Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Distribution gratuite de compost à Vaison-la-Romaine



La Communauté de communes Vaison Ventoux invite ses habitants à venir récupérer du compost à la déchetterie interc.ommunale Sainte Catherine samedi 29 mars toute la journée.

Cette opération locale est organisée dans le cadre de l'événement national annuel "Tous au compost" qui a lieu du 29 mars au 13 avril. L'intercommunalité Vaison Ventoux organise sa distribution gratuite à l'attention de toute la population du territoire. Pour en bénéficier, il faudra seulement s'équiper d'outils

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

et contenants (pelle, seau, bidon…). Un maximum de 200 litres de compost issu des biodéchets collectifs sera attribué par foyer.

La communauté de communes Vaison Ventoux rappelle également que depuis l'obligation légale en 2024 de trier les biodéchets, elle participe à l'installation de composteurs individuels chez les particuliers et propose également des composteurs collectifs. De ce fait, le 29 mars les visiteurs pourront également se renseigner sur l'achat d'un composteur de 400 litres à tarif préférentiel de 25€ (le reste étant pris en charge de l'intercommunalité), à emporter le jour même.

A.R.C

Opération de distribution gratuite de compost. Samedi 29 mars de 9h à 12h et de 14h à 16hà la déchetterie Sainte Catherine à Vaison-la-Romaine, 1015 B, avenue Ulysse Fabre, Route de Séguret. www.vaison-ventoux.fr

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

23 tonnes de compost distribuées aux particuliers à la station d'épuration de Carpentras



Les 21 et 22 mars une opération de distribution de compost en vrac avait lieu à la station d'épuration Marignane de Carpentras à destination des habitants de 5 communes.

L'initiative a concerné 106 visiteurs pour 23 tonnes de compost, soit une moyenne de 217kg par personne. Organisée par le Syndicat Rhône Ventoux (en charge des eaux), la Ville de Carpentras et l'entreprise Suez (gestionnaire de la station), l'action découlait d'un processus de valorisation des boues d'épuration dans le cadre d'une démarche de développement durable. Elle s'adressait aux habitants des 5 communes rattachées à la station Marignane (Carpentras, Mazan, Saint-Pierre-de-Vassols, Modène et Crillon-le-Brave) qui traite également les effluents des activités industrielles locales alentours.

Appelé 'compost normalisé NFU 44095', ce produit est issu du traitement des déchets d'une station d'épuration. Il répond à des normes spécifiques sur les matières d'intérêt agronomique. Passant du statut de déchet organique à celui de fertilisant, le compost normalisé concerne tant les terres agricoles que les

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

jardins et potagers des particuliers. Pareil au fonctionnement du terreau, le compost normalisé doit être mélangé avec 5 fois plus de volumes de terre.

En 2024, la station d'épuration Marignane de Carpentras a produit 3 590 tonnes de boues brutes pour les 75 000 habitants concernés. En dehors de cette opération gratuite et ponctuelle s'adressant aux particuliers demandeurs, les tonnes de boues, si elles sont conformes, se réutilisent notamment dans le cadre agricole pour faire de l'engrais fin ou servir de combustible.

