Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

Le scandale des herbes de Provence



Seulement 10 % des herbes de Provence consommées en France sont vraiment originaires de Provence. Les industriels qui les proposent se défendent en expliquant que l'appellation est générique et que la production locale n'est pas suffisante pour répondre à la demande. De leur côté les producteurs provençaux dénoncent l'imposture et crient au scandale. Et ils ont raison.

Les herbes de Provence ne peuvent être peuvent considérées comme une appellation générique utilisable par tous. Cela pour au moins une bonne raison et qui devrait primer sur toutes les autres : le respect des règles qui conduisent l'usage de notre langue. Les herbes de Provence doivent venir de Provence, comme les huitres de Cancale viennent de Cancale ou les andouilles de Vire viennent de Vire. Si elles ne viennent pas de Provence elles ne peuvent pas en prendre la dénomination. C'est aussi simple que cela. Demandez à un enfant de classe primaire ce qu'il en pense. Il vous apportera la réponse sans aucune hésitation.

Les mots sont justes et précis respectons-en leurs sens et leurs significations

Si on ne respecte pas ces règles de base c'est la porte ouverte à tous les mensonges et les usurpations. Les dérives du langage peuvent ainsi aller très loin. Bien plus loin que nos simples herbes de Provence. S'agissant de certains régimes autoritaires on pourrait alors parler de « démocratie populaire »,

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

concernant une justice expéditive on pourrait aussi dire qu'il s'agit de « justice populaire », etc… Les mots sont justes et précis respectons-en leurs sens et leurs significations. La langue c'est notre socle commun, notre contrat social.

Dans un idéal il ne devrait pas être nécessaire d'inventer des labels ou des appellations certifiées. La bonne foi et l'honnêteté devraient suffire. Concernant nos herbes de Provence la pilule est d'autant plus difficile à digérer que les ingrédients de ces contrefaçons scandaleuses n'ont rien à voir avec ceux des vraies herbes de Provence. Pour ces dernières 4 herbes sont savamment dosées : le romarin, la sarriette, l'origan et le thym. Dans certains de ces plagiats on peut trouver jusqu'à 9 ingrédients, dont certains on l'imagine ne coûtent pas grand-chose. La cuisine c'est comme les idées il faut éviter les produits trop transformées et traficotés.

Vaucluse : le tourisme au beau fixe depuis janvier avec 16,4 millions de nuitées soit + 4%

