

Ecrit par le 23 juillet 2024

Le GR Pays du Ventoux deuxième, mais premier dans le cœur des Vauclusiens

Le GR de Pays du Ventoux termine à la deuxième place du concours '[Mon GR préféré](#)', derrière celui de [Belle-Île-en-Mer](#). Le résultat d'un vote combiné du grand public pendant 3 semaines et d'un coup de cœur de professionnel pendant 2 heures.

« Notre comité est très fier de ce résultat, surtout que sur le vote du grand public nous avons recueilli le maximum de voix. Ce fut une belle aventure pour parler et mettre en avant notre beau Ventoux, ses paysages, son patrimoine, ses villages perchés et ses chemins. La Fédération française de randonnée a été fortement associée au Parc naturel régional du Mont-Ventoux, au Conseil départemental de Vaucluse, à 'Vaucluse Provence attractivité', aux offices de tourisme du territoire, aux médias qui nous ont suivi. A tous les partenaires : nous vous remercions chaleureusement de votre contribution », a déclaré la [fédération de Vaucluse](#).

Après la deuxième place des Baronnies en saison 4, cette deuxième place en saison 5 confirme l'engouement pour les montagnes et sentiers de Provence. « Nous reviendrons vers vous la semaine prochaine pour vous inviter à un pot de clôture pour cette belle aventure », conclue la fédération. Découvrez le classement ci-dessous :

Classement Mon GR Préféré

	Classement FINAL	VOTES DU PUBLIC	COUP DE CŒUR DU JURY = +20%	RESULTAT FIN SEMAINE 3 (public + jury)	EN % DE VOTES du public et COUP de CŒUR JURY
GR [®] 340 - Tour de Belle-Île-en-Mer / Morbihan	1	16 629	20%	19 955	23,1%
GR [®] de Pays Massif du Ventoux / Vaucluse	2	18 065		18 065	20,9%
GR [®] 107 - Chemin des Bonshommes / Ariège	3	15 705		15 705	18,2%
GR [®] 5 - Traversée du Massif des Vosges / Territoires d'Alsace	4	15 520		15 520	18,0%
GR [®] 55 - Les Glaciers de la Vanoise / Savoie	5	5 609		5 609	6,5%
GR [®] Bordeaux Métropole / Gironde	6	5 174		5 174	6,0%
GR [®] 2 - Au fil de la Seine / Côte d'Or	7	3 286		3 286	3,8%
GR [®] 22 - Paris - Le Mont-Saint-Michel / Orne	8	3 051		3 051	3,5%
Total		83 039		86365	100%

L.M.

Écrit par le 23 juillet 2024

Philippe Lechat, expert-comptable et commissaire au compte vient de quitter Axiome Provence, direction l'avenir !



Philippe Lechat vient de cesser ses activités d'expert-comptable et de commissaire aux comptes auprès d'[Axiome](#) Provence. Cet ancien Marxiste qui voulait savoir pourquoi les pays sont riches ou pauvres et pourquoi cela est aussi vrai pour les hommes va continuer d'écrire ses romans. Mais là, tout de suite, il dit ce qu'il a vécu, connu et ce vers quoi il va cheminer. Rencontre.

«Pourquoi ai-je choisi cette profession ? Quand j'étais jeune, j'étais [Marxiste](#). Ce qui m'intéressait ?

Ecrit par le 23 juillet 2024

Savoir pourquoi il y avait des gens riches et des gens pauvres, des pays riches et des pays pauvres. J'ai rencontré un expert-comptable qui était un ami de mes parents. Il m'a dit : 'Si tu veux savoir pourquoi les pays sont riches ou pauvres il te faudra faire de l'économie et pour savoir pourquoi les gens sont riches ou pauvres, en France, il te faudra faire expert-comptable. Ainsi tu verras comment se créent des fortunes, pourquoi des gens déposent le bilan, tu seras au cœur de la micro-économie'. Et cela m'a intéressé.»

Ce que m'a appris mon métier ?

«Que les chefs d'entreprise sont, en général et même pour un ancien Marxiste, honnêtes, sympathiques et qu'ils essaient de développer leurs activités pour l'ensemble de l'économie. Ils sont beaucoup plus partageurs que ce que j'imaginai et que les gens s'imaginent, enfin, les meilleurs, ceux qui développent leur entreprise savent s'entourer. Ceux qui ne savent pas s'entourer ? Ils restent seuls, travaillent avec deux, trois personnes et créent et font perdurer de toutes petites entreprises.»

Savoir s'entourer ?

«Quel que soit le secteur d'activité, c'est bien choisir ses collaborateurs : un bon expert-comptable, un avocat, une boîte de communication, consulter un ingénieur pour régler les problèmes techniques s'il y en a. Le métier d'entrepreneur ? C'est de coordonner des talents.»

Les forces et faiblesses de mon métier ?