Amy Rouméjon Cros

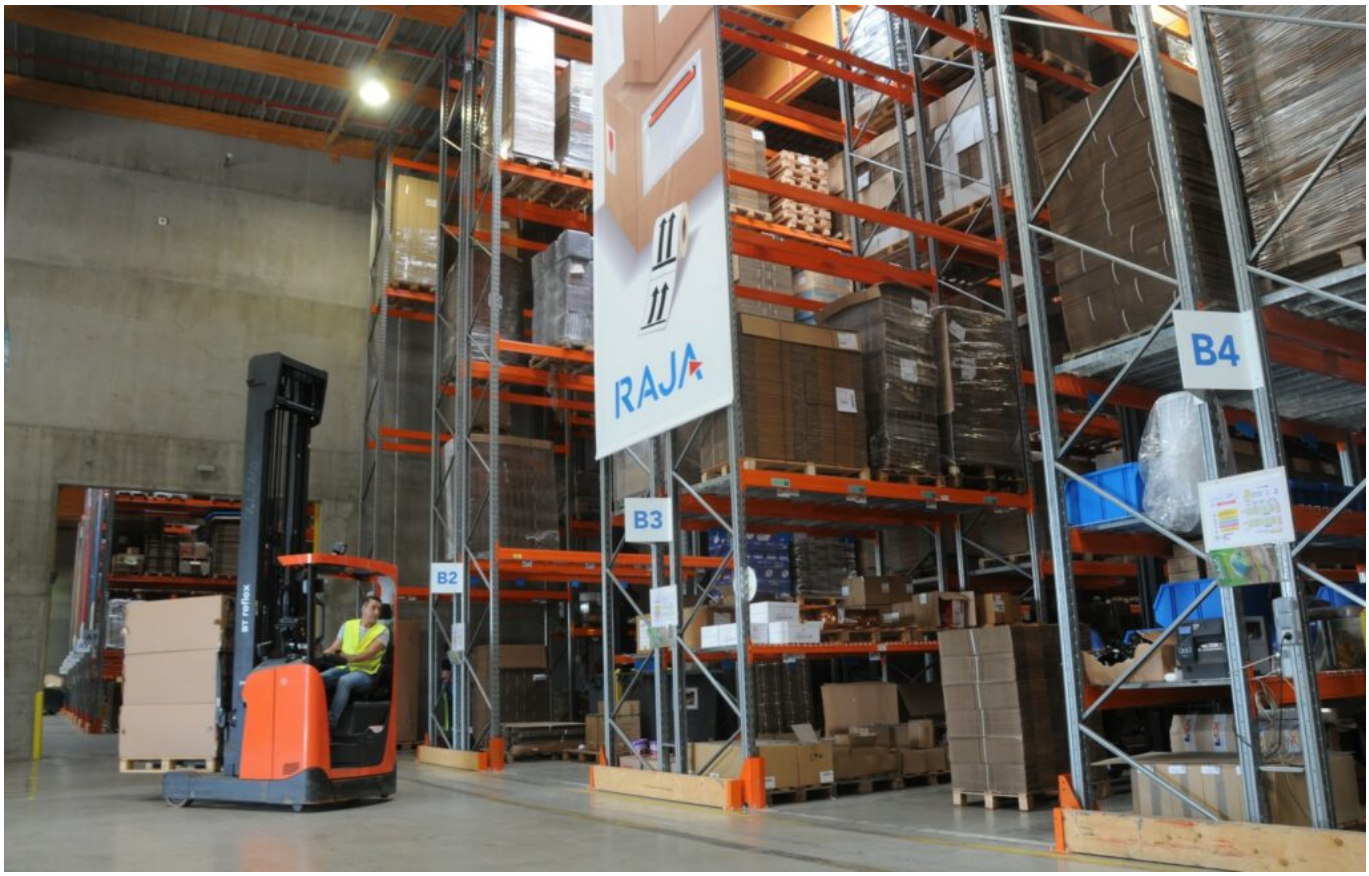


Crédit : Suez

Le groupe Raja renonce « à regret » à son projet d'implantation à Cavaillon

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Coup dur pour l'emploi en Vaucluse, le groupe Raja ne veut plus s'implanter à Cavaillon. C'est « à regret » que leader européen de la distribution d'emballages, de fournitures de bureau et d'équipements industriels, ira ailleurs créer une centaine d'emplois et investir ses 40M€ afin d'ériger son nouveau centre de distribution modèle. La raison ? Les recours engagés entrainent une trop grande incertitude sur la date de mise en service de son futur site de 41 000m2.

Le groupe Raja, leader européen de la distribution d'emballages, de fournitures de bureau et d'équipements industriels, a décidé de stopper son projet d'implantation d'un centre de distribution et de bureaux à Cavaillon, dans la Zac (Zone d'aménagement concerté) des Hauts Banquets, en raison des incertitudes pesant sur le démarrage du chantier.
« Les recours engagés contre les décisions administratives repoussent le démarrage des travaux à une date incertaine et lointaine, constate avec regret Danièle Kapel-Marcovici, présidente directrice-générale du Groupe Raja. Or, nous avons rapidement besoin de capacités logistiques supplémentaires pour assurer la croissance de notre activité et répondre à la demande de nos clients. »

« Les recours engagés contre les décisions administratives repoussent le démarrage des travaux à une date incertaine et lointaine. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Danièle Kapel-Marcovici, PDG du Groupe Raja.

40M€ d'investissement
A l'origine, Raja avait conçu ce projet d'implantation afin de mieux servir ses 35 000 clients dans le sud de la France, des entreprises de toutes tailles et dans tous les secteurs d'activité.
Déjà implanté à Sorgues sur un site de 18 000m2 ne permettant plus de faire face au développement de l'activité du groupe, Raja projetait donc d'investir 40M€ dans la construction d'un nouveau centre de distribution de 41 000m2 dans la zone des Hauts Banquets.

100 emplois directs et 50 emplois indirects
« Ce bâtiment devait bénéficier des dernières avancées en termes d'éco-conception et d'utilisation d'énergies propres (panneaux photovoltaïques, géothermie), explique le groupe. Le site, à l'architecture esthétique, comprenait également des espaces de bureaux (incluant showroom, restauration et salle de sport) pour une surface de 1000 m². »
Au total, le projet devait permettre la création de 100 emplois directs, auxquels s'ajoutaient une cinquantaine d'emplois indirects chez les partenaires de Raja.

