Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

55% des Français passeront leur été dans l'Hexagone plutôt qu'à l'étranger



Alors les vacances scolaires débuteront en fin de semaine, où partiront les Français cet été ? L'inflation perturbe-t-elle leurs projets de vacances ? La destination principale sera l'hexagone ou l'étranger ? Quelles sont leurs sources d'inspiration pour cet été ? Avec l'inflation galopante, 58% des Français partiront en vacances selon le sondage réalisé par Yougov-Readly. La Provence et le Vaucluse figurent en 3e position des destinations estivales souhaitées.

Alors que l'inflation s'envole et s'étend à presque l'ensemble de biens de consommation, 58% des Français ne sont pas prêts à sacrifier leurs vacances cet été 2023.
Sur 8043 répondants dans 8 pays, la priorité pour les vacanciers sera de profiter des paysages locaux pour 46% des sondés. En effet, un peu plus de la moitié (55%) des Français profiteront des richesses locales et privilégieront l'Hexagone contre 23% à l'étranger. Si les Français prévoient de rester davantage dans le pays, les Néérlandais (56%), les Allemands (44%) et les Anglais (42%) comptent quant

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

à eux partir à l'étranger.

Pour les Français les vacances d'été doivent être synonymes (par priorité) de :
1- Détente pour 59% d'entre-eux
2- Curiosité, ils aiment explorer pour 45%
3- Actif, l'idée n'étant pas de rester assis pour 27%
4- D'être informé, voulant en savoir le plus à propos de la destination pour 25%
5- Durable, je prévois des solutions vertes pour les vacances pour 11%, 3% de + que la moyenne globale.

Si 20% des sondés Français comptent ne pas prendre de congés pendant cet été 12% des Français en poste comptent travailler depuis l'étranger quelques semaines pour changer d'air.

Inspirations pour un été local
Si la plupart des Français comptent partir en France cet été, ils se sont inspirés à la fois de bouche à oreille auprès de leurs amis et famille et de recherches sur Internet pour 47% des Français (pour ces deux critères). 31% sont prêts à repartir dans une destination déjà explorée et qu'ils ont appréciée. 15% s'inspirent sur les réseaux sociaux et 9% dans les magazines et journaux.

Le Top des destinations françaises les plus recherchées sur Readly pour les Français à la recherche d'inspiration, sont notamment :
– Paris
– Marseille
– Provence
– sud ouest
– Côte d'azur

L.G.

**Méthodologie : Etude menée en Mars 2023 dans 8 pays par Yougov : auprès de 8043 répondants dont 1005 en France.*

Interdiction du mot "Provence" : le coup de gueule de Dominique Santoni

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



« Imagine-t-on Marseille sans son Vieux Port ? Imagine-t-on Aix en Provence sans sa Sainte-Victoire ? Imagine-t-on Toulon sans son arsenal ? Que serait la Provence sans le Vaucluse et le Vaucluse sans la Provence? C'est insensé. » lance la Présidente du Conseil départementale de Vaucluse.

Dominique Santoni a donc présenté le texte de sa motion à tous les élus vauclusiens, lors de la Séance publique du Conseil Départemental. « Le 23 janvier dernier, le Tribunal de Nanterre a rendu un jugement favorable à l'INAO et au Syndicat des Vins Côtes de Provence. L'Office de Tourisme Communautaire Luberon Monts de Vaucluse a donc l'interdiction de faire usage du signe « Provence », notamment dans le nom de domaine « luberoncoeurdeprovence.com » ou la signature commerciale « Coeur de Provence » ,quels que soient les éléments associés, pour désigner des vins, des exploitations viticoles, des évènements de dégustations ou des promotions de vins, si ceux-ci ne bénéficient pas de l'AOP « Côte de Provence », « Baux de Provence », « Côteaux d'Aix-en-Provence », « Côteaux Varois en Provence ».
Le 4 avril, l'Office de Tourisme a fait appel de ce jugement. Le Conseil Départemental réuni en séance publique, ce 23 juin 2023, apporte son total soutien à l'Office de Tourisme Luberon Monts de Vaucluse pour préserver la libre utilisation du signe « Provence ».

« La Provence, c'est notre fierté à tous, notre détermination est donc totale pour attaquer ce jugement et pour préserver la libre utilisation de ce mot » a conclu Dominique Santoni.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Andrée Brunetti

Tourisme : deux marques Vauclusiennes portent les couleurs de la Provence



Il y a quelques jours, le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur a dévoilé la première collection officielle de produit dérivé de sa marque « Provence ». Parmi les neuf entreprises présentes pour cette première édition, deux sont vauclusiennes.

Depuis 2015, le Contrat de destination Provence, un collectif d'une trentaine de partenaires institutionnels touristiques, copiloté par le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur et Provence Tourisme, mène des actions pour promouvoir la destination Provence à l'international et stimuler l'économie touristique sur tout le territoire provençal.

Avec le lancement de sa première collection de produits portant la marque officielle de la Provence et son

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

programme de licence, les objectifs sont les suivants : valoriser la destination, l'identité du territoire, les savoir-faire et les traditions ; diffuser l'image de la destination par des produits ambassadeurs du territoire ; générer des revenus pour le fonctionnement du Contrat Destination, pour les entreprises, les artisans, les commerçants et les acteurs touristiques du territoire.

Une collection made in Provence

Les produits développés dans le cadre de cette collection sont fabriqués en Provence, par des entreprises préservant des savoir-faire uniques et souvent ancestraux. Au total, ce sont neuf marques qui sont présentes pour cette première édition, dont deux entreprises vauclusiennes : la maison de décoration, Elsa Lenthal (Sault) et la marque de biscuits salé et sucré issus de l'agriculture locale, Kom&sal (Cadenet).

Pour cette première collaboration avec le collectif Provence, la marque Elsa Lenthal propose des coussins de relaxation et des sachets parfumés composés de fleurs de lavandin bio produites à Sault. La gamme Provence X Kom&sal propose quant à elle trois produits : des gressins croquants au fenouil, préparés avec des farines de pois chiche et de riz ; des petits palets au sarrasin et au riz de Camargue, parfumés à la fleur de rose ; un kit composé de farine de pois chiche et d'un accessoire de cuisine pour réaliser ses propres panisses.

J.R.

Les Provençaux sont particulièrement fiers de leurs terrasses

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



CAILHOL X - VPA

À l'occasion de la deuxième de la journée des terrasses qui s'est tenue cette semaine, France Boissons a publié un baromètre qui témoigne de l'attachement des Français aux terrasses et a révélé des chiffres régionaux inédits. Les natifs du Sud-Est sont ainsi ceux qui vantent le plus le mérite de leurs terrasses, ces lieux de vie incontournables.

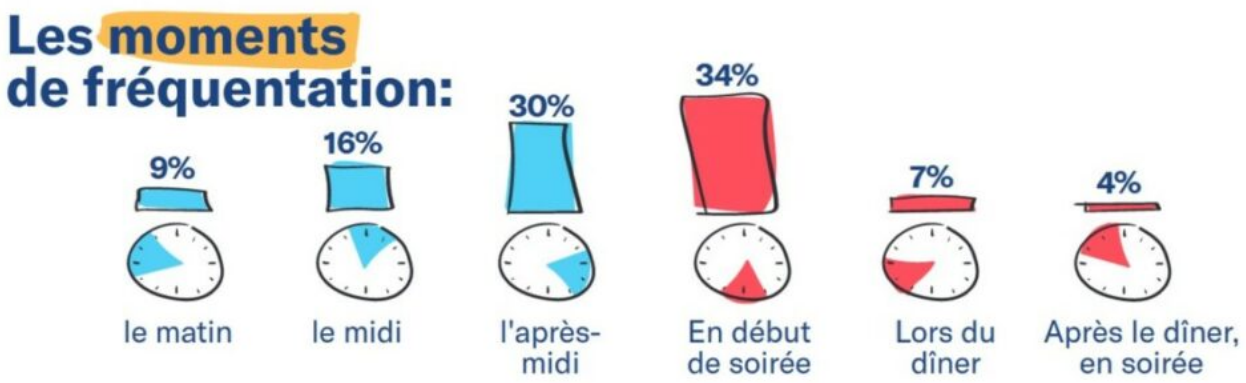
Ce mercredi 24 mai il s'est tenu la deuxième édition de la Journée des Terrasses. À cette occasion, France Boissons, leader de la distribution de boissons au sein du marché de la CHD (Consommation hors domicile), a dévoilé les résultats de sa nouvelle étude Ifop sur l'attachement des Français à leurs terrasses.
Historiquement ancrées dans le patrimoine culturel et économique français, les terrasses sont un incontournable du quotidien. Elles occupent le top 5 des espaces essentiels pour la sociabilité des villes et des quartiers. 94% des Français pensent que les terrasses sont clés pour l'activité économique locale. D'ailleurs, la fréquentation des terrasses ne cesse d'augmenter en France (+3pts par rapport à 2022).