«La force ? C'est rencontrer des gens intéressants et contribuer au développement de leur activité et donc à celui de l'économie locale. La faiblesse ? C'est passer beaucoup de temps à faire le travail de l'administration : remplir des déclarations et des formulaires. On est pour un quart de notre temps auxiliaire de l'administration, des impôts et de l'Urssaf (Union de recouvrement des cotisations de sécurité sociale et d'allocations familiales).»

Le problème ?

«Les gouvernements successifs nomment des 'monsieur simplification des formalités' qui sont énarques. Ils ne connaissent pas le terrain. Au lieu de simplifier, ils mettent au point des systèmes encore plus complexes. Un exemple ? Le bulletin de salaire. Il y a 30 ans celui-ci s'inscrivait sur ½ page, puis il a fait une page, puis certains bulletins de paie ont fait deux pages. Leur solution a été alors de regrouper plusieurs lignes sur une seule. A l'édition, le bulletin n'a plus fait qu'une page mais toute sa complexité a demeuré. La simplification est ultra complexe et nécessiterait, sans doute, d'inviter les experts-comptables dans le tour de table de la simplification.»

Passer le relai

«Passer le relai à l'aube de la retraite ? Il y a comme un deuil, un changement de cap intellectuel à opérer, une décision à prendre : 'Je vais arrêter à telle date'. Après on en parle autour de soi pour

Ecrit par le 23 juillet 2024

s'obliger à faire ce que l'on a dit. Puis on prend un peu de temps, on s'entoure de personnes bienveillantes qui connaissent cette problématique parce qu'elle n'arrive qu'une fois ou deux dans la vie d'un entrepreneur. Un chef d'entreprise n'est pas expérimenté en matière de vente ou de cession de son entreprise à ses enfants lorsqu'il s'agit d'entreprises familiales. J'ai mis trois ans à céder mon cabinet, entre le moment où j'ai trouvé mes successeurs et où j'ai arrêté vraiment. Le passage de relai a été assez long.»

Quand et pourquoi je suis devenu chef d'entreprise ?

«J'ai créé ma boîte à 30 ans. Je voulais être indépendant financièrement et ne rendre de compte à personne. Je suis rentré à l'époque dans le réseau Axiome qui était plus 'petit' qu'aujourd'hui. J'ai discuté avec mes confrères devenus associés puis des amis. Lorsque j'avais une question je savais à qui m'adresser et la réponse était aussi rapide que bienveillante. Ce qui m'a permis de développer le cabinet ? Cet écosystème. Puis ça a été la venue, dans le cabinet, de professionnels avec lesquels je travaillais. Je les ai embauchés puis ils sont devenus des associés. Chacun apportait son talent et croisait ses connaissances avec les autres : l'un sur les associations, l'autre sur les professions libérales...»

Conjuguer les talents pour développer l'entreprise copyright Freepik

La réussite qui m'a le plus marqué ?

«Alors que j'étais tout jeune expert-comptable, une jeune-femme est venue solliciter mon avis sur son projet. Elle était simple vendeuse de vêtements dans une boutique et avait rencontré une entreprise italienne qui vendait des pulls. Elle avait adoré leurs produits et venait me consulter pour monter son entreprise. Nous avons trouvé un tout petit local, nous nous sommes battus pour trouver de l'argent et j'ai beaucoup travaillé sur ce projet. Elle a ouvert la première boutique [Benetton](#) en Bretagne. Ça a été un succès extraordinaire.»

Réussite et croissance

«Quatre-cinq ans après elle possédait six boutiques. Cette petite vendeuse payée au Smic dans un magasin 'pas terrible' était devenue chef d'entreprise et avait embauché des directrices de magasin. Cette réussite m'a beaucoup touché car cette jeune-femme modeste, qui élevait seule son enfant, était restée aussi simple que sympathique. Elle se souvenait de ce qu'elle avait vécu et avait constitué une équipe de vendeuses à son image. Ce qui m'a ému ? Qu'elle ait construit une belle réussite à partir de rien et dans des conditions difficiles. Alors je me suis dit : C'est ça que je veux faire !»

La boutique porte-bonheur

«Je suis retourné à Rennes cet été, dans cette toute petite boutique. Ce n'était plus elle. J'y ai trouvé une jeune-femme qui sortait du confinement. Je lui ai raconté l'histoire et lui ai souhaité autant de réussite. Lorsque je la quittais un immense sourire se dessinait sur son visage parce qu'elle était dans la boutique qui portait bonheur.»

Ecrit par le 23 juillet 2024

Et maintenant ?

