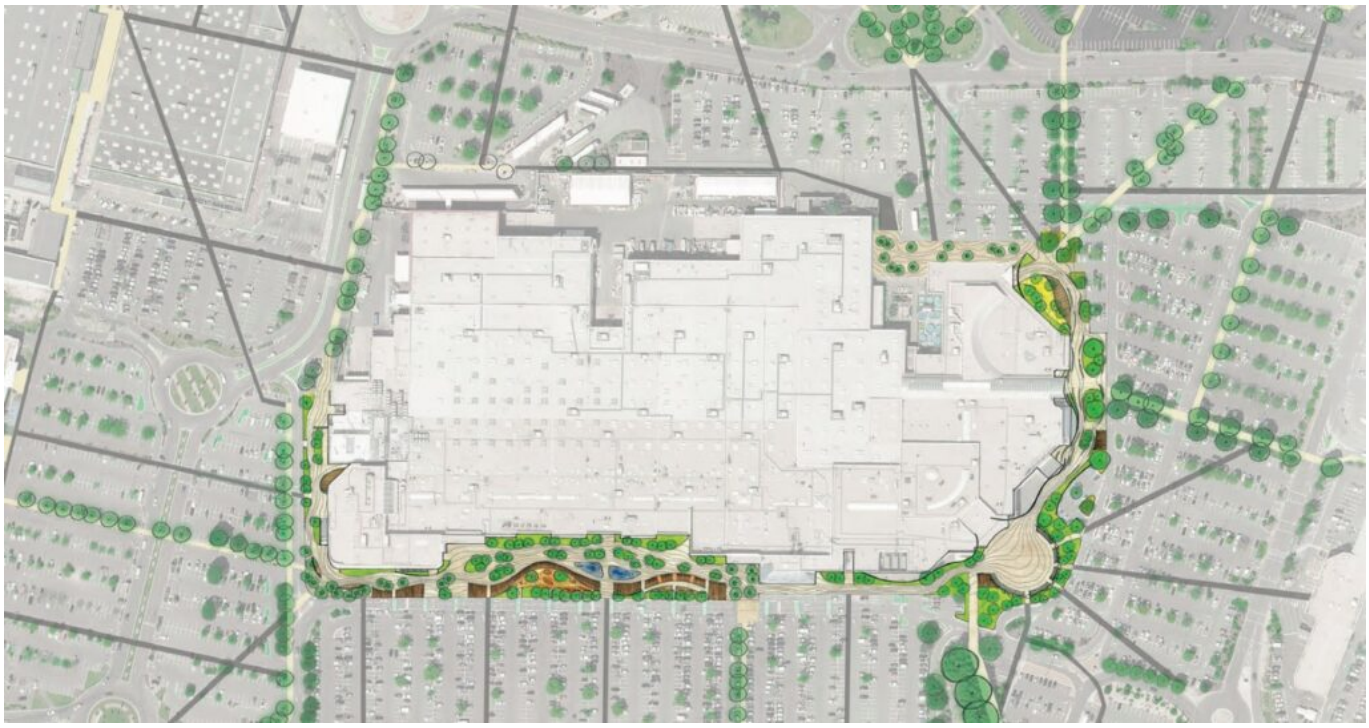
« Le site ne correspond plus aux critères de l'architecture actuelle, beaucoup de parking, d'enrobés. Et c'est la même chose dans la galerie », constate Jacques Leze. Une fois posé ce diagnostic sans concession, Nhood et Archigroup ont donc choisi de faire pleinement rentrer le centre commercial dans le XXIe siècle. Une 'régénération' selon le terme plusieurs fois cité par le directeur de l'ensemble commercial Avignon Nord qui entend inscrire dorénavant les principes de proximité et environnementaux dans l'ADN d'Aushopping.

« Nous avons travaillé sur l'ancrage local en affirmant l'identité de ce territoire en recherchant les codes de l'architecture d'ici, détaille Jean-Philippe Charon. L'idée a été de retrouver une identité forte que l'on puisse décliner sur l'ensemble sur l'entrée et les 600 mètres de façade. »

Pour cela, l'architecte a imaginé un projet articulé autour de la pierre, de l'eau et du vent. Une pierre aux couleurs claires rappelant celles du Palais des papes, une évocation des lônes du Rhône ainsi que la multiplication des espaces de vie en plein air (voir encadré : Miser sur l'événementiel pour renforcer l'attractivité d'Avignon-Nord).

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026



Plus de 7 000m2 autour du centre commercial vont être désimperméabilisé et végétalisé.