Des vecteurs clefs pour le dynamisme local et le lien social
Les cafés, hôtels et restaurants sont des vecteurs clés de dynamisme économique et de lien social pour les communes françaises. Les terrasses ont connu un engouement certain dès la fin de la pandémie du

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Covid-19. Pour autant, sur le long terme, et malgré l'attachement des Français, le nombre de bistrot est passé de près de 500 000 dans les années 1900, à moins de 40 000 en 2016, soit une baisse de 2,8% chaque année.



C'est pourquoi, à l'occasion de la Journée des Terrasses, France Boissons, appuyé par les associations APVF et Centre-ville en Mouvement a souhaité mettre à l'honneur ces lieux emblématiques de l'art de vivre à la Française qui animent chaque jour les quartiers, les villages et les villes de l'Hexagone. Cette étude a vocation à rappeler l'intérêt si particulier des Français à ces espaces extérieurs.
« La défense de nos centres-villes est notre raison d'être, explique Philippe Laurent, président de l'association d'élus centre-ville en mouvement et maire de Sceaux. S'associer et faire connaître la Journée des Terrasses est donc pour nous un engagement naturel. Les terrasses font partie intégrante du quotidien des Français, mais elles doivent être soutenues. Elles participent au cercle vertueux de l'attractivité économique de nos centres-villes et centres-bourgs. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



HOCQUEL A - VPA

Les terrasses dans le Top 5 des espaces essentiels pour la sociabilité des villes et villages. 87% des Français estiment que les terrasses de cafés, bars ou restaurants sont importantes pour le lien social des habitants, les classant juste derrière le podium des lieux incontournables constitués des commerces de proximité (95%), des écoles (94%) et des parcs et jardins publics (92%). Ici le Café Barretta à Avignon. © Hocquel A. VPA

Un attachement qui ne cesse de progresser

Ils sont aujourd'hui plus de 9 Français sur 10 à déclarer se rendre en terrasse en 2023 (contre 87% en mai 2022). Les amateurs de terrasses en profitent avant tout pour passer du temps avec leurs proches (pour 61% d'entre eux, soit 3 points de plus qu'en mai 2022), s'échapper de leur environnement quotidien (pour 43%, soit 2 points de plus qu'en mai 2022) ou encore profiter du cadre extérieur et de l'ambiance (36%).

Les Français semblent donc chercher davantage de sociabilité et de pause dans leur quotidien. Paradoxalement, malgré un besoin d'évasion avéré, 95% d'entre eux estiment que la terrasse idéale prend place à l'improviste dans un lieu abrité des regards.

Le moment privilégié pour s'y rendre varie selon l'âge des répondants : les plus jeunes s'y retrouvent en fin de journée, souvent en afterwork, tandis que leurs aînés s'y rendent plus tôt mais restent plus longtemps. Enfin, la météo reste un frein majeur pour profiter des terrasses, ainsi que le manque de

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

moyens financiers notamment marqué par l'inflation.

Les terrasses : le reflet des diversités régionales

Emblème de la culture française, il existe autant de manières de vivre un moment en terrasse qu'il existe de personnes. Parce que les terrasses sont omniprésentes au sein du paysage français, l'édition 2023 du sondage Ifop valorise la richesse de nos régions. Si les habitants de la région Nord-Ouest reconnaissent l'intérêt des terrasses ensoleillées du Sud de la France, ils défendent avec fierté les leurs. Ils sont ainsi 60% à estimer que c'est leur région qui se rend le plus en terrasse parmi les autres régions de France, juste derrière le Sud de la France. Le Nord-Ouest est la seule région de l'hexagone à revendiquer les terrasses comme incarnation du patrimoine culturel local, devant le patrimoine régional ou national. Au total, 22% des Français interrogés estiment même que la Bretagne possède les plus belles terrasses de France. Les natifs du Sud-Est et du Sud-Ouest sont ceux qui vantent le plus le mérite de leurs terrasses : 82% d'entre eux estiment qu'elles les rendent fiers de leur région, contre 77% en moyenne.



HOCQUEL A - VPA

Les terrasses, vecteur de dynamisme économique ? 94% des Français estiment que les terrasses contribuent au dynamisme économique de leur quartier ou de leur village, comme à Villedieu avec le café du centre. © Hocquel A.-VPA

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

De leur côté, les franciliens fréquentent plus régulièrement les terrasses (29% affirment s'y rendre au moins une fois par semaine, contre 25% en moyenne) après le travail ou pour visionner un événement sportif. Ils sont toujours en recherche de lieux inédits, souvent dans d'autres régions. Enfin, les habitants du Nord-Est s'accordent sur l'intérêt des terrasses ensoleillées du Sud de la France. Ils soutiennent tout de même l'attractivité de leurs régions respectives pour 38% d'entre eux, montrant à nouveau leur fierté régionale pour l'ambiance et l'histoire que possèdent leurs terrasses.

« En tissant du lien avec leurs habitants, les terrasses de nos communes sont des lieux essentiels de nos territoires, évoque Christophe Bouillon, président de l'Association des Petites Villes de France.. Chaque ville et village de France, possède sa fierté locale, son ambiance et sa spécificité. En se ralliant à la Journée des Terrasses, ce sont nos villes et nos régions qui ont l'occasion de remettre en avant le regain d'attrait économique et social que celles-ci représentent. »



Une journée de mobilisation unique

« Nous sommes fiers de soutenir les terrasses, véritables espaces de rencontre et de convivialité qui contribuent au vivre-ensemble des Français, rappelle Laurent Théodore, président de France Boissons. Les terrasses participent également à un écosystème local vertueux, aussi bien pour les professionnels de ce domaine, que pour l'ensemble des commerces avoisinants qui bénéficient de cette vitalité. Partenaire des Cafés, Hotels, Bars, Restaurants depuis près de 60 ans, il nous tient à cœur, à France Boissons, de mettre à l'honneur et de remercier tous les professionnels du secteur qui s'engagent au quotidien pour faire battre le cœur de nos territoires et préserver ces lieux qui sont les poumons de nos villes. » Un appel qui résonne pour 87% des Français, considérant que les terrasses sont des lieux de vie déterminants pour le lien social.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



HOCQUEL A - VPA

Pour 61% des Français, la principale motivation à se rendre en terrasse est de passer du temps avec des proches comme ici dans les rues piétonnes de la cité des papes. © Hocquel A.-VPA

Cabrières d'Avignon, quand la Maison Victoire promeut la Provence et crée son magazine

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Victoria Templeman, à la tête de la Maison Victoire, agence immobilière britannique, a décidé de mettre du lien et de la joie dans son quotidien. Comment ? En organisant des événements culturels et festifs au cours desquels se retrouvent habitants, artistes et acheteurs. Objectif ? Favoriser les liens entre la communauté internationale et le bien vivre en Provence. Un esprit 'village élargi' nourrit par Victoria Templeman qui œuvre à la tête de la Maison Victoire, agence immobilière indépendante, depuis 2007, à Cabrières d'Avignon.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Copyright Morgan Palun

Créer du lien

“Les Événements Maison Victoire proposent à nos clients, nouveaux arrivants, amis et artistes de partager un moment convivial mêlant affaires et plaisir, relate Victoria Templeman, la fondatrice de l’agence. Notre objectif est de rapprocher les populations locales, profondément enracinées dans le Vaucluse, depuis souvent plusieurs générations, avec la communauté internationale qui a choisi de faire de la Provence leur patrie. De cette façon nous faisons se rencontrer tous les amoureux de la Provence autour de ses délices gastronomiques, ses vins précieux et un territoire sculpté par les plus célèbres vignobles.”

