

Ecrit par le 23 juillet 2024

14èmes Rencontres Gourmandes de Vaudieu : victoire en finale de Marie Petit-Doux du « Beou »



Pour la 1ère fois depuis qu'existent ces Rencontres, la pluie s'est invitée sur la propriété de la [Famille Bréchet à Châteauneuf-du-Pape](#). Ce qui n'a entamé ni le moral, ni la qualité des plats présentés aux jurés du concours qui promeut les jeunes chefs. A eux de mettre en valeur les fruits et légumes de saison.

Le jury était présidé par le chef [Jacques Décoret](#) de la Maison éponyme à Vichy et composé de la Présidente du Département de Vaucluse, [Dominique Santoni](#), de 3 acteurs du feuilleton « [Plus belle la vie](#) » que sont [Serge Dupire](#), [Grégory Questel](#) et [Joackim Latzko](#) et de la comédienne [Florence Demay](#).

Ecrit par le 23 juillet 2024

Et c'est la jeune cheffe [Marie Petit-Doux](#) du restaurant « [Le Béou](#) », Rue Violette, en face de [la Collection Lambert](#) à Avignon qui est montée sur la plus haute marche du podium pour son « Sablé cacao, sorbet fenouil sauvage, fraises et vinaigrette ». Il était accompagné d'un nectar de [vin doux naturel Rasteau Ambré 2021, 100% Grenache aux notes d'abricot, fruits secs et vanille](#).



Sur la 2ème marche : [Elodie Li](#), de « [La Maison Française](#) » à Aix invitée au dernier moment après la défection d'un autre candidat. Elle a concocté une entrée très soignée, intitulée poétiquement « Fraîcheur du Japon qui honore le terroir de Provence ». A base de thon rouge et de bonite finement ciselés, de tomate rose de Bern, de concombre en salade, de citronnelle, de pâte de piment, d'éclats de yuzu surmontés de quelques fleurs bleutées de bourrache. A 28 ans, elle a abandonné une carrière de la finance pour se mettre avec talent aux fourneaux. elle avait choisi un Châteauneuf-du-Pape blanc maison, le « [Picardan de Vaudieu 2023](#) » de la famille Bréchet. Un mono-cépage 100% Picardan, couleur or pâle avec des reflets irisés verts qui sublimait l'entrée.

Ecrit par le 23 juillet 2024



Enfin 3ème, le plat, un suprême de volaille du Vercors avec artichauts et asperges découpées finement à la mandoline et agrumes concocté par [Charlène Estevao](#) qui vient d'ouvrir [son restaurant à Pernes-les-Fontaines](#). Les jurés ont trouvé que ce blanc de poulet était trop sec malgré la créativité de la chef et la qualité du [Vacqueyras rouge de Bernard Latour](#) qui l'accompagnait.

Ecrit par le 23 juillet 2024



Encore une saison gourmande qui se termine au [Château de Vaudieu](#) de la famille [Bréchet](#), l'un des plus anciens et des plus élégants domaines de Châteauneuf-du-Pape puisqu'il date de 1767. Avec des jeunes talents créatifs, qui savent si bien mettre en valeur tous les fruits et légumes de Vaucluse, en accord avec les meilleures cuvées de Châteauneuf, de Vacqueyras ou de Rasteau. Bravo à eux et à l'an qui vient pour la 15ème édition!

Ecrit par le 23 juillet 2024



Le [Château de Vaudieu](#) de la famille Bréchet, datant de 1767

Pourquoi le pape n'est pas venu à Avignon ?

Ecrit par le 23 juillet 2024



Le pape François était à Marseille les 22 et 23 septembre dernier. Mais pourquoi la cité phocéenne a-t-elle été préférée aux anciennes terres pontificales ? Certes, la plaine des sports d'Avignon n'a peut-être pas la même capacité que le stade vélodrome mais l'occasion de faire pèlerinage dans cette ancienne cité papale aurait eu fier allure. Très attachée à la force des symboles la papauté y aurait certainement beaucoup gagné.

Imaginer le pape François à Avignon, six siècles après le départ de Benoît XIII, le dernier souverain pontife résidant et résistant. Il aurait commencé sa visite par le lieu où, au 14^{ème} siècle, 9 neuf papes se sont succédés. A la fois forteresse et palais, le symbole y aurait été fort. La puissance et la beauté en quelque sorte. Dans la cour d'honneur il n'aurait pas oublié de rappeler que ce lieu a donné naissance au plus important des festivals consacrés au théâtre. Une scène, où notre monde actuel nous donne aujourd'hui, par certains aspects, de biens tristes spectacles. Dans la salle des conclaves, il aurait pu revenir sur l'importance des échanges et du débat citoyen. Même si les délibérations y sont secrètes, le clin d'œil sur la nécessité du partage du pouvoir aurait pu y être fort. Sur le rocher des Doms, il y aurait pris de la hauteur pour une homélie riche en suppliques sur la nécessité de la fraternité ou d'un plus grand respect de la planète. Le point de vue sur le Rhône avec en arrière-plan le Mont-Ventoux aurait donné à ses propos un relief particulièrement saillant.