Lire également : "(Vidéo) Le groupe Raja lance 4 innovations écoresponsables pour l'expédition"

La multiplication des recours aura finalement eu raison du projet
Le permis de construire du nouveau site a été obtenu en juillet 2022 et l'autorisation environnementale ICPE (Installation classée pour la protection de l'environnement) en janvier 2023. Les travaux devaient initialement commencer en septembre 2022 pour s'achever au second semestre de cette année. Ne pouvant plus attendre, le groupe Raja, pourtant fermement attaché au Vaucluse (outre son site sorguais, la fondation de sa dirigeante y finance la Villa Datris à l'Isle-sur-la-Sorgue), a finalement jeté l'éponge afin de se développer dans ce département pauvre où le chômage est endémique…

« L'intercommunalité prend acte de ce retrait. »

Gérard Daudet, président de LMV Agglomération

De son côté, l'agglomération Luberon Monts de Vaucluse (LMV), porteuse du projet d'aménagement des 45 hectares de la Zac des Hauts Banquets, ne peut que constater ce départ.
« Notre intercommunalité prend acte de ce retrait et entend, avec la disponibilité foncière ainsi dégagée, pouvoir répondre aux sollicitations d'entreprises complémentaires à celles qui ont d'ores et déjà finalisé leur implantation sur la zone des Hauts-Banquets, explique Gérard Daudet, président de LMV

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Agglomération. Des entreprises, créatrices de nombreux emplois et relevant notamment du secteur de la naturalité (agroalimentaire, fruits et légumes, le biocontrôle ou encore nutraceutique), conformément à l'engagement que nous avions pris dès l'initiation de ce projet. »
Beau joueur, le président de l'agglo « souhaite que le Groupe Raja spécialisé dans la distribution d'emballages puisse rapidement trouver, dans le sud de la France, une solution logistique en adéquation avec ses besoins. »

Lire également : "Raja, histoire d'une entreprise familiale aussi intelligente qu'ambitieuse"

Raja se développe partout ailleurs…
De son côté, Danièle Kapel-Marcovici précise que ce contretemps n'entamera pas le développement de son groupe qui poursuit ses investissements dans ses centres de distribution partout en Europe. « En France, nous avons automatisé une partie de notre centre de distribution national de Paris Nord 2 (Seine-Saint-Denis) en 2022. En Belgique, nous avons agrandi cette année de 16 000m2 (pour atteindre 65 000m2) notre centre de distribution à Tongres qui sert nos clients en Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Suisse et Autriche. En Italie, le doublement de notre centre de distribution de Biella, près de Turin, vient de démarrer pour atteindre 45 000m2 et répondre à la demande des entreprises italiennes. »

Le programme d'aménagement de la Zac des Hauts Banquets à Cavaillon, confié Faubourg Promotions Groupe IDEC par LMV Agglomération, prévoit la création de 1 500 emplois.

Orange distribue gratuitement des places pour les Chorégies 2023

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Les Chorégies d'Orange 2023 auront lieu du 19 juin au 24 juillet. Comme chaque année, afin que tout le monde puisse en profiter, notamment les Orangeois, la Ville organise une distribution gratuite de places pour ses habitants le mercredi 14 juin, dès 8h, à l'espace Daudet.

Un justificatif de domicile ainsi qu'une pièce d'identité seront demandés aux personnes qui se présenteront à cette distribution. Les places seront données dans la limite de deux par personne jusqu'à épuisement des stocks. Les premiers arrivés seront donc les premiers servis !

Lire également : 'Chorégies 2023 : Encore plus d'étoiles dans les yeux et de stars sur la scène du Théâtre Antique d'Orange en juillet prochain'

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



V.A.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Carburant : une huitième enseigne rejoint les stations-service proposant une file dédiée aux véhicules prioritaires



La préfecture de Vaucluse annonce qu'une huitième enseigne rejoint les stations-service proposant une file dédiée aux professionnels prioritaires. Il s'agit de l'enseigne Casino Carburants d'Orange.

A compter d'aujourd'hui, jeudi 13 octobre, l'enseigne Casino Carburants d'Orange, située rue des blanchisseurs dans le quartier de l'argensol, propose une file dédiée aux professionnels prioritaires.

Dans le contexte des difficultés d'approvisionnement en carburant que le Vaucluse traverse depuis quelques jours, la mobilisation de cette enseigne permet de compléter le maillage départemental.

Ainsi, huit stations composent désormais le dispositif, ouvert de 9h30 à 13h30 :

- Auchan Mistral 7 – route de Marseille – Avignon.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

- Auchan Le Pontet – route de Carpentras – Le Pontet.
- Auchan Cavaillon – 28 avenue Des Taillades – Cavaillon.
- Total – 428 Boulevard Segura – La Tour d'Aigues.
- Leclerc Auzon Ventoux – boulevard Alfred Naquet – Bollène.
- Leclerc – route de Saint-Paul-Trois-Châteaux – Bollène.
- Ecomarché – quartier de Mougne, route de Saint-Trinit – Sault.
- Casino Carburants – quartier de l'Argensol, rue des Blanchisseurs – Orange.

La préfète remercie l'ensemble des professionnels mobilisés en faveur de l'intérêt général et salue les comportements adoptés et les initiatives développées par la population afin de réduire leur consommation de carburant.

J.R.

Carpentras : Franck Bonfils, un patron qui fonce et surfe sur le bio

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Créateur de ‘’Un air d’ici’ en 2000, ce quadragénaire juvénile n’arrête pas d’innover. Né à Gigondas, élève de Sciences-Po à Aix-en-Provence, pour améliorer son ordinaire d’étudiant, Franck Bonfils a eu l’idée de lancer les ‘chouchous’ (cacahuètes caramélisées) pour les bistrots. Et ce concept s’épanouira au fil des ans avec les mangues séchées, éclats de pistache, amandes et noisettes grillées, baies de Goji, bananes chips, abricots secs, gingembre confit, noix de coco râpées, lentilles vertes, corail ou blondes, penne au blé complet, crozets au sarrasin, quinoa tricolore. En 2017, il change de nom et passe à ‘Juste bio’.