L’immobilier holistique

“Nous aimons ‘faire de l’immobilier’ de façon plus holistique, axé sur la collectivité et les services… Car il ne s’agit pas seulement d’acquérir une maison mais de s’y bâtir une nouvelle vie, au cours de rencontres, car la vie n’est que rencontres, pour en apprécier les talents et les passions,” souffle Victoria Templeman.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Un nouveau magazine

C'est ainsi que début mai, la Maison Victoire a dévoilé son nouveau magazine, créé en collaboration avec Ruth Ribeaucourt -éditrice et directrice artistique du magazine 'Faire'- et lancé l'exposition d'œuvres photographiques de Jamie Beck de son livre à succès 'NYT, An American in Provence'.

Les personnalités mises à l'honneur

Le magazine Maison Victoire contient le guide acheteur-vendeur exclusif de l'agence sur les transactions immobilières réussies en Provence, ainsi que des articles mettant à l'honneur des personnes incarnant l'art de vivre provençal : des cyclistes professionnels appréciant l'adrénaline, des antiquaires féru d'histoire, des vignobles et foodies, ainsi que de célèbres décorateurs d'intérieur, artistes et photographes.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Savoir faire

L'exposition 'An American in Provence' propose des collections de portraits, de scènes et de photos de nature morte de Jamie Beck, photographe très populaire et primé. Trente-huit cadres anciens français uniques ont été dénichés et collectés par l'artiste, durant les années qu'il a passé en Provence. Chaque œuvre est unique et imprimée sur du papier fibre de bambou Hahnemühle de haute qualité par le maître imprimeur Pascal Dumas du Labo Des Photographes de Cucuron. Les encadrements ont été réalisés par l'Atelier Polychrome à Aix-en-Provence avec verre anti-reflet de qualité musée.

Les infos pratiques

La collection est exposée jusqu'au 30 juin à la Maison Victoire, Place de l'Ancienne Mairie, à Cabrières-d'Avignon. Les visites ont lieu sur rendez-vous, après inscription au 04 90 05 01 54 ou par courriel client@maisonvictoire.com La Maison Victoire Special Events accueillera prochainement d'Anne-K Imbert et Kristian Desailly, en partenariat avec Arthothèque, le 7 juillet, dans ses locaux de Cabrières-d'Avignon. Réservation obligatoire par courriel à rsvp@maisonvictoire.com

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

‘Pac à l’eau’ : les 60 ans se fêtent avec des étiquettes collectors



Fondée en 1835, la distillerie A. Blachère est la plus ancienne de Provence. Elle a d’abord été implantée par Auguste Blachère, au XIXème siècle, Rue Molière à Avignon. Face au succès et à la nécessité de s’agrandir, elle a déménagé au milieu des vignes à Châteauneuf du Pape. C’est en 1993, il y a 30 ans, que Sandrine Blachère et son mari Raphaël Vannelle, ont pris la direction de l’entreprise familiale créée par l’arrière grand-père.

« La société était alors en difficultés. Avec Sandrine, on a mis une dizaine d’année pour la remettre à flots, la redresser, retrouver l’équilibre. » explique Raphaël Vannelle, le directeur. « On a déposé la marque ‘*Pac*’ “ en 1962 et l’exploitation a débuté l’année d’après. On a élagué parmi les références, on a viré la crème de bananes et celle de cacao qui ne se vendaient plus, on a gardé les valeurs sûres comme ‘L’élixir du Mont-Ventoux’ ou ‘L’origan du Comtat’ qui, selon la légende, en 1882, pour l’épidémie de choléra a soulagé nombre de malades, on a relooké les étiquettes du Pastis Camarguais et de la liqueur ‘La Comtadine’, des vieux marcs millésimés de Châteauneuf-du-Pape qu’on trouve dans notre boutique ».

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 18 novembre 2026



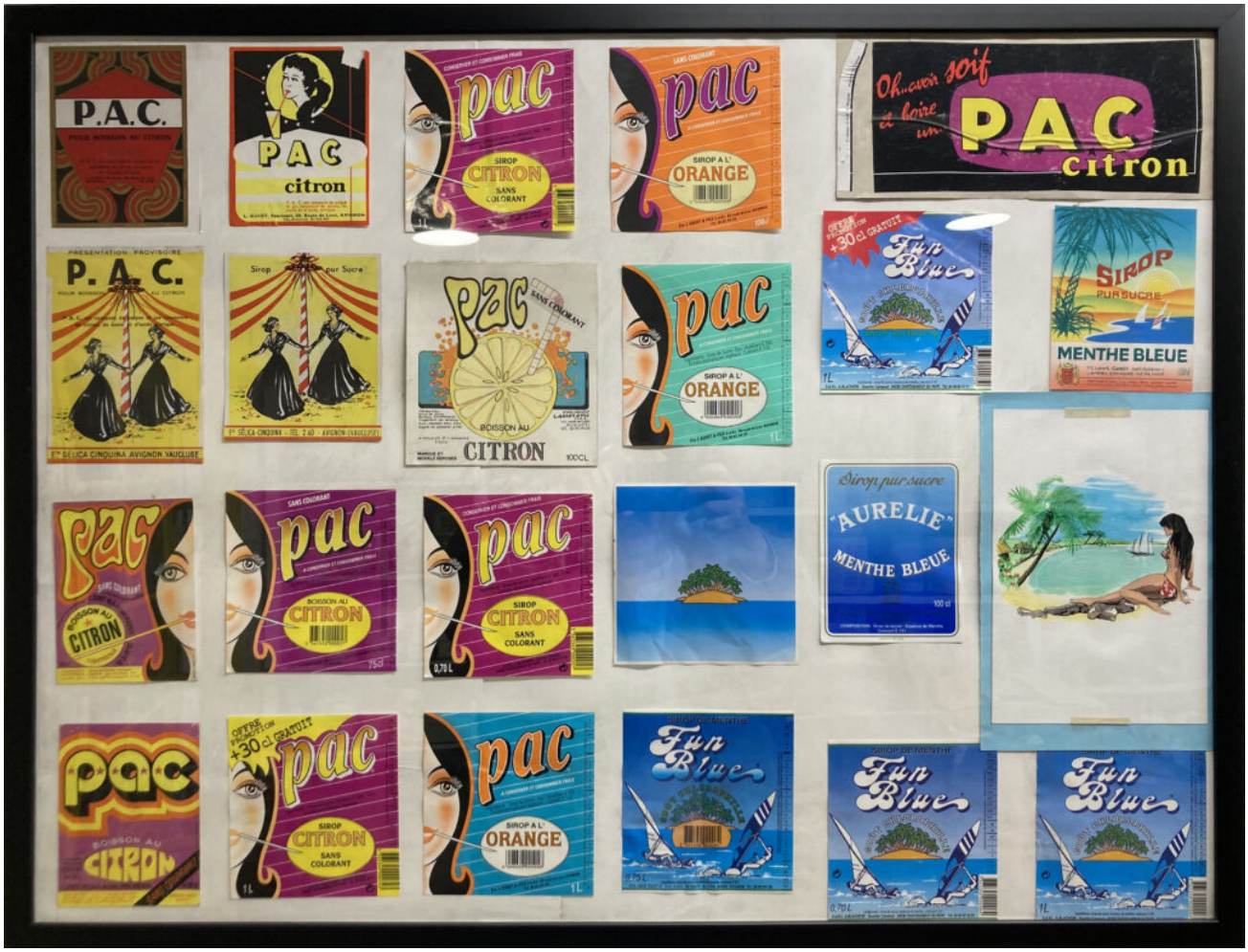
Raphaël Vannelle, directeur de la Distillerie A. Blachère

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Et surtout, tous les deux ont eu une idée de génie, de tout miser sur le 'Pac Citron' (ou Pac à l'eau pour les Provençaux). Ils ont relancé ce sirop de citron naturel, sans colorant ni sucre ajouté, qu'on sert avec de l'eau bien fraîche et des glaçons, qu'on s'arrache partout et pas seulement en Vaucluse. Des fans se sont même fait prendre en photo en haut du Corcovado au Brésil. Le reporter de l'émission « Echappées belles à Aix-en-Provence », diffusé le 28 janvier sur TV 5, Ismaël Khelifa a pris un Pac à l'eau en guise d'apéro sur le Cours Mirabeau. Depuis, les demandes affluent du monde entier sur l'ordinateur de Raphaël Vannelle!