Cette mutation sera visible dès les abords du centre commercial avec la disparition du no man's land entre les accès de la galerie et les parkings dont 1 500 places seront prochainement recouvertes d'ombrières photovoltaïques. Un espace qui peut se transformer en fournaise dès les premières chaleurs qui sera entièrement désimperméabilisé et végétalisé sur 7 000m2 afin d'y accueillir des jardins aux essences méditerranéennes intégrant des jeux pour enfants et des lieux de repos ombragés via des pergolas et ombrières sur les cheminements piétonniers. Une trame paysagère qui devrait se poursuivre jusqu'au multiplexe cinématographique Capitale studios et vers le magasin Cultura. Le tout, co-imaginé avec le service transition énergétique de la Communauté d'agglomération du Grand Avignon.
« Il s'agit aussi de reconnecter 'le centre commercial cœur' avec ses voisins les plus proches », complète Jacques Leze. Et preuve que les temps ont bien changé, les décideurs de la grande distribution ont même accepté de sacrifier environ 200 places de stationnement pour accueillir ces aménagements paysagers et ces plantations. Moins d'espaces pour les voitures et davantage pour des arbres : c'est une vraie révolution dans le monde de la GMS !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026



Les cheminements entre les parkings et le centre commercial sont prévus pour être plus agréable à utiliser, notamment lors des fortes chaleurs.

La galerie marchande va aussi profiter de ce lifting

Avec son premier démonstrateur Archipel, Nhood dévoile aussi sa vision du renouvellement du site du centre commercial du Pontet et, au-delà même, de ce pôle économique majeur du territoire. Dans l'immédiate continuité de ce projet, il est donc aussi prévu de donner un coup de boost à l'ensemble de la galerie et c'est encore Archigroup qui reste à la manœuvre pour les espaces intérieurs.



L'entrée côté Fnac sera dédié au digital avec une ambiance spécifique accompagnées de jeux lumières, de projections et d'écrans animés.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

« Notre travail a pour objectif de réunifier l'ensemble et de l'épurer », explique l'architecte Jean-Philippe Charon. Cela passe notamment par la simplification d'un grand nombre d'espaces. Dans cette optique Archigroup va privilégier l'usage du noir et du blanc en remplacement des nombreuses matières et couleurs présentes sur le site ainsi que l'usage de lignes droites pour mieux redessiner la galerie.
Un soin tout particulier sera apporté aux places intérieures faisant face aux entrées notamment celle où Starbucks va ouvrir d'ici la fin du mois prochain afin de pouvoir y recevoir des événements. Pour sa part, l'entrée côté Fnac sera dédié au digital avec une ambiance spécifique accompagnées de jeux lumières, de projections et d'écrans animés.

Découvrez la rénovation de l'intérieur de la galerie marchande d'Aushopping imaginé par le cabinet lyonnais Archigroup et l''architecte Jean-Philippe Charon.

Pas de fermeture durant le chantier
L'ensemble du chantier sera mené en 4 phases afin d'éviter les fermetures de magasins. Les travaux seront ainsi réalisés essentiellement de nuit afin d'éviter au maximum les pertes d'exploitation.
« Il n'y aura pas de fermeture de boutiques durant les travaux, insiste Jacques Leze. La réouverture complète est prévue pour septembre 2025. »
L'ensemble des travaux, qui seront labellisé Breem* (Building research establishment environmental assessment method) niveau 'Very good', représente un investissement de l'ordre de 35M€ sur 3 ans.

Privilégier au maximum les entreprises locales
A l'heure où le commerce en ligne à grande échelle commence être assimilé à un bilan carbone calamiteux sous couvert d'un anonymat mondialisé Nhood met en avant son exigence de proximité.
« Nous faisons travailler au maximum les entreprises et les fournisseurs du territoire, indique Jacques Leze. Nous privilégions aussi les matériaux locaux. Par exemple, la pierre viendra du Gard plutôt que d'Espagne. Le prix n'est pas le seul critère. »
Aushopping et veut ainsi rappeler qu'il se considère, lui aussi, comme un acteur du territoire. Nhood a ainsi imposé que le chantier intègre une clause d'insertion sociale menée en partenariat avec le Grand Avignon. Une dimension RSE (Responsabilité sociétale des entreprises) qui passe également par la prise en compte des questions de mobilités.
« Nous travaillons avec Orizo (ndlr : le réseau de transport en commun du Grand Avignon) afin d'offrir une meilleure desserte de la zone. Près de 5% des personnes qui viennent ici arrivent en bus contre 1,5% auparavant. Nous sommes aussi en lien avec les transports des Sorgues du Comtat pour éviter les 'ruptures' et le trop grand éloignement entre les arrêts de bus des différents réseaux qui nous desservent comme c'est le cas actuellement ou 2 arrêts sont séparés de 500 mètres entre Sorgues et Le Pontet.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

- 

Priorité est donnée aux entreprises locales pour ce projet de 35M€.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026



- Le parvis d'Aushopping accueille déjà des événements avec des taux de remplissage de plus de 80%. Ce rôle devrait être encore renforcé (voir encadré ci-dessous).

Miser sur l'événementiel pour renforcer l'attractivité d'Avignon-Nord

« Dans notre projet, nous avons pris le parti de créer des espaces dédiés à des choses autres que commerciales », rappelle Jacques Leze. Accueil du festival en été, expositions, manifestations culturelles, grands événements du territoire, festival d'hiver, concerts, sports, marchés, showrooms… « L'aménagement de la grande place extérieure doit permettre d'accueillir ce type d'événements », confirme Anaïs Bourguin, responsable communication et animations d'Aushopping Avignon-Nord. Une volonté d'ouverture à 'l'événementialisation' locale illustrée par l'accompagnement et le soutien à l'ouverture de la nouvelle salle Confluence-Spectacles en Courtine pour sa première année de lancement.