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

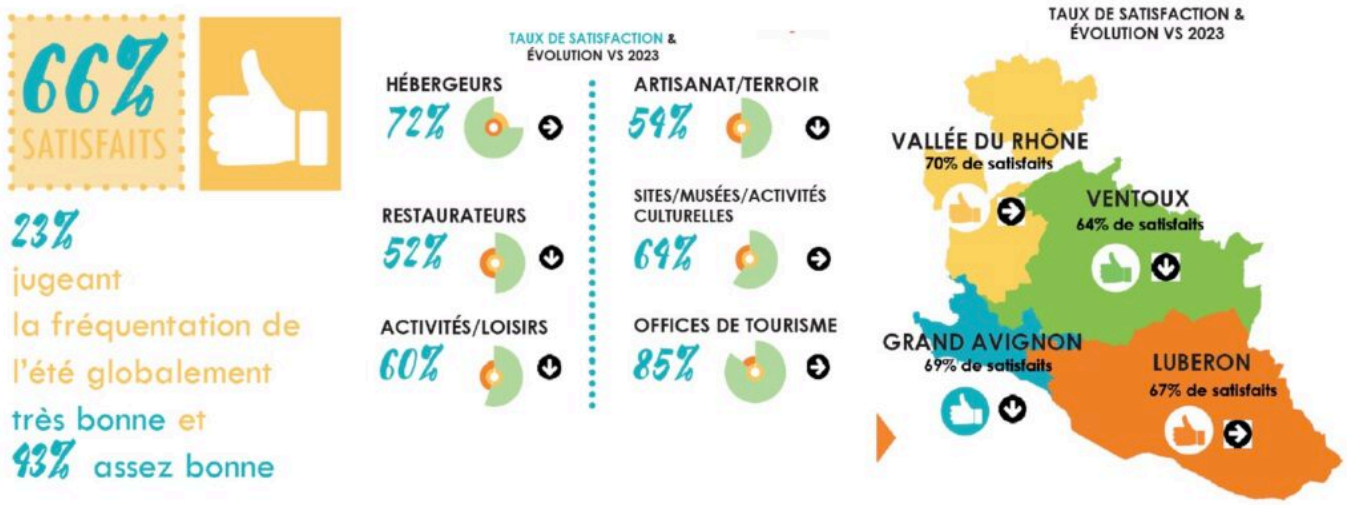


Malgré les JO à Paris, l'inflation, la crise politique induite par la dissolution surprise, « Les clientèles française et internationale ont été fidèles au rendez-vous du Vaucluse » explique Pierre Gonvalvez, le président de Vaucluse Provence Attractivité (VPA). « Beaucoup de Parisiens ont été attirés par le climat, l'art de vivre, le patrimoine ». Sur le podium, parmi les 43% de visiteurs étrangers (+3%), le trio gagnant sont la Belgique, les Pays-Bas et l'Allemagne, viennent ensuite les Suisses et les Britanniques.

Cette fréquentation stable se vérifie dans la plupart des territoires vauclusiens, seuls le Luberon et le Grand Avignon sont en légère progression grâce aux festivals. D'ailleurs les professionnels du tourisme sont 66% (contre 70% l'an dernier) à reconnaître avoir connu une bonne fréquentation de leurs établissements.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