« Le Pac, c'est le vaisseau-amiral de la Distillerie, on en vend plus de 800 000 bouteilles par an, il est suivi par une autre création-maison, le 'Fun Blue'. Un sirop de menthe au goût renforcé de chlorophylle, de couleur turquoise qui s'arrache partout, en particulier sous les tropiques, aux Caraïbes où il rappelle l'eau des lagons », on en écoule entre 250 et 300 000 chaque année », ajoute le patron.



L'Histoire des sirops de la Distillerie A.Blachère en étiquettes.

Ce sont les deux sirops qui connaissent le plus grand succès, mais il y en a d'autres qui sortent de

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

l'espace « embouteillage » flambant neuf de la distillerie. « Un investissement de 500 000€, subventionné à hauteur de 20% par France-Relance, qui permettra à terme de produire 6 000 bouteilles à l'heure ».

Des sirops de fraise, framboise, melon, pêche, réglisse, abricot ou barbe à papa, si prisée des enfants.-

A côté de cette ligne de production se trouve l'herboristerie et ses sacs de jute ou de papier emplis de lavande, gingembre, orange amère, cannelle, giroflier, origan, thym, romarin, sauge, menthe, millepertuis, fenouil, absinthe, angélique, verveine qui entrent dans la composition de liqueurs et élixirs, stockés à l'abri de la lumière et à température constante, au pied d'un antique alambic en cuivre.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Une partie de l'herboristerie et des alambics de la Distillerie A. Blachère.

La Maison A. Blachère cultive la proximité, elle a le souci de l'empreinte carbone et travaille avec des voisins, l'Imprimerie de l'Ouvèze à Sorgues pour ses étiquettes (1,3 million par an), Smurfit au Pontet pour ses cartons, des jus de citrons qui viennent d'un fournisseur de la région niçoise, des palettes « made in France ». « Nous sommes un des derniers indépendants de France, aujourd'hui. Même les

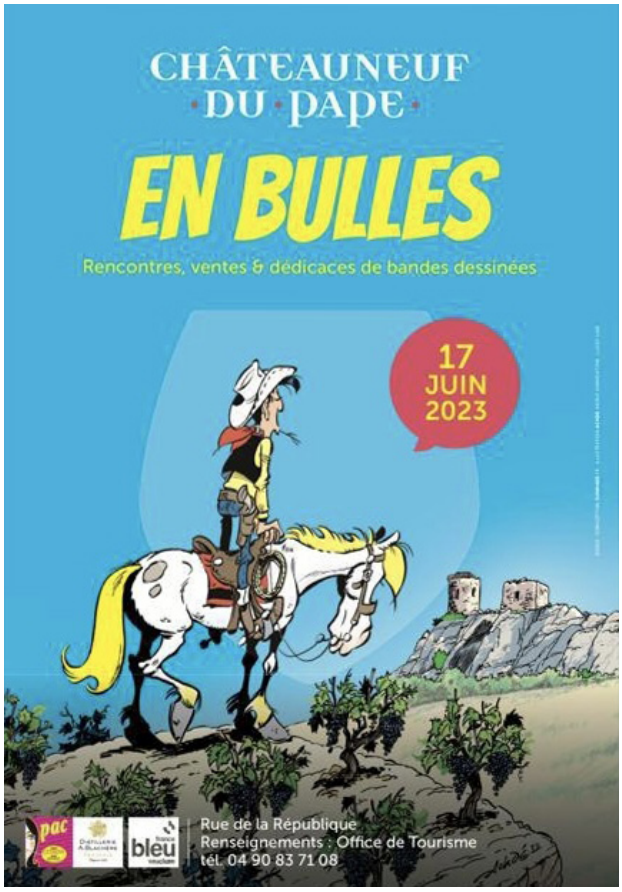
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

sirops Eyguebelle dans la Drôme ont été rachetés, nous on résiste. » précise Raphaël Vannelle.

Blachère, c'est une histoire d'amour. Lui qui connaît sa femme Sandrine (la gérante de la distillerie) depuis l'âge de 16 ans est totalement investi : « Blachère c'est notre âme, notre famille, (mes enfants Rose et Ronan, leurs grands-parents), notre patrimoine, celui de la Provence, notre histoire privée et professionnelle, intimement liée. C'est la tradition, mais c'est aussi la modernité, l'ancrage dans le réel d'aujourd'hui. D'ailleurs mon fiston m'a montré des jeunes youtubers qui en boivent dans leurs soirées, ils s'approprient le 'Pac'. Je parraine aussi deux jeunes champions de skate – board qui ont une planche rose fluo avec ces 3 lettres imprimées et qui font des compétitions partout ! »

Côté chiffre d'affaires » On a cartonné pendant le Covid, on a continué avec la canicule, + 15% l'été dernier. Mais hélas le prix de l'énergie a flambé, facture d'électricité x 4, celui des matières premières a carrément explosé : + 100% pour le sucre, + 70% pour le verre, sans parler du papier et de la colle pour les étiquettes, du bois pour les palettes, du coup cela a divisé par 2 la progression à deux chiffres de notre chiffre d'affaires. »



Le festival de BD de Châteauneuf-du-Pape dont le directeur de la distillerie A. Blachère et passionné de BD, Raphaël Vannelle, est l'organisateur.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Ce que le grand public ne sait pas forcément, c'est que Raphaël Vannelle est un fou de BD, il a une collection que les spécialistes lui envient, il peut faire un voyage à l'autre bout de la planète pour dégoter un dessin rare. Du coup, il a comme ami **Claude Viallat**, le peintre né à Nîmes qui a exposé au Centre Pompidou, à la Biennale de Venise, à New-York ou au Japon, qui a aussi créé les vitraux de l'Eglise Notre-Dame-des-Sablons à Aigues-Mortes. Claude Viallat est fou de tauromachie et collectionne en bandes dessinées tout ce qui représente l'image du taureau. La BD l'a donc naturellement rapproché de Raphaël Vannelle. Il a déjà dessiné, en édition limitée, des étuis pour le Champagne Ruinart. Pour les 60 ans du Pac, il a créé une étiquette pour les bouteilles, un nombre aléatoire d'entre elles deviendront des collectors, avis aux amateurs !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