Un chiffre d’affaires qui explose

Ce spécialiste des fruits secs, graines, légumineuses et arachides explose son chiffre d’affaires qui est passé de 7M€ à 80M€ ces 6 dernières années. Une expansion multipliée par 11 basée sur une tendance forte : la santé, l’alimentation saine et naturelle, le bio. Il développe ses gammes et son sens de l’éthique : moins d’emballage, moins de gaspillage, d’où l’idée du vrac. « Nous avons comme mission d’offrir nos produits au plus grand nombre et de réduire la pollution. Par exemple nous n’utilisons plus d’étiquettes, nous marquons nos cartons d’emballage au laser, donc nous économisons papier, colle, encre et solvant, » explique Franck Bonfils.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Franck Bonfils. ©Monagrid

« Chaque minute, sont vendus 5kg d'amandes. Nous visons à limiter au maximum le plastique, nous avons réduit de 660 tonnes par an son usage dans nos 6 000 points de vente. » Pour faire face à la demande, ce patron visionnaire a fait construire une nouvelle usine à Carpentras, un investissement de 16M€ pour 12 000m2 ultra-fonctionnels et lumineux, conçus par le contractant avignonnais GSE, avec pour tous les salariés une vue imprenable sur le Ventoux.

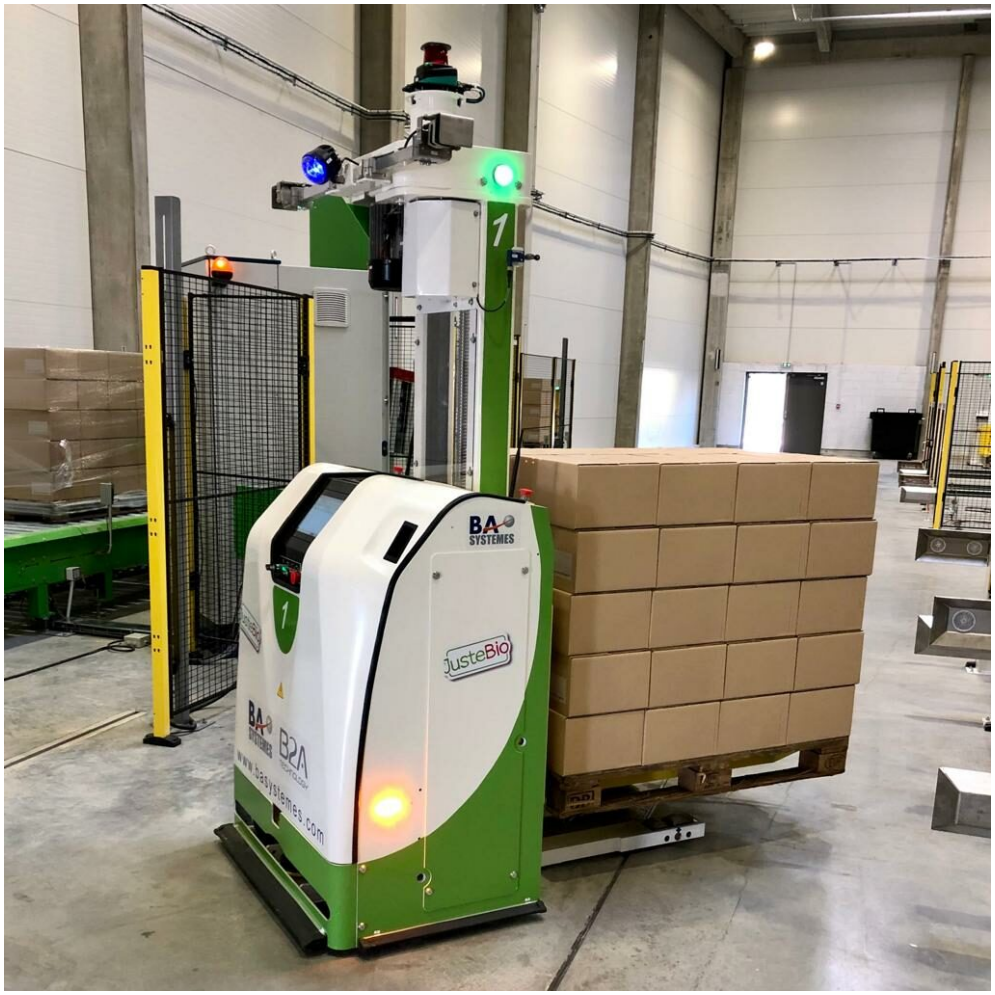
Plus qu'un engagement : une philosophie

« Nous avons un engagement qualité » ajoute Franck Bonfils au fil de la visite dans cette nouvelle unité de production sortie de terre il y a 2 ans : « Nous contrôlons chaque big bag de matières premières, nous

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

nettoyons et faisons analyser son contenu, nous avons des frigos installés sur des racks qui s'empilent en fonction des besoins ce qui a réduit de 30% notre surface réfrigérante. Après le grillage dans un immense four, l'ensachage se fait dans des contenants biodégradables, compostables et entièrement recyclables, donc zéro déchet. Nous avons aussi banni l'utilisation du scotch, ce qui représente 2 000km d'adhésif en moins par an ».