Il aurait pu y ajouter qu'il est toujours préférable d'utiliser des pierres pour construire des ponts que des murailles

Moment fort de la visite : le pont Saint-Bénézet. Sur ce pont qui n'enjambe aujourd'hui qu'une partie du

Écrit par le 23 juillet 2024

fleuve, la symbolique sur la nécessité de relier les hommes entre eux aurait été tellement évidente et belle. Il aurait pu y ajouter qu'il est toujours préférable d'utiliser des pierres pour construire des ponts que des murailles. Et là la transition avec les remparts était tout faite. Extra ou intra-muros ? Autre symbolique forte.

Un petit détour par Châteauneuf-du-Pape pouvait également être envisagé. Une occasion de rappeler que ce sont les papes qui au 14^{ème} siècle ont révélé ce terroir et que le vin joue un rôle important dans la liturgie chrétienne. Le sang du Christ, le fruit du travail des hommes... Là encore la symbolique était puissante. C'est quand même autre chose qu'une boisson anisée !

Pac citron, un zeste de fraîcheur dans le patrimoine provençal



Ecrit par le 23 juillet 2024

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.

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.

Ecrit par le 23 juillet 2024



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

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 40 marques d'alcool à 20. « Il fallait rationaliser 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 », reconnaît-il. Les liqueurs centenaires prennent une nouvelle apparence, les bouteilles s'affinent mais gardent intacte la beauté et le charme de leurs étiquettes.

Ecrit par le 23 juillet 2024



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 connaît 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

Ecrit par le 23 juillet 2024

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

Écrit par le 23 juillet 2024

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 1^e ou 2^e place des sirops les plus vendus en GMS, dans les Bouches-du-Rhône, le Vaucluse ou le Gard. « Si nous ne sommes pas 1^{er}, 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.

Ecrit par le 23 juillet 2024



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 »,

Ecrit par le 23 juillet 2024

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 », reconnaît 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

Ecrit par le 23 juillet 2024

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. »

Ecrit par le 23 juillet 2024



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. »

Ecrit par le 23 juillet 2024

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 paraît 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 23 juillet 2024

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](#).

Châteauneuf-du-Pape décroche le label 'Terre de Jeux 2024'

Ecrit par le 23 juillet 2024



Après la Ville de [Monteux](#), c'est au tour de [Châteauneuf-du-Pape](#) de bénéficier du label 'Terre de Jeux 2024'. Les Jeux Olympiques et Paralympiques représentent une opportunité de promotion pour les collectivités territoriales qui profitent de ce coup de projecteur pour promouvoir leurs actions et leur territoire

En obtenant le label 'Terre de Jeux 2024', Châteauneuf-du-Pape s'engage à participer aux temps forts des Jeux et à développer des actions valorisant davantage le sport dans le quotidien de tous. Le programme des événements et animations sportives s'échelonnnera sur les 4 années à venir et investira les associations du village, les écoles, les services municipaux et les châteauneuvois. « Pour notre village, obtenir le label 'Terre de Jeux 2024' est le début d'une nouvelle aventure », précise Claude Avril, maire de la commune. Le label a été remis par [M. Rolant Davau](#), président du Comité [Départemental Olympique et Sportif du Vaucluse](#) (CDOS).

« Nous sommes ravis d'avoir obtenu ce label. Il nous permettra de faire vivre les temps forts des Jeux aux châteauneuvois, de suivre les sportifs dans leur préparation et de permettre une rencontre avec les jeunes, explique Marie-Laure Miquel, élue au sein de la commune. Notre objectif est de remettre le sport au cœur de la vie des habitants, grâce notamment à nos multiples associations et nos éducateurs sportifs.

Ecrit par le 23 juillet 2024

Parmi les démarches envisagées, nous souhaitons faire venir les sportifs qui participeront au Jeux Olympiques mais également paralympiques afin de sensibiliser les jeunes au handicap. Nous projetons également de réorganiser les Olympiades intergénérationnelles et la journée olympique dans les écoles, des événements qui n'ont pas pu être maintenus en raison du covid. »

Par ailleurs, la Ville est engagée en faveur du projet « Impact 2024 », financé par l'[Agence Nationale du Sport](#). Ce projet porté par la [Ligue de Badminton](#), en partenariat avec la commune de [Courthézon](#), le club [Volant des 7 rivières](#) et le CDOS, entend promouvoir le sport et le développement durable. Ainsi, des événements sportifs seront organisés et sensibiliseront sur des éléments clés tels que la gestion des déchets ou la préservation des lieux.