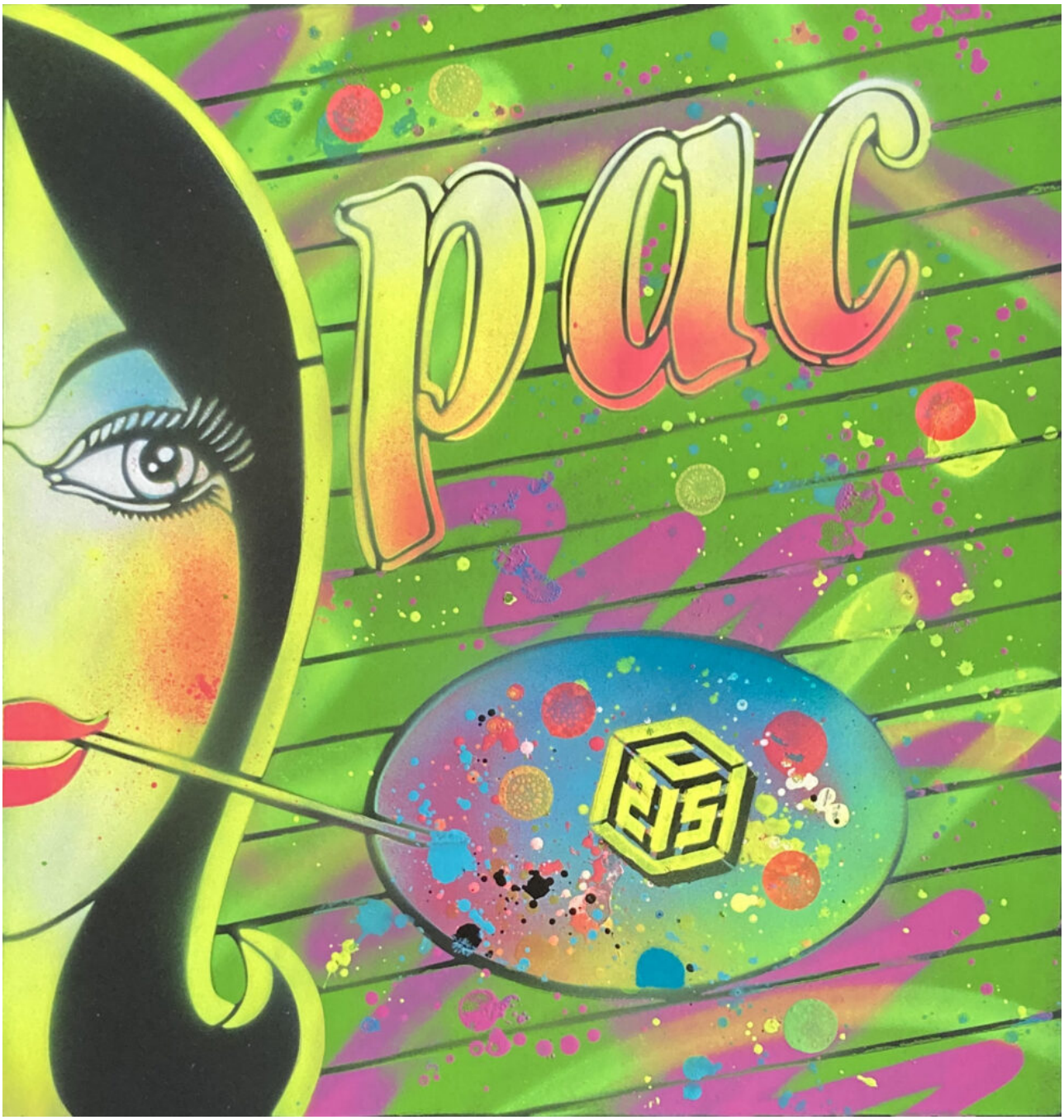
Ecrit par le 18 novembre 2026

L’étiquette réalisée par le peintre nîmois Claude Viallat

Mais une autre rencontre, avec le célébrissime artiste urbain, pochoiriste, **C 215** (Christian Guémy de son vrai nom) va également se voir lors du 60ème anniversaire. Raphaël Vannelle avait envoyé un carton de sirop au citron à son association, de là était née une amitié. L’artiste a réalisé 3 oeuvres pour l’anniversaire à venir qui deviendront elles aussi des étiquettes pour une partie aléatoire des bouteilles, de futurs musts pour les collectionneurs. A titre d’information, C125, spécialiste du street – art, pour concrétiser son soutien aux populations en souffrance après le début de la Guerre en Ukraine, a tagué sur des immeubles de 25m de haut des portraits d’enfants qui endurent ce drame, l’invasion des chars et les bombardements russes. Il a aussi imaginé, à la façon d’Eugène Delacroix, une « Liberté guidant le peuple » aux couleurs jaune et bleue de l’Ukraine sur la terrasse de l’Ambassade de France à Kyev. Une quinzaine de photos de ses oeuvres ont même été exposées dans la Galerie des Fêtes de l’Hôtel de Lassay, à la demande de la présidente de l’Assemblée Nationale, à Paris, en février.

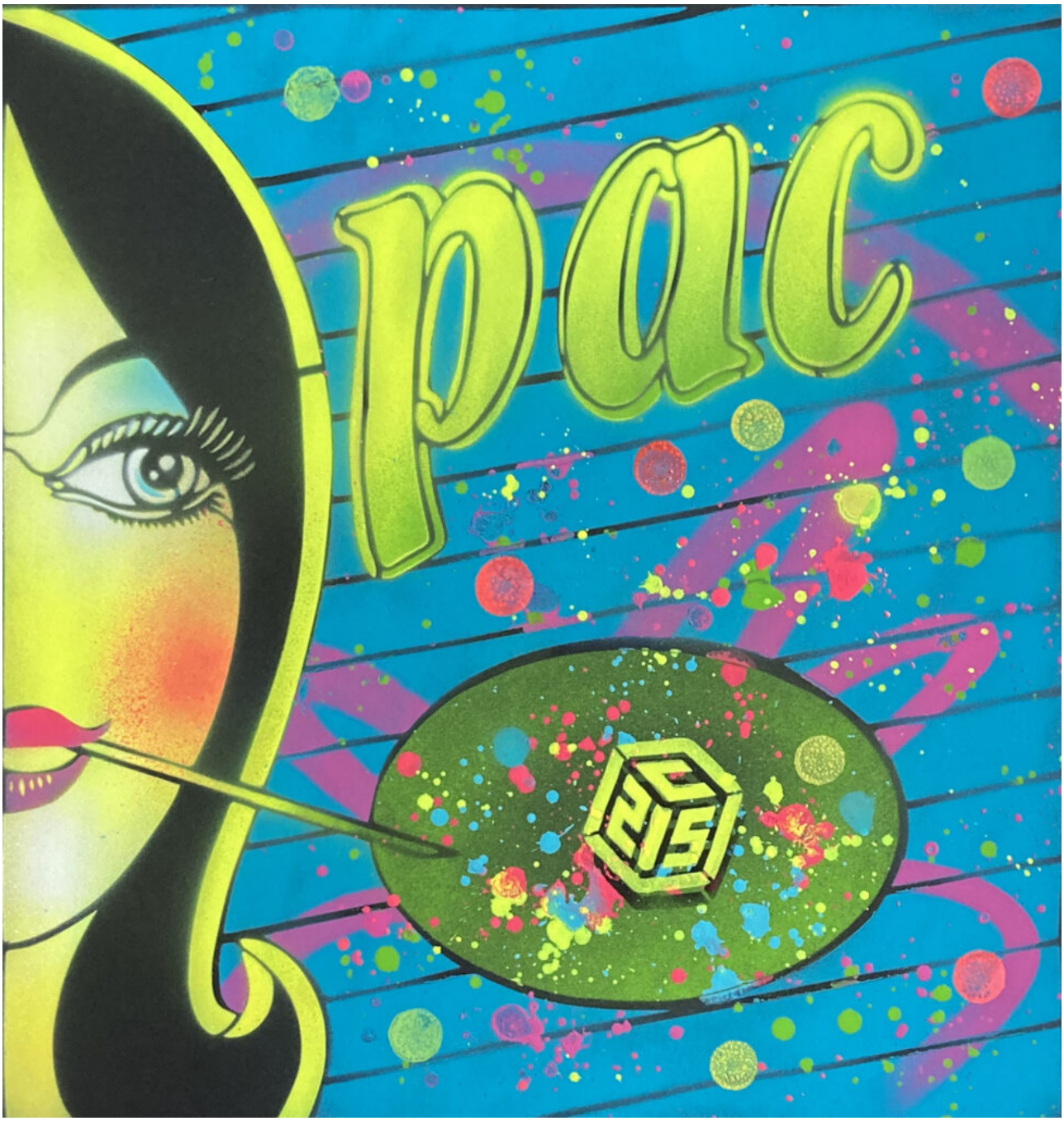
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