La société vauclusienne basée à Carpentras dispose d'un nouveau site de production depuis 2 ans.

Leader européen du vrac

Juste bio, leader européen du vrac a signé des partenariats avec les paysans-producteurs pour leur assurer des revenus pérennes, vérifie tous les produits entrants, leur sourcing, leur traçabilité, le process de fabrication étape par étape avec le personnel équipé de charlottes, de gants, de masques, de sur-chaussures dans une ambiance de salle blanche renforcée par la présence de robots. La production est passée de 7 000 tonnes à 28 000 tonnes par an avec 140 références bio désormais proposées en grandes surfaces dans un mobilier adapté.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

« La souveraineté alimentaire est désormais un objectif pour tous. »

« Ces derniers mois, notre vie a changé avec les attentats terroristes, le réchauffement climatique, la crise sanitaire, le confinement et maintenant la guerre en Ukraine » explique Franck Bonfils dont l'entreprise vient de faire un don de 14 977€ à l'ONG marseillaise Pure océan engagée dans la protection des mers.



Franck Bonfils remet un chèque de 14 977€ à David Sussmann, président de l'ONG Pure océan, lors d'une conférence de ce dernier pour les collaborateurs de Juste bio.

« Chaque année dans le monde, on ramasse 400 millions de tonnes de déchets et la pandémie a aggravé ce chiffre à cause des masques et des auto-tests. Il faut savoir que 80% de ce qui est rejeté sur terre se retrouve dans les océans… Donc le consommateur aussi a changé, il préfère manger moins mais mieux, il choisit les comportements vertueux, la proximité, les circuits courts, les produits sains. La souveraineté alimentaire est désormais un objectif pour tous. »

Soutenir la transition écologique

C'est ainsi dans cette logique Juste bio vient de nouer un partenariat Alpina Savoie afin de proposer les premières pâtes bio 100% françaises vendues en vrac en GMS. Au total, 5 références sont déjà proposées depuis le mois avril dans 1 000 points de vente dans le cadre de ce partenariat exclusif. Parmi elles, deux références de pâtes complètes (penne complète et torsade complète), plus riches en fibres que les pâtes natures : un choix qui répond aux attentes des consommateurs de ce rayon, particulièrement attentifs aux qualités nutritionnelles des produits. Le crozet au sarrasin bio, produit emblématique du savoir-faire d'Alpina Savoie, rejoint également les trémies de Juste bio, aux côtés de la farfalle et de la torsade nature.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026





Depuis avril dernier, Juste bio propose, en partenariat avec Alpina Savoie, les premières pâtes bio 100% françaises vendues en vrac en GMS.

« Le prix recommandé des produits permet une juste rémunération des agriculteurs qui cultivent les blés bio français, expliquent les deux PME françaises. Ces blés sont issus de la filière de blés durs bio développée il y a 10 ans par Alpina Savoie avec ses agriculteurs partenaires du Sud de La France. Elle a à cœur de les soutenir dans la pratique de nouveaux modèles agricoles durables et respectueux de la biodiversité avec une juste rémunération grâce à des contrats sécurisants inscrits dans la durée. Aussi, en s'appuyant sur la filière d'agriculteurs partenaires d'Alpina Savoie, les deux entreprises soutiennent directement la transition agro-écologique vers des modèles de culture favorisant le mieux-manger tout en respectant la terre et les hommes qui la cultivent, avec comme mot d'ordre une juste rémunération. »

Franck Bonfils qui a conservé ses réflexes de champion de BMX dans sa jeunesse, continue à foncer, à franchir toutes les bosses, tous les obstacles. Son chiffre d'affaires s'envole et il recrute en permanence dans tous les secteurs de production de son entreprise pour étoffer des effectifs qui s'élèvent à ce jour à 130 collaborateurs.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Pac citron, un zeste de fraîcheur dans le patrimoine provençal



Pac citron de la distillerie A.Blachère à Châteauneuf-du-Pape ? Une madeleine de Proust qui a su traverser les époques pour demeurer la star des rayons.

Le nectar qui se dépose, l'eau qui dilue la matière, le tintement des verres au cours du toast et l'acidité qui fait renaître le palais. « C'est le sirop Pac citron qui fait que l'on est toujours là », nous confie Raphaël Vannelle dans son bureau. Ce dernier a pris les rênes de la distillerie Blachère en 1993 avec son épouse Sandrine Blachère Vannelle. Les deux dirigeants et actionnaires sont complémentaires, monsieur gère la production et la commercialisation, madame s'occupe du volet administratif. Aucune intrusion dans le capital, la société tient à son indépendance : « on investit si on a les moyens, sinon, on ne fait rien. » La stratégie s'avère payante, 800 000 bouteilles de Pac citron s'écoulent en une année, 200 000 bouteilles de son petit frère, le Fun blue. Le tout pour un chiffre d'affaires de 3,5M€ en 2020 et un outil de production utilisé à 30% de ses capacités. Les reins sont solides.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Pac : Pierre, Annick, Christian et Colette

La naissance du Pac citron ? Elle remonte à 1962. À la suite d'étés torrides, Louis Guiot, dirigeant de la distillerie Auguste Blachère, la plus ancienne de Provence, installée depuis 1835 en plein cœur d'Avignon, décide de créer une nouvelle boisson capable de désaltérer les Provençaux. Ce sirop naturel à base de sucre et de citron, sans colorants, devient rapidement une réussite dans toute la région, et deviendra le produit phare de la distillerie. On doit son nom, Pac citron, à Louis Guiot qui le compose de chaque première lettre du prénom de ses enfants : Pierre, Annick, Christian et Colette.