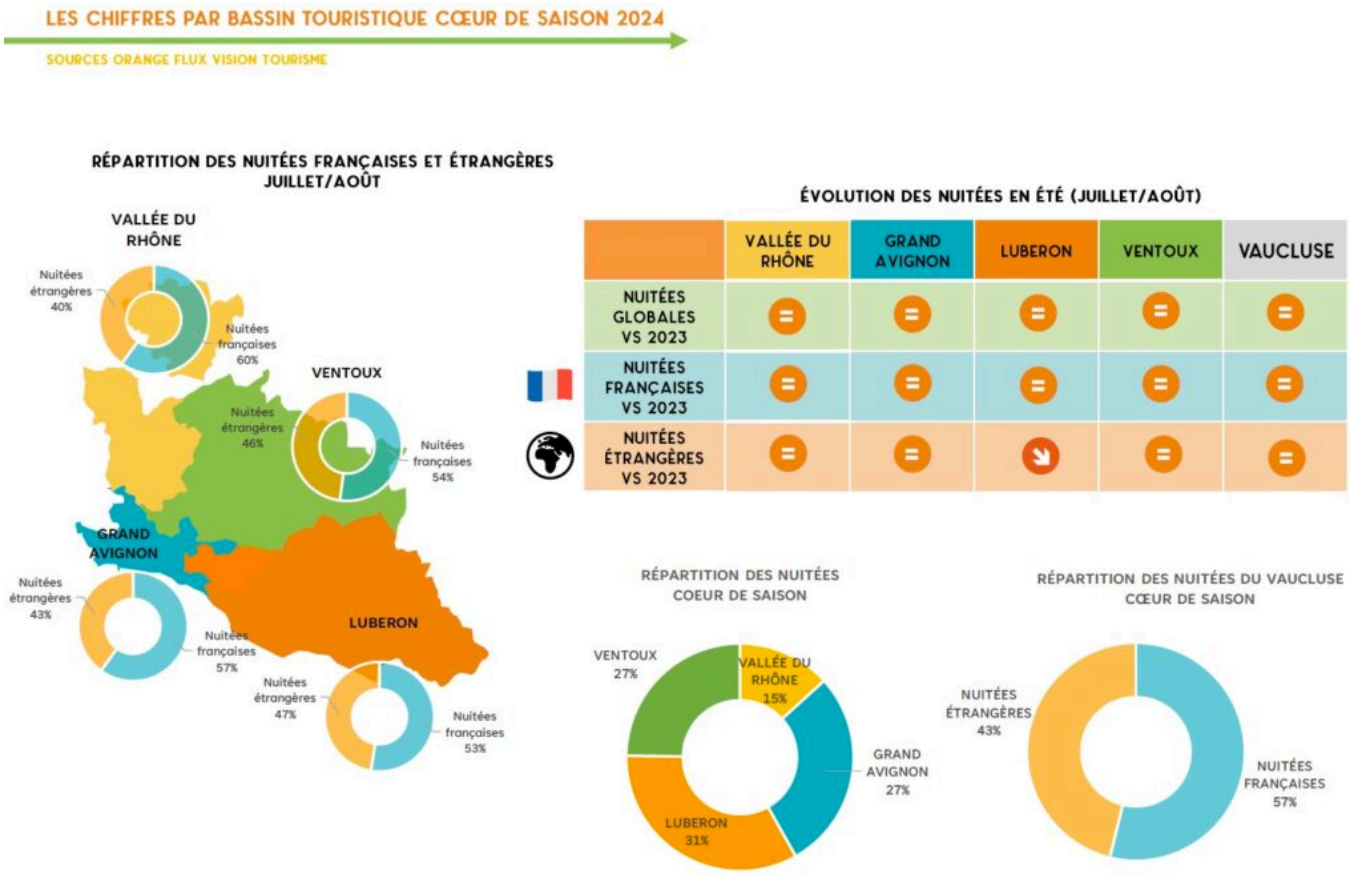


©Vaucluse Provence Attractivité

Cela s'explique par la renommée du département, son attractivité, la richesse de ses propositions culturelles, patrimoniales, oeno-touristiques, ses paysages, ses saveurs, son côté nature, ses randonnées et ses vélo-routes.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