Les communes labellisées peuvent par la suite candidater afin de devenir Centre de Préparation aux Jeux (CPJ). A ce titre, elles accueillent les délégations du monde entier sur leur territoire le temps d'un stage de préparation, ou servent de base arrière pendant les Jeux Olympiques. Les communes souhaitant prendre part à ce projet peuvent candidater via le formulaire disponible [sur le site](#) du label 'Terre de Jeux 2024'.

En 2020, les Rencontres gourmandes poursuivent sur leur lancée

Organisées depuis une décennie par Laurent Bréchet (Château Vaudieu) et Dimitri Kuchenbrod, ces rencontres ont pour objectif de réunir de jeunes chefs de la région autour d'un thème fédérateur respecter les saisons et leurs produits, réaliser un plat et l'associer à un vin, en accord parfait avec les mets.

Pour ce premier rendez-vous de 2020 (ndlr : et le second de cette cession 2019/20), le jury était notamment composé de Bruno Verjus, chef du restaurant 'La Table' à Paris, ancien critique gastronomique et étoilé Michelin, d'Emmanuelle Boidron, comédienne (fille de Roger Hanin dans la série télévisée 'Navarro'), de Stéphane Hénon (l'inspecteur Bauer, dans le feuilleton 'Plus belle la vie') et de Manuel Amoros ancien international de football.

C'est le marseillais du restaurant Sépia, sur le Vieux-Port, Paul Langlère pour une 'Caille en 2 façons, pomme de terre fumée et endives caramélisées aux coques', accompagnée d'une AOC Gigondas du Domaine des Bosquets, Cuvée La Colline 2014. Un jeune chef prometteur qui a débuté chez Ducasse au Plaza Athénée et a continué à l'Intercontinental de Marseille, aux côtés de Lionel Lévy avant d'être consacré jeune talent par Gault & Millau en 2017 et de s'installer Rue Vauvenargues, au pied e la Bonne

Ecrit par le 23 juillet 2024

Mère.

Une saison de haute volée

Deuxième, l'avignonnaise Amélie Nogier pour son entrée, 'Duo de Saint-Jacques', une grillée, grillée à la perfection avec une purée de carottes des sables à l'orange et bouillon de thé fumé, l'autre, façon gravlax au citron de bergamote et pamplemousse blanc, kumquats confits, servi avec un 'Pacherenc du Vic Bilh' sec blanc du domaine Strateus des Pyrénées-Orientales. Elle a fait ses classes auprès de Christian Etienne et Bruno d'Angélis avant d'intégrer la brigade d'Alain Ducasse à Monaco et de revenir dans la Cité des Papes, pour y créer 'Le Lapin Blanc' situé 101 rue Bonneterie.

Enfin, troisième, l'Alsacien Stéphane Riss pour son dessert : 'Variation autour du chocolat Kalingo' de la Maison Valrhôna (Tain-l'Hermitage) et d'ananas au gingembre et au citron vert en minestrone et sorbet avec biscuit streusel aux épices. Servi avec un 'Val de Dieu' 2013 de Châteauneuf-du-Pape. Il officie à la Table de Sorgues après être passé par 'Le Martinez' à Cannes. Des Rencontres gourmandes de Vaudieu d'un très haut niveau et qui augurent d'une saison 10 de haute volée.

Ça plane pour la famille Bréchet

Décidément, ça plane pour la famille Bréchet, propriétaire du Domaine Vaudieu à Châteauneuf-du-Pape depuis 1767. Déjà, en juin dernier, les frères Bréchet, Laurent et Julien, avaient eu l'heureuse surprise d'accueillir (en toute discrétion, services spéciaux obligeant...) l'ex-première dame des Etats-Unis, Michelle Obama, encadrée par une escorte d'une demi-douzaine de limousines noires blindées, qui avait participé à une dégustation avant d'emporter une sélection des meilleures cuvées, direction Washington. Et cette année 2020 débute par une commande prestigieuse : 2 500 bouteilles de rouge Château Vaudieu 2016 qui seront servies à bord de la flotte de la compagnie aérienne Swissair aux passagers en 1re classe. « L'important, c'est la qualité de nos vins » commente modestement Laurent Bréchet.

L' Echo du Mardi N°3907 du 25 février 2020

Ecrit par le 23 juillet 2024



Cette semaine !