Côté liqueur, trois bouteilles ont rendu la distillerie vieille de 200 ans célèbre : l'élixir du Mont Ventoux, la comtadine et l'origan du Comtat. Cette dernière demeure la plus étroitement liée à l'âme provençale. En 1882, lors de l'épidémie de choléra, elle soulage beaucoup de malades. A l'époque, la distillerie fabriquait déjà le rhum Zoulla avec lequel on frictionnait le corps des personnes souffrantes. Pour lui rendre hommage, la ville d'Avignon scelle alors de grands bas-reliefs de céramique sur les trois portes de ses remparts. Germain Béraud, compositeur de la région, dédie même une valse en l'honneur de la liqueur salvatrice. « La liqueur la Camarguaise, à base de thym et de romarin de l'arrière-pays, est issue d'une recette ancienne. Les produits naissent en fonction des localités, ils s'inspirent des lieux, des cultures dans lesquels ils sont ancrés », nous explique Raphaël Vannelle.



Un panneau installé sur l'une des trois portes des remparts d'Avignon. Crédit photo: Linda Mansouri

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Décisions stratégiques en cascade

Par la suite, Sandrine Blachère et Raphaël Vannelle s'installent à Châteauneuf-du-Pape, village réputé pour son célèbre vignoble. « Nous avons la chance d'être ici, quelques vignerons nous présentent aux importateurs du monde entier », se réjouit le dirigeant. De vastes entrepôts sont aménagés, la gestion est améliorée et le secteur d'activité est élargi de Valence à Toulon. Raphaël mène également une longue réflexion de repositionnement. La distillerie passe de de 40 marques d'alcool à 20. « Il fallait rationnaliser les coûts, certains produits ne se vendaient plus, la réduction de gamme était nécessaire », explique Raphaël Vannelle qui se tourne alors vers la production de sirops, sans toutefois abandonner la fabrication d'alcools.

La charte graphique se refait également une beauté. Plus d'homogénéité entre les supports, un logo plus moderne, une écriture plus harmonieuse, une palette de couleurs plus vive. « Pour avoir une meilleure visibilité à l'export, c'était indispensable », reconnait-il. Les liqueurs centenaires prennent une nouvelle apparence, les bouteilles s'affinent mais gardent intacte la beauté et le charme de leurs étiquettes.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Crédit photo : Linda Mansouri

« Fun blue égalera les volumes de Pac citron »

Fun blue ne tarde pas à pointer le bout de son nez. Ce sirop, à base de sucre et d'essence de menthe, affiche son originalité, couleur bleu Méditerranée et étonnant goût chlorophylle. Rapidement adopté par les jeunes, il devient le digne petit frère du Pac citron. « Avec Fun blue, on pense au dentifrice, le sirop connait une progression à deux chiffres tous les ans, souligne Raphaël Vannelle. Dans une dizaine d'années, il égalera les volumes de Pac citron. » Selon Raphaël, tout est question de génération, au-dessous de 13 ans, les enfants privilégient le Fun blue et son goût bonbon à l'acidité du Pac citron. Au-dessus de 15 ans, le palais s'éduque et s'accoutume au Pac.

Durant 5 ans, les efforts se concentrent sur les sirops, la gamme Couleur Provence voit le jour. L'innovation reste la clef, douze parfums surprenants sont déclinés, tels que pêche, châtaigne, pomme, melon ou réglisse… Pour assouvir son désir d'ouverture toujours plus grand, une nouvelle liqueur grossit

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

les rangs, l'Ardéchoise. Une crème de châtaignes inspirée par Jean-Claude Blachère natif de l'Ardèche. Pour ce qui est de la stratégie de distribution, elle fait l'objet d'un remaniement. Le réseau qui était principalement axé sur la branche CHR (café, hôtellerie, restauration) pendant 20 ans se déporte essentiellement sur les GMS (Grandes et moyennes surfaces). En quelques années, la petite PME familiale réussit le défi d'être référencée dans toutes les centrales qui alimentent la grande distribution et les brasseurs, un circuit hors duquel il est quasiment impossible d'exister désormais.