«Je vais écrire mon troisième roman, m'occuper de mes petits-enfants et voyager avec mon épouse maintenant que c'est possible : Italie, Afrique, Japon, Etats-Unis où nous descendrons la route N°1 entre Vancouver et Los Angeles. Nous partirons en Camping-Car et nous donnerons rendez-vous aux enfants, à la famille, aux copains à différents endroits de la route en disant ; 'Venez nous rejoindre'. »

Mes romans

«C'est une série : l'histoire d'un capitaine qui travaille à l'[OCBC](#) (Office central de lutte contre le trafic de biens culturels) et voyage partout dans le monde. L'homme se déplace en Afrique, en Asie, en Amérique pour retrouver l'origine des objets volés et lutter contre les trafiquants d'art. Le premier roman '[Just a mountain](#)' se passait en Amérique du Sud, au Pérou et au Chili, le deuxième en Afrique avec une histoire autour du Mont Kilimandjaro et le troisième au Vietnam pour une histoire entre le Vietnam du nord en 1950 et la communauté [Hmong](#) dont nous avons ici, quelques représentants, et la politique française dans le sud de la France.»

Comment je procède ?

«Je fais beaucoup de recherches historiques sur Internet et j'évoque des endroits que j'ai visité, dont j'ai ressenti et mémorisé l'ambiance. Ai-je confronté mes écrits à la réalité ? J'ai bientôt rendez-vous avec un vrai capitaine de la vraie OCBC. Je vais profiter de cette expérience.»

Comment je me suis lancé ?

«C'était un pari avec les enfants qui me disaient : 'Il faut que tu écrives un livre !' J'ai dit : 'Ok, il sera écrit pour Noël !' Je donne des rendez-vous et il faut que je tienne le délai ! Le premier ouvrage était intéressant. J'ai mis trois ans pour écrire le deuxième parce que je travaillais. J'écrivais le soir, le week-end, pendant les vacances, mais c'était compliqué parce qu'il fallait du temps pour rentrer dans l'histoire. Une amie m'a prêté sa grande maison où le téléphone ne passe pas. J'y passais deux ou trois jours. J'ai aussi bénéficié d'un stage chez Gallimard qui m'a beaucoup aidé. Ce que j'y ai appris ? Qu'il faut écrire 10 pages pour en conserver une.»

Pac citron, un zeste de fraîcheur dans le

Ecrit par le 23 juillet 2024

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.

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

Ecrit par le 23 juillet 2024

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

Ecrit par le 23 juillet 2024

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 vigneron 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

Ecrit 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 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.

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

Écrit 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

Écrit 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](#).

L'AMV versus L'Union Européenne une pétition pour sauver la lavande !

L'association des maires de Vaucluse (AMV) contre une réglementation du 'Pacte vert' européen qui menace directement la production de lavande et lavandin. En cause ? Leurs molécules naturelles auxquelles l'Europe préférerait l'industrie chimique de synthèse.

L'AMV avec, à sa tête Jean-François Lovisolo, maire de La Tour d'Aigues et Pierre Gonzalvez, maire de l'Isle-sur-la-Sorgue ont voté une mention de soutien à la filière lavandicole et à l'Union des professionnels des plantes à parfums, aromatiques et médicinales. Objectif ? Contrer la décision de la Commission européenne du 'Pacte vert'.

Soutien à la filière

L'AMV soutient la Filière lavandicole et l'Union des professionnels des plantes à parfums, aromatiques et médicinales. En effet, si vous avez visité la région cet été, vous aurez probablement aperçu des panneaux 'Lavande en danger' devant les champs aux couleurs violettes. Et pour cause : l'huile essentielle de lavande et lavandin pourrait entrer dans la catégorie des produits chimiques et toxiques dicit la Commission européenne.

Contrer la décision

Alors pour contrer la décision, l'AMV a décidé de s'opposer avec détermination à ce diktat de la

Ecrit par le 23 juillet 2024

Commission Européenne en signant dans un premier temps la pétition contre la disparition des huiles essentielles et des produits naturels, sur change.org et invite chacun à faire de même [ici](#). 143 698 personnes ont déjà signé la pétition.

Bruxelles veut supprimer des molécules présentes dans les huiles essentielles pour cause d'allergènes et de possible toxicité

Explications

«En signant cette pétition, exigeons ensemble de la Commission européenne une approche spécifique adaptée aux produits naturels et aux huiles essentielles, car si nous n'intervenons pas dès maintenant, ce sont des produits de consommation de tous les jours (comme le savon à la lavande), des exploitations agricoles et de nombreux savoir-faire authentiques qui pourraient venir à disparaître, soulignent les agriculteurs et distillateurs de la filière Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales (PPAM). Ainsi, seule la prise en compte de la complexité des matières premières végétales permettra de garantir la sécurité du consommateur, de l'environnement et la poursuite de ces cultures telles que nous les connaissons aujourd'hui.»

La lavande considérée comme un produit toxique ?

«Star de l'aromathérapie depuis l'Antiquité -les Romains l'utilisaient déjà pour leurs ablutions-, elle est en effet dans le viseur de la Commission Européenne qui, au vu d'une nouvelle législation dénommée 'Le pacte vert », la rentre, d'ici 2025, dans la catégorie des chimiques et toxiques à cause des molécules qui la composent », rappelle Jean-François Lovisol.