LE DOSSIER

[Châteauneuf-du-Pape](#) / Entre ciel et vignes

ACTUALITÉ

Tricastin / Démantèlement d'Eurodif, c'est parti !

POLITIQUE & TERRITOIRE

[Fédé BTP84](#) / Maires, prêtez attention à vos équipements

ÉCONOMIE

Ecrit par le 23 juillet 2024

[Commerce](#) / Les soldes ne font plus recette

CULTURE

Les [rendez-vous culture](#) et loisirs

JURIDIQUES

[Annonces légales](#) et Appel d'offres

Pour en savoir plus, [abonnez-vous](#) à l'Echo du Mardi!

100% du Vaucluse connecté à l'horizon 2022

Ecrit par le 23 juillet 2024



«La fracture numérique, c'est la fracture sociale » martèle Renaud Muselier, président de la Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur, venu à Châteauneuf-du-Pape pour expliquer son engagement. « Depuis notre mandature, nous avons multiplié par 3 notre intervention avec 28,8M€ engagés. Cette année, nous verserons une somme de 25M€ supplémentaires. Grâce au haut débit, notre 'Smart Région' peut développer ses territoires, moderniser ses administrations, attirer de nouvelles entreprises, permettre à celles qui y sont implantées de se développer, de mettre en valeur le tourisme, les sites, le patrimoine, les festivals, de créer des emplois. Le Vaucluse est un véritable pionnier en la matière, c'est le premier à s'être engagé sur la voie du numérique. »

■ 7 500 km de câbles de fibre optique

Dès 2010, le premier SDTAN (Schéma directeur territorial d'aménagement numérique) était lancé par Claude Haut, l'ancien président du Conseil général de Vaucluse (devenu depuis conseil départemental). En lui succédant, Maurice Chabert imprime sa marque avec un coup d'accélérateur pour mettre en place le THD (Très haut débit) d'ici 2022, au lieu de 2036. De quoi faire gagner 14 ans au département qui

Écrit par le 23 juillet 2024

aura consacré 170 M€ à ce Logement projet depuis 2012. Dès le premier plan de déploiement, 55 000 prises ont été posées (ce qui représente une couverture de 50% du territoire). Pour le second plan, ce sera une vague de 50 000 autres qui équiperont la zone publique, les appartements, maisons, entreprises, universités, collèges, écoles, lycées, hôpitaux, centres de formation d'apprentis, musées, casernes de pompiers...

D'autres zones d'interventions 'privées' ont été confiées aux opérateurs historiques, Orange et SFR dans les secteurs d'Orange, Avignon, Le Pontet, Carpentras, Cavaillon, Pertuis, Pernes-les-Fontaines, Monteux ou l'Isle-sur-la-Sorgue. Mais, à terme, le THD public - 7 500 km de câbles de fibre optique, 250 emplois à temps plein pour les chantiers de déploiement - concernera 105 des 151 communes de Vaucluse pour renforcer bientôt leur attractivité autour de villes comme Bollène, Valréas, Vaison ou Apt mais aussi de villages comme Le Crestet, Gargas, Grillon, les Beaumettes, Saumane, Séguret. Dans quelques mois ce sera le tour d'Aurel, Buoux, Auribeau, Brantes, Caseneuve, Faucon, Grambois, Murs, Saint-Trinit ou Sivergues, en pleine campagne d'être connectés.

■ Irriguer les villages

Maurice Chabert insistera sur le terme débit : « Avant, quand j'entendais ce mot, c'était avec effroi à cause des crues et des inondations qui ont frappé ce département. Là, il s'agit d'arroser en fibre optique les zones d'entreprises, d'irriguer les villages, même ceux les plus éloignés des villes pour réduire la fracture sociale partout en Vaucluse. »

Le Préfet, Bertrand Gaume parlera, lui, de pas de géant entre le téléphone et le fil de cuivre des années 1970 à la fibre optique des années 2020, en passant par le minitel ou le fax d'antan. « Les transmissions vont désormais à la vitesse de la lumière. Pour une carte d'identité, avant on passait par la préfecture ou les trois sous-préfectures du département, maintenant à la mairie cela prend 10 minutes grâce à la dématérialisation ! Le Vaucluse a été un département pilote qui a essuyé les plâtres, maintenant le THD est un atout essentiel et fondamental pour chacun. Et comme nous sommes à Châteauneuf-du-Pape, insistons sur la visite virtuelle de nos vignobles, de nos chais qui permettent à nos vignerons de faire connaître leur travail, leur production et d'exporter nos meilleurs vins au bout du monde. »

Pour savoir dans quelle zone se trouve votre domicile ou votre entreprise : www.vaucluse-numérique.fr. 0 809 54 00 84 (appel gratuit).