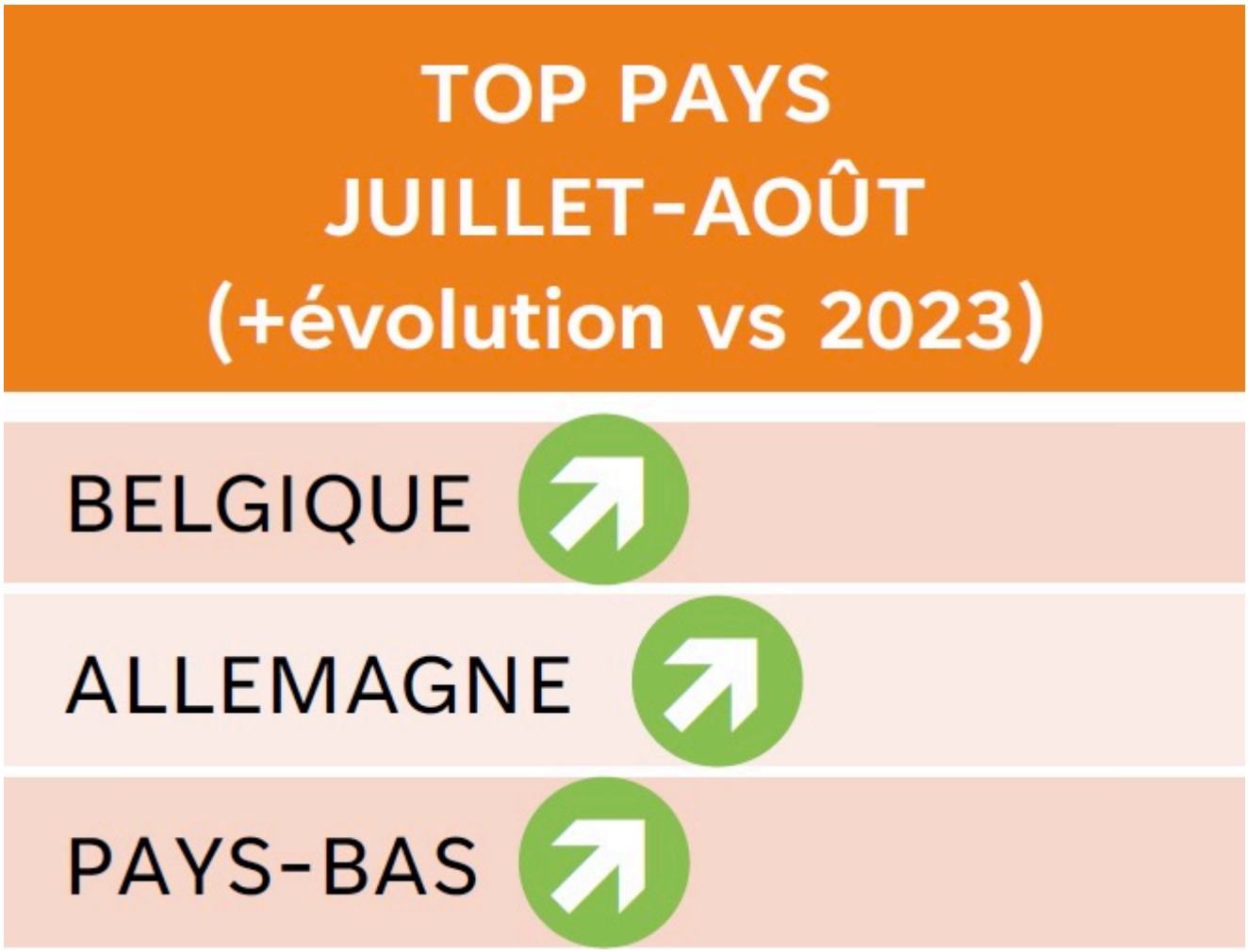


©Vaucluse Provence

Entre le 1er janvier et le 31 août, on a enregistré + 4% de séjours et VPA compte bien faire fructifier cette progression à la rentrée avec une campagne sur le tourisme durable baptisée « Changez de plan! Explorez le Sud autrement! » un partenariat avec la Région Sud. Et au coeur de la Semaine de la Mobilité (15-22 septembre), sont ciblés la promotion des déplacements doux en train et les hébergement écolabellisés pour rallonger la durée des séjours. Parmi les destinataires privilégiés, les seniors adeptes d'activités éco/slow, sans voiture, à vélo, en bus et en train, attirés par l'oeno-tourisme, la gastronomie et l'art de vivre de Vaucluse.

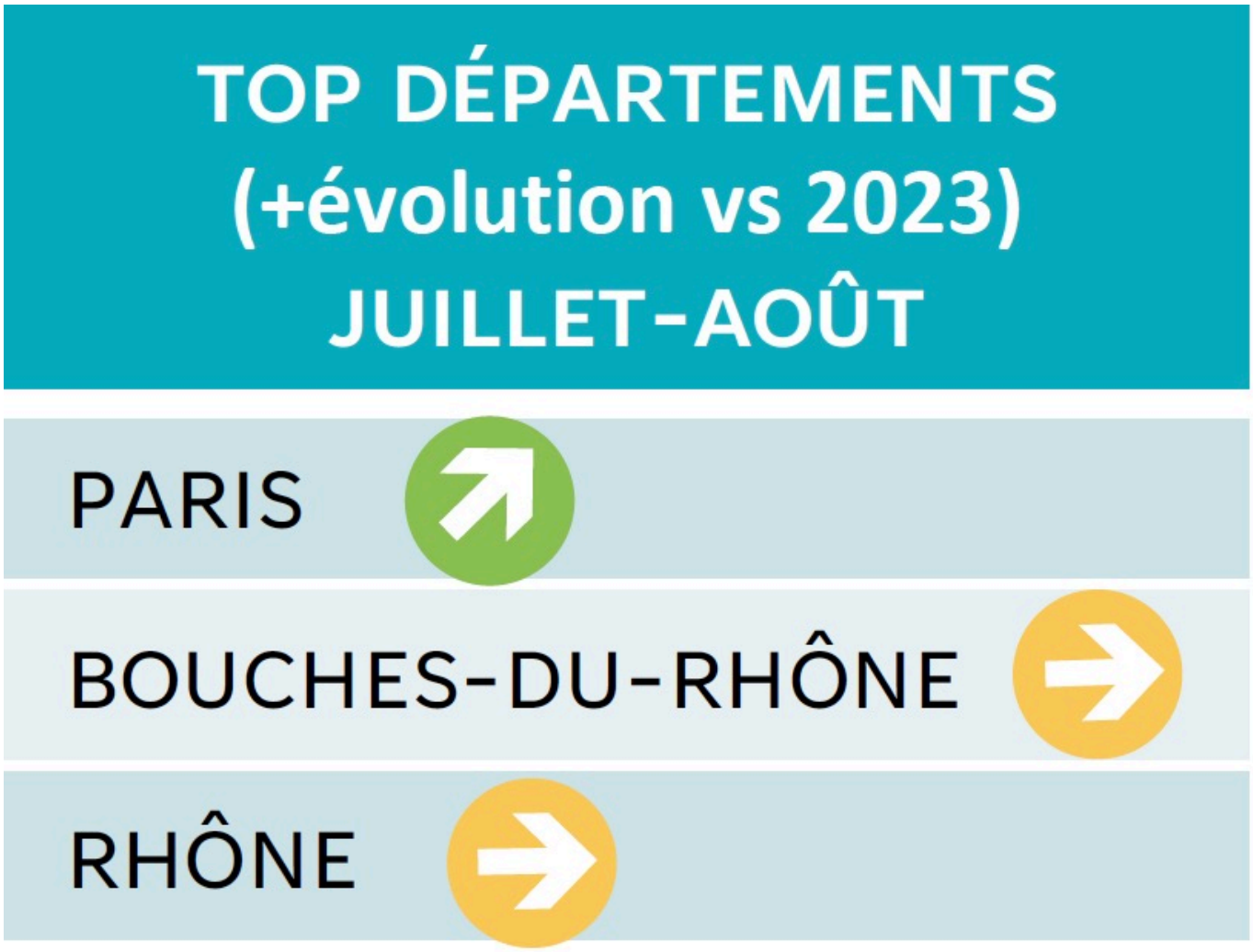
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026