Ses molécules mises en cause

«Si cette nouvelle réglementation ne prévoit pas directement d'interdire la lavande, mais plutôt ses molécules, ce sera pour la filière lavandicole une véritable catastrophe. Des produits naturels vont se retrouver ainsi sur une liste noire et, même si légalement il n'y a pas d'interdiction à les utiliser, aucun fabricant de cosmétique, de parfumerie ou de produits alimentaires ne les mettra dans ses recettes. Ce qui ouvrira, de facto, la porte à l'utilisation des produits et parfums de synthèse... », précise Pierre Gonzalvès.

Un impact certain sur l'emploi local

«Agriculteurs, négociants, entrepreneurs, la filière lavande réunit les forces vives du territoire provençal, continue Jean-François Lovisol. En effet, outre les exploitations agricoles, plusieurs négociants, coopératives en huile essentielle ont aussi implanté leur entreprise dans les zones de production ou à proximité, favorisant ainsi l'emploi local.»

Le risque ? Que les huiles essentielles changent de classification entraînant des obligations réglementaires

Ecrit par le 23 juillet 2024

Un coup d'arrêt sur l'or bleu

«Les projets de l'Union européenne porteraient un funeste coup au tissu économique local. En effet, il en découle toute une économie, et plus particulièrement pour le Pays de Sault, apicale, touristique et commerciale. Que serait notre département de Vaucluse sans ses emblématiques champs de Lavande, d'Or Bleu ?» s'étonne Pierre Gonzalvès. La Commission Européenne précise qu'il n'y aura pas de proposition législatives avant fin 2022 mais une possible entrée en vigueur avant 2025.

Repères

5 000 hectares de lavandes et 20 000 hectares de lavandin sont cultivés en France, une culture croissante qui a augmenté de 47% en 10 ans. Deux variétés de lavande existent : la lavande fine -avec un rendement de 15Kg à l'hectare- et la lavande aspic -aussi cultivée en Espagne-. Le terroir originel de la lavande est la Drôme, le Vaucluse et les Alpes-de-Haute-Provence. Le changement climatique permet d'en étendre la culture à l'Ardèche, le Quercy, la région parisienne et les Hauts-de-France. La culture de la lavande représente 26 000 emplois en Provence. La récolte est réalisée entre mi-juin et août. L'huile essentielle de lavande est employée dans les secteurs du luxe et du bien-être. Le 1^{er} producteur mondial est la Bulgarie. La Chine et l'Ukraine sont également producteurs.

L'huile de lavande classée dangereuse ? Une « législation toxique » selon Dominique Santoni

Ecrit par le 23 juillet 2024



La présidente du Conseil départemental de Vaucluse s'oppose aux « législations toxiques » et exprime sa vive inquiétude face à un projet de révision de réglementation de la filière de la lavande et du lavandin, par la Communauté européenne.

Après le député vauclusien [Julien Aubert \(LR\)](#) qui alerte le ministre de l'Agriculture, place à [Dominique Santoni](#) de s'emparer de la problématique. L'huile essentielle de la lavande, symbole de la Provence, pourrait être à l'avenir considérée comme un produit dangereux pour la santé au même titre que de nombreuses autres molécules chimiques et son usage pourrait en être restreint, voire interdit. « Le risque de voir classer l'huile essentielle de lavande, produit naturel aux nombreuses vertus, dans la liste des produits dangereux d'ici 2025 est une véritable menace pour l'ensemble de la filière lavandicole mais également, par ricochet, celle du tourisme », s'offusque Dominique Santoni.

De quelle législation parle-t-on ?

Dans le cadre du Pacte vert, un projet législatif permettant à l'Union européenne de respecter ses engagements pour lutter contre le réchauffement climatique, la Commission a publié une nouvelle stratégie dans le domaine des produits chimiques, vers un environnement sans substances toxiques.

Ecrit par le 23 juillet 2024

D'ici fin 2022, l'exécutif européen doit présenter une révision du règlement relatif à la classification, à l'étiquetage et à l'emballage des substances (CLP). Les huiles essentielles devraient alors être conformes à ces normes en tant que produits finis mis sur le marché mais aussi lorsqu'elles entrent dans la composition de produits cosmétiques.

Cette réglementation doit classer les molécules mises sur le marché et les répertorier comme allergènes, cancérigènes ou perturbateurs endocriniens, comme pour les produits chimiques. Surtout, les producteurs de lavande craignent qu'une mention obligatoire, indiquant que l'huile de lavande peut créer des allergies, dissuade les fabricants de cosmétiques d'utiliser ce produit. Selon les producteurs, l'huile est composée de centaines de molécules différentes et ne se résume pas à une unique composante. Une complexité à l'origine des maux provoqués par l'initiative européenne.