- 

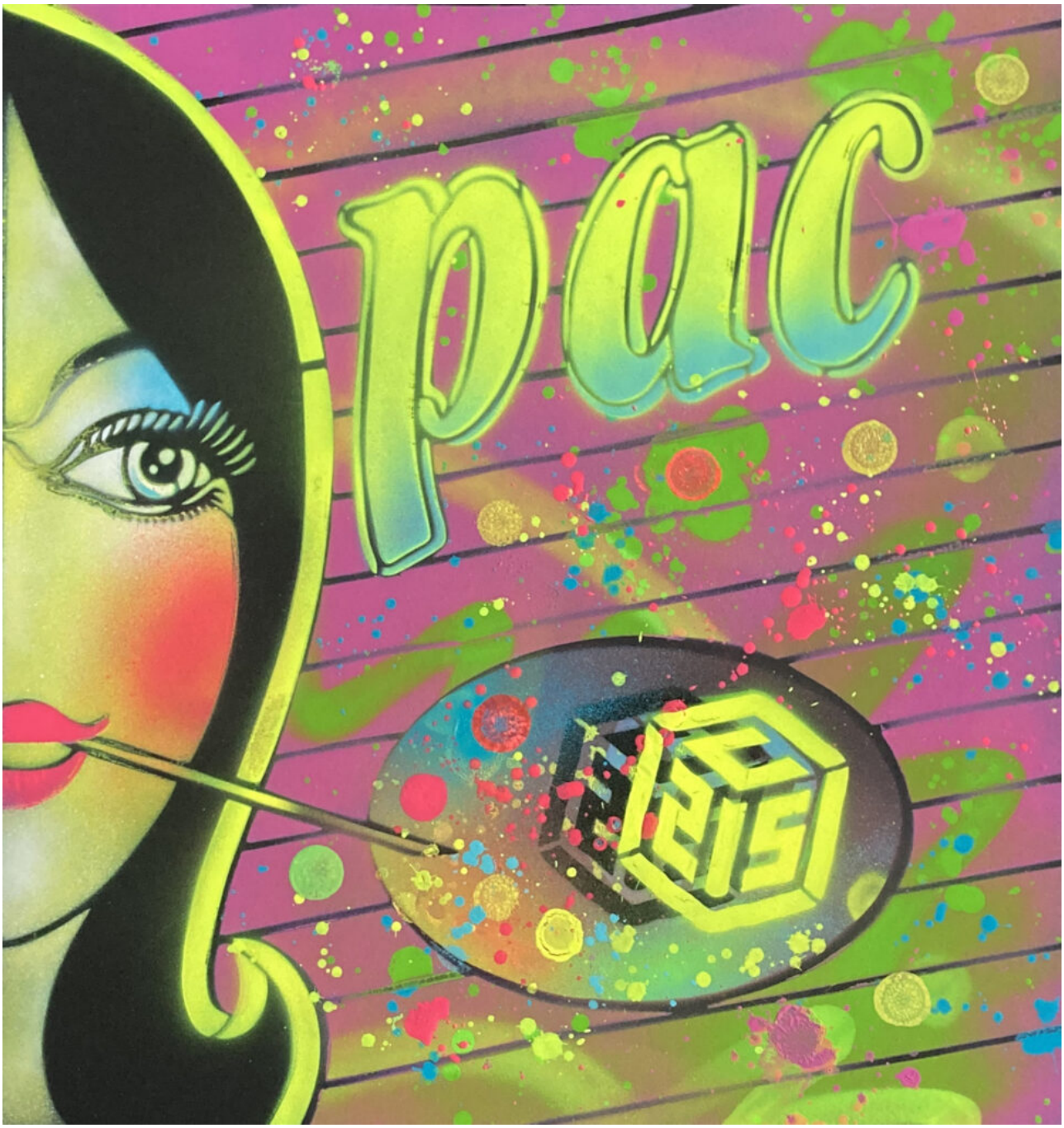
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

- 

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

- 

La série de trois étiquettes réalisées par le grapheur C215 (Christian Guémy de son vrai nom) résident entre Vitry-sur-Seine et Carpentras.

En attendant ces 60 ans prévus au deuxième semestre 2023, Raphaël Vannelle espère que le prix des matières premières va retomber pour offrir à nouveau à ceux qui consomment les sirops et alcools de la

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Distillerie Blachère des tarifs qui redescendent un peu. Il attend aussi avec impatience les régates nautiques des Jeux Olympiques de juillet 2024 prévus au large de Marseille, pour y voir la mosaïque d'un des bancs de La Corniche Kennedy qui surplombe la mer. Elle figurera un « Pac/à l'eau » (clin d' oeil à PACA – Provence Alpes Côte d'Azur). Un « zeste » d'immortalité pour cette petite bouteille de sirop de citron née à Avignon et connue universellement.

www.paccitron.com – 04 90 83 55 65

(Carte) : le plan 'Vigilance moustique tigre' bientôt lancé en Vaucluse et en Provence



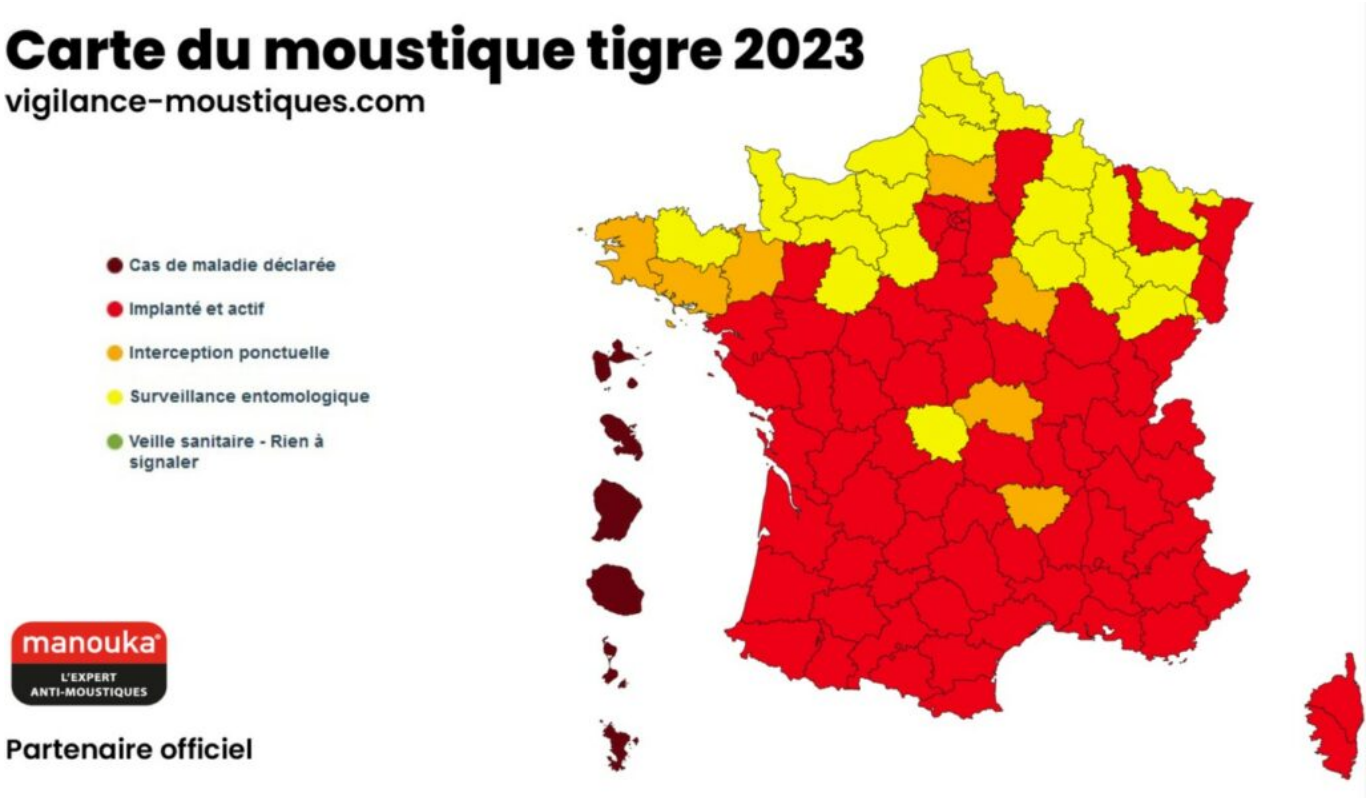
Alors que sa présence est avérée en Vaucluse depuis plus de 10 ans maintenant, et à quelques jours du lancement du plan officiel de lutte contre le moustique tigre, vigilance-moustiques publie la carte du moustique tigre 2023 qui confirme une nouvelle fois la progression de l'espèce en métropole. C'est désormais 71% du territoire national qui est infesté par cet insecte.