Garder le pouvoir d'attractivité d'une zone au rayonnement régional

En affichant clairement ses ambitions de vouloir maintenir ses niveaux de fréquentation, Aushopping rappelle qu'il se trouve dans une zone de chalandise de 800 000 personnes au rayonnement régional. La zone joue ainsi dans la cours des grands en se comparant aux 170 boutiques des Terrasses du port à Marseille (qui affiche les mêmes niveaux de fréquentation que le centre commercial vauclusien) ou bien encore les 110 boutiques du Village des marques de Miramas. « Deux équipements très récents »,

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

souligne Jacques Lèze.



De gauche à droite : Anaïs Bourguin, Jacques Leze, Astrid Bauters, Jean-Philippe Charon et Caroline Marin.

Mieux, les 350 hectares de l'ensemble de la zone Avignon-Nord, qui s'étendent du Décathlon de la Tour Blanche jusqu'à Ikea à Vedène, lui permettent de 'boxer' dans la même catégorie que Plan de Campagne, la plus grande zone commerciale d'Europe avec ses 500 enseignes.
Car Avignon-Nord, outre son centre commercial de 24 000 m^2 de surface de vente (hyper et galerie) et ses 113 commerces dans la galerie, c'est plus de 220 enseignes. C'est le 2e Kiabi de France, le 2e Boulanger de l'Hexagone (et le plus grand du pays lors de son ouverture en 2006). C'est aussi là qu'est née l'enseigne Alinéa ou que se trouve, depuis 2009, le plus grand multiplexe indépendant français : le

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

Capitole studios devenu depuis peu le cinéma Capitole my Cinewest.
Cette zone c'est également une zone d'activité qui, selon l'Insee, totaliserait près de 9 000 emplois (dont près de 3 000 dans les commerces) et qui constitue le principal poumon économique du département. On comprend ainsi mieux la volonté de Nhood de mieux intégrer cette zone avec les territoires qui l'entourent.
« Nous souhaitons résorber cette fracture entre la zone et les villes qui sont autours grâce à notre projet de régénération urbaine, conclut Jacques Leze. Une reconnexion qui prendra par exemple la forme d'un aménagement des berges des canaux en voies cyclables afin de faciliter les échanges avec les communes limitrophes. Et si aucun logements ne sont prévus à ce jour, il faut se rappeler qu'il était projeté d'en construire 850 il y a moins de 10 ans. Plus qu'un lieu de vie, la zone se voit même comme un véritable quartier de l'agglomération car, que cela plaise ou non finalement, elle sera encore là dans 20 ans au moins.

Laurent Garcia

2 immeubles pour accueillir 5 700m2 de bureaux
En marge de la présentation du projet Archipel, Nhood a aussi dévoilé le lancement de deux programmes destinés à l'accueil d'activités tertiaires et de bureaux sur la commune de Sorgues (voir visuel ci-dessous). Situés de part et d'autre de l'immeuble Pixel, le premier projet prévoit la réalisation d'un bâtiment de 3 300 m2 R+3 et le second un immeuble de 2 400 m2 en R+3 également.
« Nous avons obtenu les permis de construire et nous avons lancé la pré-commmercialisation en location de ces bâtiments écoresponsables », précise Caroline Marin, chef de projets aménagement et promotion Sud-Est chez Nhood.
Ces futurs édifices labellisés 'Bâtiment durable méditerranée médaille d'argent' ont été imaginé par le cabinet sorguais Archi 3 de l'architecte Rolland Sarlin a qui l'on doit justement 'le Pixel', premier bâtiment à énergie positive à avoir vu le jour en Vaucluse en 2017. L'immeuble de 2 848m2 en R+3 a été aussi le premier dans le département à obtenir la certification Breeam* 'very good'. Localement, c'est aussi Rolland Sarlin qui a conçu le nouveau siège de 2 316m2 du groupe Blachère (boulangerie Marie-Blachère, Provenc'halles) inauguré dans la zone d'activités de la Chaffine à Châteaurenard en juin dernier.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026



Comme le bâtiment Pixel inauguré en 2017 (au centre), les deux nouveaux programme de bureaux de Nhood vont être réalisé par le cabinet d'architecture sorguais Archi 3.

**Le Breeam (Building research establishment environmental assessment method)* est le standard de certification bâtiment le plus répandu à travers le monde. Cette méthode d'évaluation de la performance environnementale des bâtiments a été développée au Royaume-Uni par le BRE (Building research establishment) dans les années 1990. Chaque type de bâtiment a son référentiel d'évaluation (habitations, établissement scolaires, hôpitaux, international, tribunaux, industriel, bureaux, centres commerciaux…).*