Lire aussi : [Mise en péril des producteurs de lavande, le député Julien Aubert se mobilise](#)

Monsieur le ministre de l'Agriculture ?

Dominique Santoni s'associe à la démarche portée par la Région Provence-Alpes-Côte-d'Azur et son Président, qui a adressé un courrier au ministre de l'Agriculture. Le Département de Vaucluse demande également que la Communauté Européenne revoie ses critères d'évaluation en prenant réellement en compte le caractère naturel avéré de la lavande et du lavandin. Il réfléchit par ailleurs à l'organisation des états généraux des plantes à parfum concernées par la nouvelle réglementation visée par l'Union Européenne. « Les élus du Département tiennent à exprimer leur soutien aux lavandiculteurs vauclusiens et à cette plante à parfum qui constitue un élément essentiel de notre patrimoine. »

Selon le député Julien Aubert, « la loi pousserait les producteurs à revoir la composition de ces huiles à tel point qu'au mieux, leurs propriétés s'en verraient altérées et au pire, compte tenu de l'inadaptabilité des méthodes d'évaluation pour ces produits particuliers, elles pourraient être considérées à tort comme trop dangereuses et donc interdites. »

Ces endroits où admirer les champs de lavande en Provence

Ecrit par le 23 juillet 2024



Qu'une seule envie nous prend lorsque l'on conduit en lisière d'un champ violet flamboyant: s'arrêter, couper le moteur, déplier la chaise et s'installer. Là, en plein cœur de cette étendue, les fragrances nous explosent jusque dans les narines. Quelle belle région... [Provence tourisme](#) vous a concocté une liste de spots incontournables pour en prendre plein les mirettes et vous délecter de ces moments magiques. Suivez le guide.

L'abbaye de Sénanque

A Sénanque, les champs de lavande se parent lentement de leur douce couleur violette. Les épis sont pleinement formés et les fleurs gorgées d'essence. La belle lavande mûrie au soleil de Provence. Prenez le temps de visiter cette abbaye cistercienne avec une immersion dans le temps grâce à l'histopad (en réalité augmentée) et repartez, pourquoi pas, avec des sachets de tisane à la lavande vendues à la boutique.

Aurel

Ce champ, en contrebas à gauche de la route (en venant de Sault) avec une jolie vue sur le village, est sans doute le plus célèbre du Vaucluse. Il inspire autant les photographes que les peintres qu'il n'est pas

Ecrit par le 23 juillet 2024

rare de rencontrer, chevalet posé en lisière du champ, sous les arbres, pour immortaliser cette Provence intemporelle.

Lioux

Niveau photogénie ici, on atteint des sommets. Ce spot est vraiment un gros coup de cœur, il est beau en toute saison, particulièrement avec les champs de lavande en fleurs. Les falaises de Lioux sont également connues pour être un haut lieu d'escalade. Ne reste plus qu'à visiter le village de Lioux, gorgé de charme et d'authenticité.

Le plateau de Claparédes

Pour atteindre ce plateau, on se dirige vers le village de Bonnieux, où on peut croiser quelques champs de lavande. On traverse le village pour aller direction le village de Saignon. Le plateau se trouve quelques kilomètres avant le village et offre un terrain de jeu incroyable. Les champs de lavande ont aspect un peu sauvage, entre les bories, le Luberon et le Mont Ventoux, encore un point de vue privilégié.

Saignon

Un joli champ se tient à l'entrée du village situé à quelques encâblures. Visitez ce dernier jusqu'au sommet du rocher de Bellevue tant il porte bien son nom avec son panorama sur la région. Onirique !

Entre Valrèas et Vinsobres

Dans l'Enclave des Papes, les brins violets se mêlent au vert intense des vignes et pierres des cabanons qui ornent les lieux. Sur la route qui va de Valrèas à Vinsobres, la lavande est à vous avec des champs à perte de vue.

Le pays de Sault

Lorsqu'on arrive sur le plateau de Sault par la route de la Gabelle, un belvédère se dresse sur la droite de la route, depuis lequel on embrasse tout le pays de la lavande, avec Sault, perché sur son éperon, tel un phare. Les champs de lavande se succèdent en une sorte de damier, où le bleu lavande répond au blond des champs d'épeautre. Un régal pour les yeux...

L.M.

Ecrit par le 23 juillet 2024

Le Petit futé Provence nouvelle formule, il sent bon la garrigue, la lavande et le soleil !

Le [Petit futé](#) adore faire voyager les français, gourmands depuis plus de deux ans pour cause de Covid, de découvrir les paysages et savoir-faire de l'hexagone. Alors on s'offre une bonne dose de dépaysement : des grandes plaines de Camargue aux contreforts des Alpes du Sud, des plages aux eaux cristallines de la côte varoise aux fiers sommets du Ventoux et des Alpilles. Bien sûr les meilleures tables aux produits du terroir (gourmands ou artisanaux) y sont répertoriées comme les plus beaux marchés où flâner, les plages sauvages à explorer ou bien encore les sites historiques et naturels mondialement réputés mais aussi plus confidentiels. Tout cela ? Vous le trouverez dans la nouvelle édition du Petit Futé dédié à la Provence.