Vigilance-moustiques, site d'information sur la présence de moustiques en France et dans le monde et

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

son partenaire la marque Manouka de produit anti-moustique, viennent de dévoiler la carte de la présence de l'Aedes Albopictus (plus connu sous le nom de moustique tigre) en France.
Le Vaucluse, où la présence de cet insecte pouvant transmettre des maladies comme le chikungunya, la dengue ou le zika est officiellement avérée depuis 2011, fait partie des 68 départements métropolitains où le moustique tigre est considéré comme 'Implanté et actif' (7 autres sont placés en vigilance orange : voir carte ci-dessous).
« La progression du moustique tigre cette année se poursuit avec 4 nouveaux départements colonisés et placés en vigilance rouge, explique vigilance-moustiques. Il s'agit de La Meurthe et Moselle, le Loir et Cher, le Loiret, et le Val d'Oise. A cette liste, s'ajoute 3 nouveaux départements en vigilance orange, tous situés en Bretagne qui était jusque-là épargnée : L'Ile et Vilaine, le Morbihan et le Finistère. »



Le phénomène épidémique s'amplifie avec 65 cas en 2022
D'année en année, des épidémies se déclenchent régulièrement en métropole et sont stoppées plus ou moins rapidement grâce au dispositif de lutte mis en place par l'Etat du 1er mai au 30 novembre. Dans ce cadre la direction générale de la santé lancera donc le 1er mai prochain le plan national anti-dissémination contre la Dengue et le Chikungunya rebaptisé (depuis l'identification du risque Zika) 'plan anti-dissémination d'arboviroses', et concentre sa communication sur les départements où le moustique tigre est présent de manière active.
Pour autant, depuis 10 ans, le nombre de 'cas autochtones' enregistrés lors des épidémies augmente sensiblement avant qu'il soit possible de les juguler. En 2011, les 1ers foyers épidémiques de dengue ont

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

été recensés dans les départements du Var et des Alpes maritimes et ne concernaient que 2 à 4 individus. En 2014, 1 foyer de 12 cas autochtones a été enregistré près de Montpellier. En 2015, 7 cas autochtones furent enregistrés à Nîmes En 2022, ce sont 9 foyers épidémiques totalisant 65 cas autochtones de dengue qui ont été recensés dans la partie sud de la France malgré la mise en œuvre du plan anti-dissémination. L'expérience montre cependant que les départements en vigilance orange passent la plupart du temps au rouge dans les années qui suivent et méritent donc une attention particulière.

« Une fois l'épidémie partie, c'est très compliqué de l'arrêter. »

De quoi inquiéter plusieurs spécialistes qui n'ont pas hésité à faire part de leurs craintes dans les colonnes de nos confrères du Parisien en février dernier : « Je suis inquiète pour l'été car en métropole la population n'est pas sensibilisée, elle ne connaît pas ce moustique », assure ainsi, Anna-Bella Failloux, directrice de l'unité Arbovirus et insectes vecteurs à l'Institut Pasteur à Paris. « Une fois l'épidémie partie, c'est très compliqué de l'arrêter », confirme Xavier de Lamballerie, chercheur et directeur du centre national de référence des arbovirus.
En effet, les phénomènes épidémiques sont très rapides pour se propager comme on a pu le constater en Italie en 2007, période où le Chikungunya et la dengue n'étaient pas spécialement surveillés. Fin juin: une personne porteuse de la maladie arrivait dans le pays. Début juillet, le premier cas autochtone était déclaré et au bout d'un mois et demi les autorités transalpines recensaient déjà 300 cas…
Dans tous les cas, « 2022 est une année charnière où on a franchi une étape de plus dans le risque », reconnaît déjà Marie-Claire Paty, coordinatrice de surveillance des maladies vectorielles chez Santé publique France.



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

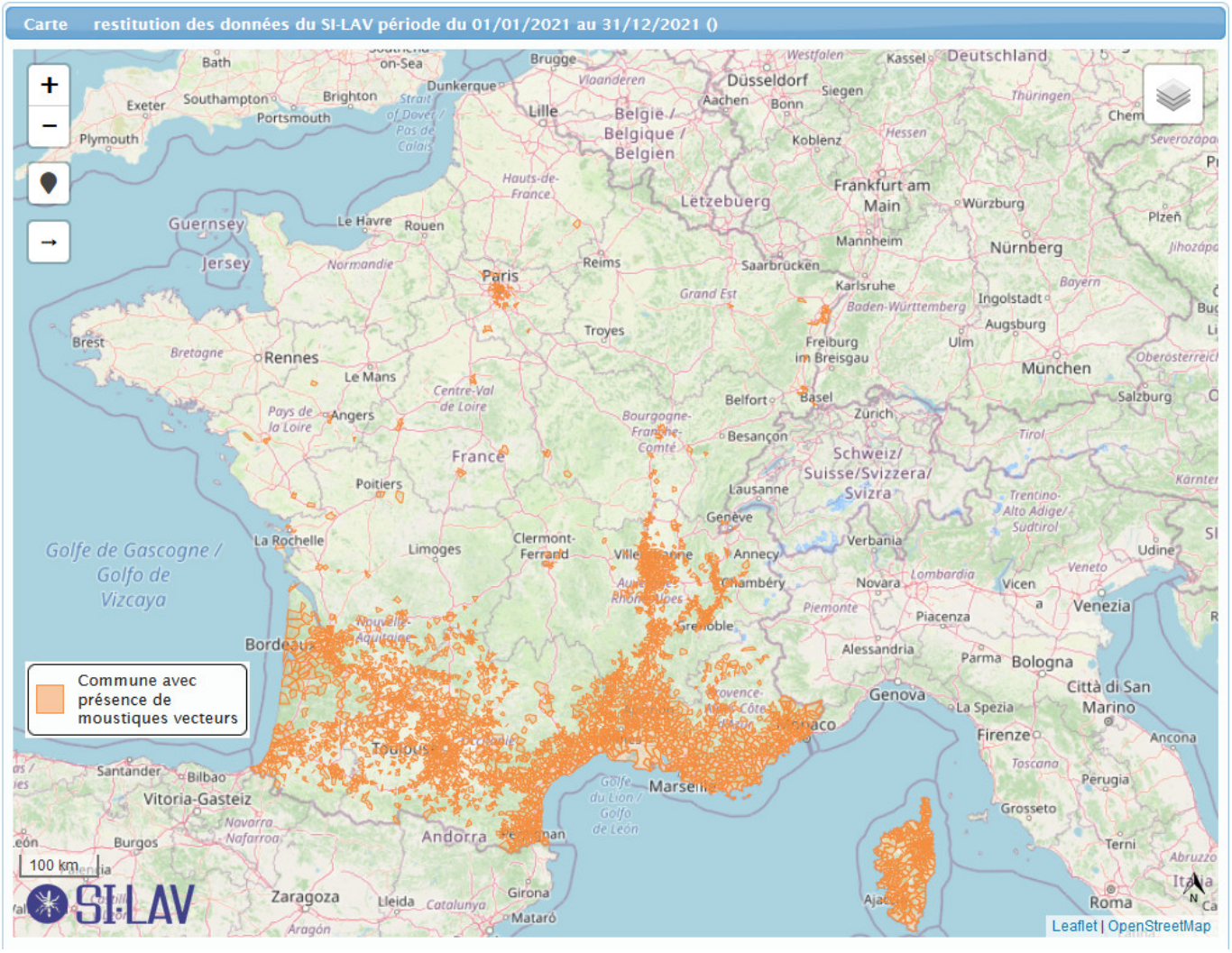
Le moustique tigre est reconnaissable à ses rayures noires et blanches. @ jcomp – fr.freepik.com