© Vaucluse Provence Attractivité

Prochaine opération : le 7 octobre « EducTour buissonier entre Le Lac des Monteux et la Via Venaissia pour découvrir les aménagements sécurisés pour les 2 roues et les itinéraires cyclables. Mais, tout au long de l'année, le Ventoux, le Luberon, les Dentelles de Montmirail, la forêt des cèdres, les champs de lavande, le sentier des ocres et le tour des villages perchés vous attendent.

Pour en savoir plus cliquez ICI

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

Tempête dans un verre de pastis



Le 2 septembre dernier le groupe Pernod-Ricard annonçait un accord de partenariat avec le PSG. Cette nouvelle plongea immédiatement la cité phocéenne dans un état de sidération et de colère. Face à cette bronca et aux menaces de boycott du petit jaune, le groupe de spiritueux marseillais a dû faire machine arrière et renoncer à cet accord trois jours plus tard.

Maintenant les choses sont claires, « le vrai pastis de Marseille » fait partie du patrimoine de la ville et de la Provence. On ne peut y toucher. Permettre au club parisien d'y associer son nom d'une façon ou d'une autre c'était pour les supporters de l'OM, et une bonne partie des habitants de la ville, un sacrilège et une provocation intolérables. Et cela, à un moment où le célèbre breuvage affiche fièrement dans sa communication « Born à Marseille ». Ricard ne peut pactiser avec l'ennemi parisien, c'est une question de principe et d'honneur. Dans la vie il y a des choses qui ne sont pas négociables…

Mais si on y regarde de près cet accord entre le groupe Pernod-Ricard et le PSG n'était pas aussi impliquant que cela. En effet, ce partenariat ne portait que sur la dimension internationale du club et pas sur la ligue 1 française. De plus il ne s'agissait pas d'apposer la marque du pastis en question mais plutôt de mettre en avant les autres spiritueux du groupe d'avantage adaptés aux marchés internationaux. De plus en France, la loi Evin n'autorise pas des marques d'alcool ou de tabac à être présentes sur des maillots. Donc aucun risque de voir la marque Ricard associée joueurs du PSG. Mais imaginons un instant que cela soit possible. Cela ne pourrait-il pas être aussi compris comme une conquête de la cité phocéenne sur la rivale parisienne ? Une humiliation en quelque sorte. Mais ne rêvons pas.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

Si la loi autorisait Ricard à sponsoriser le foot de cette manière il y a belle lurette que la marque serait présente sur les maillots des joueurs de l'OM. Il n'y aurait pas le début du commencement du moindre débat.

Au fond avec cette histoire presque « pagnolesque », les dirigeants de Pernod-Ricard ont eu la démonstration que les marseillais étaient très attachés à leur pastis et au groupe auquel il appartient. Beaucoup de marques rêveraient d'une telle relation avec leurs clients.

En attendant les melons et les pêches…



On attends toujours quelque chose ou quelqu'un. Parfois l'attente est délicieuse, comme en ce début de printemps où les premières récoltes saisonnières de fruits et légumes annoncent le retour de la belle saison. Mais en fait, savons-nous encore vraiment attendre ?

Tout, tout de suite, aujourd'hui c'est la règle. Et dans tous les domaines. Manger des tomates toute l'année, pouvoir joindre tout le monde à tout moment, commander une pizza à 2 heures du matin,

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

regarder un film quand je veux où je veux… (en mangeant la pizza), la liste est sans fin. Rapidité et immédiateté sont devenues des obsessions. Une course sans fin qui nous éloigne du plaisir de l'attente et sans doute aussi quelque part d'apprécier ce qui est attendu ou convoité. Les marchands du temple sont aussi complices dans cette course au temps. La rentrée scolaire se prépare maintenant en juillet et la galette (ou gâteau) des rois se consomme dès décembre. On se calme Ginette !