Une affiche historique devenue institution provençale. Crédit photo : Linda Mansouri

« Les négociations en GMS sont très difficiles si vous n'avez pas de marque »

L'idée générale de la distillerie ? Consacrer le plus de temps possible à Pac citron et Fun blue qui restent les produits leaders, totalisant environ 85% des volumes. Pac citron est référencé dans tous les réseaux, à hauteur de 20% en CHR et 80% en GMS, avec deux formats adaptés évitant ainsi que « les marchés ne se confondent. » Aucun circuit n'est délaissé, « on travaille avec tout le monde. Il ne faut pas oublier que

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

l'on commercialise un sirop à 3,50€, donc il doit être disponible de partout. » La gamme Couleur Provence équivaut à 150 000 bouteilles produites cette année dans les divers parfums.

« Les négociations en GMS sont très difficiles si vous n'avez pas de marque. Les interlocuteurs varient souvent, c'est assez compliqué lorsque vous négociez avec des personnes à Paris par exemple, explique Raphaël Vannelle. Concernant la GMS intégrée de type Géant Casino, vous êtes obligé de passer par des structures centralisées, impossible de vendre en direct. » En revanche, en local, la négociation résulte de « la volonté de chaque patron de magasin. »

Dans la région, Pac citron caracole en 1e ou 2e place des sirops les plus vendus en GMS, dans les Bouches-du-Rhône, le Vaucluse ou le Gard. « Si nous ne sommes pas 1er, c'est en général en raison d'une rupture de stock », poursuit Raphaël Vannelle. Le Pac se gratifie d'un positionnement haut de gamme en matière d'image, le produit hérite d'une histoire. « Les consommateurs ont fait leur choix, et cela fait 60 ans que ça dure », se réjouit le dirigeant.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Hezra Akbar, à droite, règne en maître dans la boutique. Un duo gagnant à Châteauneuf-du-Pape. Crédit photo : Linda Mansouri

Diversité des réseaux de distribution

« On travaille aussi bien en centrale d'achat qu'en direct, les relations en direct sont très bonnes »,

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

explique Raphaël Vannelle. Un millier de magasins proposent les produits de la distillerie aujourd'hui. Le secteur ? Montpellier, Sète, Montélimar, Valence, Toulon, Hyères, un triangle de diffusion stratégique. Ajoutez à cela quelques belles enseignes parisiennes. Aucune exclusivité accordée mais une attention particulière à ce que les prix affichés en rayon respectent le positionnement de la distillerie et que le conditionnement soit propre à chaque marché.

« Il faut rester cohérent avec notre image, mais quand on fait du commerce, il faut que tout le monde gagne un peu », reconnait Raphaël Vannelle. Et d'ajouter : « ce problème de positionnement dans les réseaux, c'est un faux problème, Ricard et Martini sont dans tous les réseaux, idem pour Nutella ou Coca cola. Ce n'est pas parce que notre produit est en cave qu'il ne sera pas en GMS. Encore une fois, on vend un sirop à 3,50€. Tout est question de positionnement marketing. »



Les équipements de la chaîne de production sont doublés pour maintenir la production en cas de panne technique. Crédit photo : Linda Mansouri

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

60% des ventes annuelles en 3 mois

Sur les deux dernières années, la distillerie a connu une stagnation du chiffre d'affaires, « c'est déjà bien d'avoir maintenu malgré le contexte et les six mois de fermeture des cafés et restaurants. La GMS a bien travaillé, on livre par exemple France boissons, Promocash ou Metro, qui redistribuent ensuite nos produits. » Deux commerciaux continuent à livrer 500 clients en direct.

« On gardera à terme une centaine de clients directs pour conserver la remontée d'informations en CHR. C'est un secteur qui peut être précurseur, dans lequel les tendances s'affichent plus rapidement qu'en GMS », remarque le dirigeant. Concernant les concurrents, la distillerie n'a pas vocation à faire des millions de bouteilles comme certains acteurs du sirop positionnés sur le marché, mais à rester une entreprise régionale. « Si on fait trop de volume, on perd notre âme », conclue poétiquement Raphaël Vannelle. L'outil de production est certes très performant avec quatre personnes dédiées, mais soumis à une forte saisonnalité. En 3 mois d'été, 60% des ventes annuelles sont réalisées.

Les prix pratiqués en GMS

Concernant l'indicateur de prix, beaucoup de facteurs entrent en ligne de mire. Le produit d'appel, la marge, la région, la stratégie de vente, la sensibilité de la clientèle… « Je peux me retrouver face à des prix différents selon la ville, pour une même enseigne donnée. Pour Pac citron, on est sur le cas d'un produit régional leader. Certains magasins attirent la clientèle en le proposant comme produit d'appel tout en réduisant leur marge dessus, explique Raphaël Vannelle. Il peut arriver que dans une enseigne 10 fois plus grosse, le Pac se vende 5 fois moins car la clientèle est moins sensible aux produits locaux. Concernant le prix, on ne rentre pas dans ces discussions, ce n'est pas notre problème si le prix varie sensiblement. Le seul impératif, respecter le positionnement et l'image de nos produits. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Les produits sont disponibles dans la boutique, route de Sorgues à Châteauneuf-du-Pape. Crédit photo : Linda Mansouri