Inspirer, découvrir, vivre et organiser son voyage

Et parce qu'on voyage mieux lorsqu'on a les bonnes infos, la nouvelle formule propose un contenu plus visuel avec une offre touristique passée au crible ainsi que des idées de séjours agrémentés de coups de cœur de la rédaction. Cela concerne l'hébergement, les restos où il fait beau et bon de s'attabler, les animations auxquelles participer qu'il s'agisse d'urban bike à Marseille, d'une excursion en bateau à Bormes-les-Mimosas ou à Porquerolles, de découvrir les œuvres magistrales des grands peintres sur les façades et le sol des Carrières de lumière aux Baux-de-Provence...

Etre chez soi partout...

L'ouvrage propose de s'immerger au plus près des habitants et de vivre 'local' grâce à des thématiques très pratico-pratiques : Se repérer et se déplacer ; A voir- à faire ; Se loger ; Se régaler ; Faire une pause ; (Se) faire plaisir ; Bouger buller et sortir. Suivront ensuite, dans l'ordre alphabétique, les autres communes où il fait bon s'attarder, agrémentées d'encadrés, de focus, d'idées de balades, de cartes et de plans de ville... On apprend à y optimiser son séjour et on y trouve de nombreux conseils pratiques au travers des rubriques : *s'y rendre seul ; séjours et circuits ; se déplacer ; s'informer et rester au cas où l'idée d'un changement de vie aurait opéré durant ce séjour découverte...*

Les infos pratiques

Provence 2020-2021. Le Petit futé. Nouvelle formule. Version numérique offerte. 624 pages. 11,95€ et version numérique 5,99€. Disponible sur <https://boutique.petitfute.com> & www.petitfute.com

Ecrit par le 23 juillet 2024

Janssens, l'immobilier de prestige s'enrichit d'une nouvelle agence à Avignon



L'immobilier de prestige s'enrichit d'une nouvelle agence au 31, rue Joseph Vernet à Avignon. [Franck de Mondésir](#), à la tête de deux entités du groupe [Janssens](#) implantées à l'Isle-sur-la-Sorgue et Vaison-la-Romaine, peut compter sur la renommée internationale de la marque Knight Frank, conjuguée à l'expertise pointue de la Provence et de ses biens de caractère.

Franck de Mondésir, de l'agroalimentaire à l'immobilier

« Je n'ai pas l'accent, mais j'ai passé plus de temps en Provence qu'en Normandie ! » explique celui qui a fait ses armes dans l'agroalimentaire à l'Isle-sur-la-Sorgue, au sein de la marque Florette. La Provence, cela fait 30 ans que Franck de Mondésir la sillonne. Son parcours professionnel l'a projeté dans les jolis sentiers de la région et de France en tant que consultant pour des marques régionales, avant d'opérer un changement de cap. « Je voyageais beaucoup et j'ai eu envie de stabilité. Je souhaitais trouver une aventure commerciale, tout en gagnant en sédentarité, pour ne pas passer ma vie dans les TGV et les avions. » Qu'à cela ne tienne, le chef d'entreprise rejoint les rangs du groupe Janssens immobilier en 2013, grâce à l'entremise de sa chère et tendre. « Mon épouse faisait partie du groupe depuis 2005 et

Ecrit par le 23 juillet 2024

m'a mis en relation, je dois tout à celle qui occupe aujourd'hui le poste de directrice commerciale au sein de l'enseigne Janssens. »

Le groupe Janssens, parlons-en. Ce sont 11 agences immobilières en Provence, du Mont Ventoux à Saint-Tropez en passant par le Luberon, le Pays des Sorgues, Vaison-la-Romaine, la Drôme Provençale, les Alpilles, le Pays d'Avignon et Uzès ainsi que l'arrière-pays Varois. Une équipe multilingue caractérisée par un profond dévouement au service de la satisfaction client. 50 collaborateurs s'attellent à trouver le produit rêvé des futurs propriétaires, théâtre de leur vie.

12 collaborateurs, 3 agences

Janssens doit sa renommée à la détermination de son fondateur belge d'origine, [Rudi Janssens](#), arrivé il y a plus de 20 ans pour faire des chambres d'hôte. Une carrière qui bifurque par la suite dans l'immobilier, mais pas n'importe lequel, celui de caractère. La première agence voit le jour à Bonnieux et appelle rapidement la création de nouvelles : Lourmarin et Saint-Remy. « J'ai ouvert l'agence de l'Isle-sur-la-Sorgue en partenariat avec le groupe en 2013. Janssens m'a apporté un soutien de marque, un support digital solide à travers le site internet et surtout un drapeau commun. Notre ADN ? Vendre des biens de qualité en Provence », précise celui à la tête d'une douzaine de collaborateurs répartis sur ses trois agences.