C'est la nouveauté qui fait le plaisir

Les premières fraises, et pas uniquement celles de Carpentras, ont forcément un goût exquis. C'est la nouveauté qui fait le plaisir, comme la première gorgée de bière ou encore le premier verre de rosé bu à l'ombre des platanes un soir d'été. C'est là que Proust convoque aussi sa madeleine !

Savoir attendre c'est savoir apprécier chacun de ces moments. Quel intérêt d'avoir des fraises pour noël ? L'attente ne fait-elle pas aussi partie des plaisirs ?

Comme l'amoureux transit qui attend le retour de sa belle, ou l'inverse (surtout si elle s'appelle Ginette). Aujourd'hui on ne sait plus beaucoup attendre. On est vite impatient et surtout on veut maitriser et tout décider. Mais avec la nature ce n'est pas tout à fait la même histoire. Même si on cherche toujours à la maîtriser c'est elle qui décide, in fine. Et si ce n'était pas suffisant les conditions météo pourraient bien vous remettre à votre place et vous rappeler qui est le patron. C'est la nature qui donne le tempo et joue les chefs d'orchestre. Elle nous enseigne la patience et le respect du temps.

« Il faut laisser le temps au temps »

Donc pour les asperges et les fraises il faut attendre mars… C'est ainsi. « Il faut laisser le temps au temps » comme disait le lettré François Mitterrand, qui savait comme nul autre se montrer le maître des horloges. Il faut bien reconnaître qu'en Provence et peut être plus qu'ailleurs la nature peut insuffler le bon rythme. Donc en attendant les melons et les pêches sachons apprécier les asperges et les fraises de Provence, bien sûr.

Spécial Noël, la Provence créative a sa

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

market place !



Provence-store.com est une marketplace de la société Provence Marketing, située à Avignon. Elle a été imaginée par Joëlle Cambonie, professionnelle du marketing et de la communication qui s'est installée en Provence avec sa famille il y a 7 ans. Jour après jour, celle-ci a découvert les talents et spécialités de la région ; à travers provence-store.com, elle souhaite les partager avec les amoureux de la Provence, toute l'année et dans le monde entier.

Ce qu'on y trouve ?
Des artistes et des artisans qui vivent en Provence. Ils ont été sélectionnés par Joëlle Cambonie pour l'authenticité de leur travail, leur créativité et bien sût leurs œuvres et produits livrables dans toute l'Europe, en Amérique du Nord et au Moyen-Orient ainsi qu'en Asie.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026



Bagkok thème Stéphan Venekas

Les artistes
Le dernier à être entré sur Provence-Store est Stéphan Venekas. Sa passion évidente pour l'aéronef, capture d'image saisissante, sensation de vitesse : les œuvres de Stéphan Venekas sont très 'tendance'. Elles suggèrent une idéalisation quasi irréelle puisant sa source dans les villes verticales telles que Hong-Kong, New York ou Dubai et une vision intemporelle d'un monde en constance mutation. Son travail s'exprime par une impression sur aluminium. Finition ultra glossy en verre acrylique 2 mm ou résine époxy. Châssis bois.
Pour découvrir les œuvres de Stéphan Venekas ici.

La collection 'Ipadrawing' de Lionel Borla : l'art rendu accessible
Lionel Borla travaille à Marseille. Son style figuratif est agréablement stylisé. On reconnaît ses œuvres par les silhouettes longilignes, qui habitent ses œuvres. Elles constituent autant de symboles de l'esprit humain qui voyagent entre les paysages et les architectures et entraînent le public dans un monde de couleurs et d'harmonie. La musique, souvent présente, rythme les tableaux. Pour Noël 2021, il nous a fait le plaisir de sortir une collection 'd'Ipadrawings' à 160€ seulement. (Ici, Pinède fauviste)

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

Pour découvrir les œuvres de Lionel Borla ici.



Pinède fauviste de Lionel Borla

Mode et accessoires de mode
Song by Minji Vinvent (mode), Angel et Miosotti (couture), Choco et Lula (mode enfants), Les bottes de Marius (bottines de Camargue), Les Péquelettes del sol (ceintures), atelier Pom.