Stratégie d'export

L'export était à l'arrêt depuis 20 ans. Quand le couple reprend la distillerie, certaines exportations reprennent vie, en direction de la Chine, du Japon ou de l'Allemagne. Puis la covid s'installe et bloque les voyages. « Il est toutefois plus facile de vendre à l'export qu'en France. Nous avons l'image de la plus vieille distillerie de Provence, souligne Raphaël Vannelle. En Chine cela fait trois fois que l'on envoie de la marchandise, on renouvelle également en Belgique. Cela va aller en se développant, pas de stress. L'année prochaine, nous fêtons les 60 ans du Pac. Nous repousserons le gros des exportations jusqu'à l'horizon 2023. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Les verriers, nerfs de la guerre

Concernant les approvisionnements, le sucre est de Saint-Louis, le jus de citron provient d'Amérique latine et le verrier est Français. « L'approvisionnement en verre est compliqué, on est contraint de stocker 400 000 bouteilles pour éviter la rupture de stock, déplore Raphaël Vannelle. Le peu de concurrence sur le marché des bouteilles en verre rend les choses plus complexes. En France, il ne subsiste plus que deux verriers. » Le dirigeant a bien pensé opter pour le plastique, mais l'impact sur la planète et le goût qui s'en retrouverait altéré l'ont stoppé net dans sa réflexion. Le verre recyclable est pour lui le meilleur contenant noble. « C'est comme les liqueurs, vous avez des capsules métalliques, j'estime qu'il faut du liège. C'est quelque chose de naturel en contact avec mon produit et qui me parait sain », juge-t-il.



Détrompez-vous, il ne s'agit pas d'un épisode d'Astérix mais bien du local d'épices au sein de la distillerie. Crédit photo : Linda Mansouri

Ecrit par le 19 novembre 2026

Et le bio ?

Quelques alcools bio verront le jour d'ici deux ans. Pour autant, hors de question de dénaturer le goût et la qualité du produit. « Les plantes que nous utilisons sont déjà bios. Quant à l'alcool, il est déjà à 96 degrés. On ne veut pas surfer sur la vague du bio pour proposer une moindre qualité gustative, se défend Raphaël Vannelle. Quand on pourra remplacer un ingrédient par le même ingrédient bio sans dénaturer le goût, on le fera. Et puis on ne va pas faire du bio pour qu'il coûte 30% plus cher pour rien, il faut trouver l'équilibre. » L'étiquette bio rassure le consommateur, concernant Pac citron, nul doute, le public n'a pas besoin de cautions supplémentaires… Un Pac à l'eau s'il-vous-plaît !

Boutique de la distillerie A.Blachère : 1695 route de Sorgues, 84230 Châteauneuf-du-Pape, 04.90.83.55.65, magasin@distillerieablachere.com. Site internet, cliquez ici.

Carrefour vient à la rencontre des produits locaux

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



L'enseigne de grande distribution Carrefour vient d'organiser un salon dédié aux fournisseurs et produits régionaux. L'événement vient de se tenir au parc des expositions d'Avignon. Il a permis d'accueillir 180 fournisseurs de produits locaux et régionaux. L'objectif était d'encourager la présence de ces produits dans les 22 hypermarchés, 124 supermarchés et 220 magasins Carrefour Proximité de l'enseigne de la région dans le Sud-Est (Alpes de Haute-Provence, Hautes-Alpes, Alpes-Maritimes, Ardèche, Bouches-du-Rhône, Corse, Drôme, Var, Vaucluse et Monaco). Ce salon a ainsi été l'occasion pour les producteurs et PME de présenter leurs produits à l'ensemble des managers alimentaires et directeurs des magasins de cette zone.

Attente forte des consommateurs

« Environ 80% de nos références sont disponibles chez Carrefour », expliquent Sophie et Pierre d'Agay, nouveaux propriétaires de l'entreprise Augier & Fils basée à Vaison-la-Romaine.

« Notre produit phare est le miel de Provence avec ses saveurs lavande de Provence, lavande fine et fleurs de Provence, poursuivent ceux qui commercialisent une gamme de miels de très haute qualité chez Carrefour depuis 10 ans maintenant. Un produit d'une qualité exceptionnelle, fruit d'une sélection drastique réalisée par nos soins et qui dispose des deux labels IGP (Indication Géographique Protégée) et Label Rouge. Aujourd'hui, nous développons une nouvelle gamme de miel bio français et nous espérons

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

pouvoir la rendre accessible à tous les clients de Carrefour qui ont une forte appétence pour les produits bio. »

8 031 produits locaux dans les magasins de la région

Pour Carrefour, les motivations sont doubles : répondre à une demande de plus en plus forte des consommateurs et consolider l'ancrage économique et sociétal local de l'enseigne. Le salon organisé à Avignon a ainsi permis à chacun de goûter, découvrir les modes de fabrication, rencontrer les entreprises et échanger avec leur dirigeant.

« Cette démarche s'inscrit pleinement dans la politique de Carrefour en matière d'offre de produits régionaux : plus de 62 000 références de produits locaux et régionaux en France, des origines locales privilégiées pour chaque magasin, et une réduction des impacts environnementaux des livraisons avec des circuits courts », précise Florence Prost, manager régional de Carrefour Sud-Est où l'enseigne est aujourd'hui partenaire de 475 producteurs, éleveurs ou PME locaux, réunissant quelques 8 031 produits.

L.G.