Ecrit par le 23 juillet 2024



Un ancien moulin rénové à Althen-des-Paluds

Une équipe de passionnés, ancrés dans le territoire

Pour l'assister dans les transactions, [Lucas Pechrikian](#), natif d'Avignon, enfant du pays et passionné par son travail. Auparavant collaborateur au sein du groupe Emile Garcin, Lucas a opté pour une marque forte, profondément ancrée dans le territoire avec ses multiples agences physiques. « J'ai toute confiance en lui. Il connaît le métier et le terrain et c'est un plaisir de travailler à ses côtés, une belle aventure. » Le 100% digital ? Franck de Mondésir n'y croit pas. « La notoriété globale conférée par internet et le marketing digital est importante, certes, mais la présence physique locale fait partie des ingrédients clés du succès. » Travailler à distance ? Très peu pour lui.

Vous avez dit bien d'exception ?

Plusieurs critères sont fondamentaux pour caractériser un bien d'exception : le caractère en premier lieu. « Il peut s'agir simplement d'une très belle maison, avec de beaux matériaux, ou bien quelque chose de simple mais proposant une vue exceptionnelle, un spot unique. » Vous l'avez compris, il faut ce déclic, ce déclencheur à l'origine du coup de cœur, d'une projection instantanée dans les lieux. Spot, vue,

Ecrit par le 23 juillet 2024

commodité, emplacement, beaucoup de critères entrent en ligne de mire.

Ce qui fait la différence

Plus de 20 ans, une expertise locale associée au réseau international, sont un gage de résultat et de professionnalisme, inspiré par la confidentialité, la réactivité et l'expertise. C'est la différence ! « Notre rattachement à la marque Knight Frank nous donne une vraie couverture internationale au sein de 60 pays avec une base à Londres. Environ 60% de nos acquéreurs sont internationaux, d'origines diverses, belge, suisse, irlandaise... » Résultat : quand un expatrié est en recherche d'un pied-à-terre en Provence, c'est vers la marque Knight Frank qu'il se tourne. « Notre correspondante dédiée, Laetitia Hodson, travaille à 100% pour trouver des biens qui correspondent aux besoins. »

Franck de Mondesir tient à le souligner : « ce n'est pas seulement une marque pour faire joli, on ne verse pas juste une redevance pour bénéficier d'un mot anglais qui sonne bien. Knight Frank, c'est un véritable travail et un large réseau professionnel derrière. » Au sein de chaque agence, les collaborateurs parlent au minimum l'anglais, et pour les plus à l'aise, maîtrisent 3 ou 4 langues étrangères. L'agence est également compétente pour répondre aux besoins des français, parisiens, lyonnais ou provenant d'autres contrées.

Des pépites entre 800 000€ et 6M€

Dans le portefeuille des biens d'exception, la majorité des demeures se situe entre 800 000 et 1,5M€. Certaines bâtisses peuvent même frôler les 6M€ en Provence, y compris dans le secteur d'Avignon. « La valeur des biens monte beaucoup plus haut lorsque l'on se rapproche de Saint-Tropez ». Au-dessous de 750 000€, les acquéreurs pourront trouver quelques propriétés du centre-ville, sur lesquels Janssens n'apporte pas de réelle expertise. « Chacun fait son travail et excelle dans son domaine et son positionnement. »

Parmi les critères qui jouent sur la balance : la proximité avec les transports et la gare TGV. « Surtout pour les gens qui sont encore en activité, c'est important pour eux de ne pas rajouter trois quarts d'heure pour arriver à destination. Avignon est très bien positionnée dans les villes où il fait bon vivre, avec des patrimoines immobilier et historique fantastiques. Peu de villes sont aussi riches, la cité des Papes a tout pour être bien représentée dans un portfolio d'agences qui visent le haut de gamme. »

Ecrit par le 23 juillet 2024



Les Angles : plusieurs appartements au sein d'une même propriété avec un charme indéniable

Et pour la location ?

Le confinement aura eu pour effet de booster la location saisonnière ainsi que la réflexion pour l'achat de nouveaux pied-à-terre dans des départements peu touchés par le coronavirus, sans compter la cote de popularité de l'investissement dans la pierre. Le service 'Made in Provence' basé à Ménerbes, à la responsabilité de tout le volet location des propriétés. « Nous sous-traitons cette partie à cette entité du groupe Janssens. Cela permet aux acquéreurs qui veulent générer un revenu locatif de pouvoir avoir un interlocuteur dédié. » La crise sanitaire aura au moins eu le mérite de faire exploser les demandes au sein de 'Made in Provence'. Le sud a été pris d'assaut par une armada d'actifs à la recherche d'un lieu agréable où passer le confinement.