Comment reconnaître le moustique tigre ?
L'Aedes Albopictus est plus petit qu'une pièce de 1 centime (quelques millimètres), il a un vol assez lent et il est facile à écraser en vol. Vu de plus près, on distingue qu'il est noir avec des rayures blanches sur les pattes et sur l'abdomen, ce qui lui vaut son surnom de moustique tigre.
Habitué dès son origine asiatique à naître dans des petits gites (plantes retenant l'eau), il a pu aisément coloniser toutes sortes de gites larvaires accidentels que lui propose l'environnement urbain et péri-urbain (coupelles sous les pots de fleurs, arrosoirs, vieux pneus, gouttières bouchées, etc…). Venu d'Asie, le moustique tigre est d'une adaptabilité hors du commun, ce qui lui a permis de coloniser 60 pays dans le monde, et de faire partie des 10 espèces les plus invasives au monde.
Afin d'orienter l'action des organismes en charge de la 'lutte anti-vectorielle', il est essentiel de signaler la présence du moustique tigre partout où il se trouve. En cas d'observation d'un spécimen suspect, le prendre en photo, si possible avant de l'avoir écrasé, ou bien après l'avoir neutralisé sans l'abîmer, puis envoyer la photo à Vigilance-moustiques qui l'enverra aux organismes compétents pour authentification.

Pour savoir si votre commune est colonisée par le moustique tigre cliquer ici

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Dès 2021 de nombreuses communes de la région été touchées par la présence de l'Aedes Albopictus.

Comment agir ?

Veiller à ne pas laisser d'eaux stagnantes dans son environnement proche : vider les soucoupes des pots de fleur (ou mettre du sable dedans), vider et retourner les pneus, seaux ou arrosoirs ainsi que tous les petits objets (jouets d'enfants…) laissés à l'extérieur, nettoyer les gouttières ou canalisations bouchées, traiter les mares avec des larvicides, recouvrir les cuves de récupération des eaux de pluie, nettoyer les replis des bâches laissées à l'extérieur, les bâches de piscine, renouveler l'eau des vases, de la gamelle du chien…

De manière générale, surveiller la moindre cavité qui peut se remplir d'un peu d'eau sans pouvoir se vider naturellement. Il suffit de quelques millilitres d'eau stagnante pour que le moustique tigre femelle puisse y pondre des centaines d'œufs.

Le moustique tigre ne vole pas très loin de ses propres ailes (100 à 200 mètres). Il est donc possible de vérifier dans le périmètre immédiat autour de la découverte si d'autres sont présents, qu'il faudra

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

signaler de la même manière.

L.G.

Tout savoir sur le moustique tigre sur www.vigilance-moustiques.com

**Un foyer est dit épidémique à partir du moment où l'on constate 2 cas autochtones déclarés, groupés dans le temps et l'espace.*

Le son made in Vaucluse



On connaît le département de Vaucluse pour ses produits de la terre, son patrimoine historique, touristique… mais beaucoup moins pour son son. Entendez par là ses studios d'enregistrement. En effet, plusieurs de ces lieux de création musicale vauclusiens se sont construits une solide réputation. Et bien au-delà de nos frontières. Y aurait-il un son made in Vaucluse ?

Nous sommes en novembre 1969, le musicien compositeur Michel Magne transforme le château

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

d'Hérouville, qu'il habite depuis plusieurs années, en studio d'enregistrement où les artistes viennent y vivre et travailler 24 heures sur 24. Toutes les plus grandes stars du rock se sont précipité à Hérouville pour enregistrer leurs albums. Michel Magne a inventé le concept de studio résidence qui fera ensuite des émules partout dans le monde. Y compris en Provence, avec le Château de Miraval qui devient un studio résidence à partir de 1977. Il est aujourd'hui la propriété de l'acteur Brad Pitt qui a fortement investi pour en relancer son activité.

Dans le Vaucluse, de nombreux studios se sont installés. A Carpentras, Manfred Kovacic, a crée en 1992 le studio Vega qui fait dans le vintage avec notamment une console de mixage mythique (la EMI TG 1235 pour les connaisseurs). De l'avis de tous les ingénieurs du son c'est le cœur même d'un studio. Celle du studio Vega a servi à l'enregistrement de 3 albums de Stones dans les années 70, aux studios Pathé Marconi de Boulogne-Billancourt. C'est ce même modèle qui équipait les studios Abbey Road où enregistraient les Beatles. Un équipement mythique pour les vrais amateurs de son analogique. A Pernes-les-Fontaines, Gérard de Haro a aussi monté son propre studio. Ouvert à toutes les musiques, le studio La Buissonne a développé une spécialité dans le jazz. En 2018, il a d'ailleurs été recomposé par une Victoire de la musique pour son label de Jazz, crée en marge de l'activité de studio.

Encore une référence. On trouve encore des studios à Gordes (Studiomatik), à Apt (sonorbank), à L'Isle-sur-la-Sorgue (La Mansarde), à Puyvert (Upline) ou Avignon… Une vraie filière !

A l'heure où le numérique bouleverse tout y compris dans la musique, subsistent encore quelques gaulois réfractaires amoureux de la belle ouvrage. Des artistes du son qui font oublier les home studio et autres logiciels comme l'auto-tune qui inondent et standardisent la musique actuelle. Chapeau les artistes !

Pour en savoir plus sur l'univers des studios on pourra se rendre à l'exposition « Studios V/S Hérouville » à la Médiathèque de Cavaillon jusqu'au 25 avril, ou assister à la conférence de Laurent Jaoui, le 14 avril à 18h00, sur l'histoire du Château d'Hérouville.
Laurent Jaoui est l'auteur du livre : « Hérouville, le château hanté du rock » paru aux éditions Castormusic.

Sainte-Cécile : les bons tuyaux de DISPRO pour irriguer vos parcs, jardins ou vignes

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



En ces temps de changement climatique et de déficit pluviométrique, une société sort son épingle du jeu : « Dispro ». C'est la contraction de « Distribution provençale », une entreprise créée en novembre 1990 à Graveson et spécialisée dans des solutions innovantes d'économie et de gestion de l'eau. Depuis quelques mois, elle est également implantée à Sainte-Cécile-les-Vignes avec une équipe de 37 personnes, des techniciens, des spécialistes en hydraulique, électricité, automatisme, pompage ainsi que des chargés d'affaires.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



De gauche à droite : Christophe Estornel (dirigeant), Frédéric Père (directeur technique), Alexandre Lecchi et Régis Augier (magasiniers), Daniel Pourrès et Lloyd Rougeot (chargés d'affaires) © Andrée Brunetti

Stations de pompage, de fertilisation, d'aspersion, d'arrosage intégré, de goutte-à-goutte… Son personnel expérimenté étudie au cas par cas chaque chantier pour vous offrir la solution la plus adaptée à votre exploitation, qu'il s'agisse d'arroser un jardin d'agrément ou de faire pousser des fruits et légumes, des arbres fruitiers ou des vignes.

> « Notre personnel a un vrai savoir-faire, il est compétent, polyvalent et saura vous trouver la solution qui vous correspond »
>
> *Frédéric Père, directeur commercial de Dispro Irrigation.*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Dans son agence de Sainte-Cécile, ouverte aux particuliers comme aux professionnels, l'agence bénéficie d'un stock de 4 500 pièces (tuyaux, raccords, pompes, jets, asperseurs…). Son bureau d'études vous propose de réaliser des travaux clés en main pour tous les types d'irrigations. Un 3ème magasin appelé « NPSI » (Nyons Pompage Systèmes d'Irrigation) est également installé plus au nord de Vaison-la-Romaine. L'entreprise dont le siège historique est depuis 32 ans à Graveson, emploie en tout 90 salariés et affiche un chiffre d'affaires annuel de 10M€.

Contacts : 04 32 81 01 40
160 Route d'Orange – 84 290 Sainte-Cécile-les-Vignes