« Le ballon est passé du pied des acquéreurs à celui des vendeurs »

La situation sanitaire n'a pas affecté le marché de l'immobilier de manière structurelle. De l'avis du professionnel, le flux des mises en marché ne s'arrête jamais réellement. « Il est soumis à la vie du marché : divorce, décès, succession, déménagement, mutation. Cela veut dire que l'acquéreur doit être

Ecrit par le 23 juillet 2024

vif, ne pas trop hésiter. D'une manière générale, le ballon est repassé au pied des vendeurs, alors qu'il est longtemps resté sous le pied des acquéreurs qui faisaient la pluie et le beau temps. Les règles ont changé. »

Provence, entre farniente et business

Rares sont les régions qui appellent aussi bien à l'oisiveté qu'au réseautage et aux relations publiques. La Provence a ceci d'unique qu'elle peut regrouper des hauts cadres autour d'un cocktail en terrasse, animés par des intérêts professionnels communs. « C'est l'endroit où se font les futurs projets, il faut être vu par le milieu, de manière plus informelle et plus décontractée. »

Dans l'esprit collectif, l'agence immobilière de prestige se niche en périphérie, installée dans un hameau calme et paisible. Pour le groupe Janssens, il en est tout autrement : « nous ne sommes pas 'autour' mais à 'l'intérieur'. Nous faisons le pari d'être au cœur du sujet ! », ainsi résonne le mantra de la future équipe bientôt installée dans la cité des Papes.

'Oh my deuche' pour une virée en 2 cv dans le Luberon

Ecrit par le 23 juillet 2024



En janvier 2020, Adrienne et Damien lancent 'Oh my deuche', un service de location de 2 chevaux, véritable appel à l'évasion sur les routes provençales. Il y a ceux qui veulent s'offrir le romantisme pour le plus beau jour de leur vie, ceux qui sillonnent les routes en toute liberté et ceux qui consacrent un moment en famille ou entre amis avec un circuit planifié.

De l'Europe au Luberon

« La Provence, c'est un peu comme la malle aux trésors, et nous mettons un point d'honneur à vous créer des moments inoubliables, vous savez, ces instants dont vous vous souviendrez toute votre vie », voilà la philosophie du couple aux manettes de '[Oh my deuche](#)'. La société de location est située dans le charmant village provençal de la Bastide des Jourdans, dans le Sud Luberon. Native de l'Isle-sur-la-Sorgue pour Adrienne et adopté par la Provence depuis plus de 30 ans pour Damien, le couple arpente depuis 2007 les routes de la Provence, de France et d'Europe à bord de tout types de véhicules vintage. « Nomades un temps, nous sommes revenus poser nos valises dans le sud Luberon, tel un retour aux

Ecrit par le 23 juillet 2024

racines, avec ce projet de longue date, prêts à vous faire partager de belles mécaniques sur les chemins des cigales, de la lavande et des oliviers. »

C'est donc tout naturellement que le couple invite à la rencontre et à la découverte du territoire, niché confortablement dans des véhicules emblématiques de la France, un véritable art de vivre à la Provençal. « Nous avons la chance d'être à la croisé des 4 départements : Vaucluse, Alpes de Haute Provence, Bouches du Rhône et Var. Vous serez donc prêts à partir dans n'importe quelle direction pour en prendre plein les mirettes. » Loin des fondateurs l'idée de proposer « une usine à gaz », Adrienne et Damien prennent le temps de vous écouter, de comprendre vos envies et de créer des escapades dont vous vous souviendrez longtemps.



Une escapade en montgolfière ?

Des itinéraires en Provence tout compris

Aucun frais lorsque vous optez pour une balade insolite, le circuit comprend les activités et la restauration. Qu'une seule chose à faire : suivre les instructions du carnet de route et vous laissez porter par les paysages authentiques qui défilent sous vos yeux. Au programme : une belle épopée dans un décor de carte postale. « Ils n'ont plus qu'à découvrir la Provence à leur rythme en suivant les indications. Bien sûr, ils peuvent à tout moment choisir de se dévier de l'itinéraire et faire ce qu'ils veulent. » Les possibilités sont nombreuses : location avec ou sans chauffeur, circuit à thème, mariage, séminaire professionnel... N'oublions pas les entreprises qui ont aussi le droit de se faire plaisir.

Ecrit par le 23 juillet 2024

Une balade insolite ?

Les amoureux de la nature ont créé des circuits tout inclus à thème : journée dans le Pays de Forcalquier avec une excursion en montgolfière, circuit sur la route Jean Giono, la route du Luberon avec visites et dégustations, balade insolite en Provence sur la route des oliviers, escapade dans les gorges du Verdon, découverte de la Provence Verte, rallye du vin... Il en existe 12 au total : en demi-journée, journée et soirée. Soyez prêts à être propulsés dans un cadre hors normes.



Sentez-vous les effluves de la lavande et le soleil chauffer votre peau ?