



Photo Le DL/A.S.

Théâtre antique d'Orange P.12

Plus de 5500 spectateurs pour un gala de MMA "dantesque"

PROFITEZ DE L'ÉTÉ
pour accompagner vos enfants dans leur apprentissage

2 CAHIERS COMMANDÉS = **1 CAHIER DE VACANCES OFFERT**

LA BOUTIQUE LE DAUPHINÉ
En partenariat avec...
rue des écoles

6€90

Rendez-vous sur la boutique en ligne : <https://boutique.ledauphine.com>
Payement par carte bancaire sécurisé

DIMANCHE

VAUCLUSE

matin

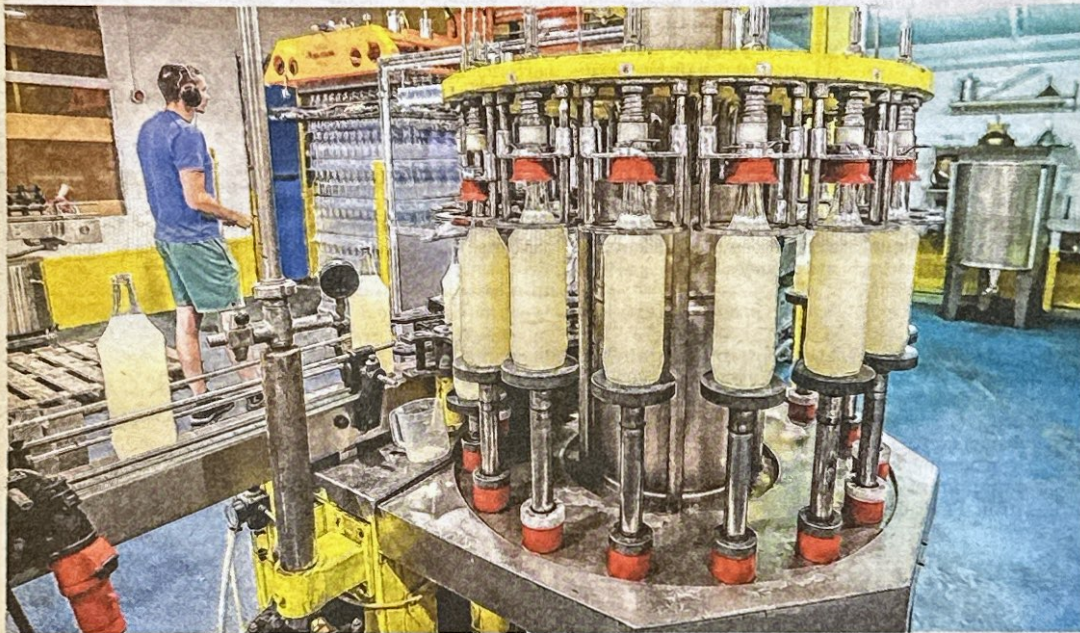
cebra GROUPE

Édition provençale | 84A
Dimanche 30 juillet 2023

1,40 €

Enquête | Teisseire, Pac, Bigallet, Eyguebelle, Marie Dolin...

Notre région, terre de sirops



Au rayon des sirops, le Sud-Est raffe la mise. La plupart des marques sont iséroises, drômoises, savoyardes ou vauclusiennes. Alors que le marché est en pleine effervescence, zoom sur ces entreprises régionales qui continuent de nous rafraîchir depuis plus de 150 ans. Photo Le DL/Christophe Agostinis

Pages 2-3

Mondial de football P.27

Les Bleues se relancent face au Brésil



Photo AFP/Patrick Hamilton

Société P.34-35

Partir en vacances en voiture électrique

Vaucluse P.5

Des routes nationales "transférées"



Photo Le DL/C.A.

90 PARCOURS
DANS LES ALPES

6€90

BALADES
avec votre quotidien

SILLONNEZ LES ALPES
90 parcours à vélo
notre guide de référence

SPECIAL VÉLO
Les circuits balades
à vélo dans les Alpes
du Nord au Sud
de la Savoie à la Vallée d'Aoste

> 148 pages

LE DAUPHINÉ

En vente chez votre marchand de journaux, sur notre boutique en scannant le QR codé et sur le site boutique.ledauphine.com

BON DE COMMANDE à retourner à : DAUPHINÉ LIBÉRÉ - Service VPC - 650 route de Valence - 38913 Veurey Cedex

Oui, je souhaite recevoir : exemplaire(s) de **BALADES ALPES 2023**
au prix de **6,90 € l'unité + 2,60 € de participation à l'envoi** = €



Je peux aussi commander par téléphone (uniquement par CB) au **04 76 88 70 88**

Ecrire en capitale, n'inscrire qu'une lettre par case. Laisser une case entre deux mots

M. Mme, Mlle, Nom et Prénom

Résidence / Escalier / Bâtiment

N° Rue / Avenue / Boulevard ou Lieu-dit

Code postal Commune

Email

Je joins mon règlement d'un montant de € par :

Chèque bancaire à l'ordre de **DAUPHINÉ LIBÉRÉ**

Carte bancaire

Conformément à la loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978, vous disposez d'un droit d'accès et de rectifications aux données vous concernant.

Date et signature

Consommation

Pourquoi notre région est un

Teisseire, Bigallet, Eygubelle... Au rayon boissons, le sud-est de la France est plutôt bien représenté. Une dizaine des principales entreprises productrices de sirop est en effet basée près de chez vous. Comment expliquer leur succès ? Décryptage.

Il fait chaud, le soleil cogne. Malheureusement, on n'a pas tous la chance de pouvoir piquer une tête pour se rafraîchir. Alors plan B, se servir un bon verre rempli de glaçons. Une petite grenadine ou de la menthe, ça serait parfait. Car oui, l'été, c'est aussi la saison du sirop. « 70 % des ventes sont réalisées de juin à septembre », confirme Loïc Couilloud, président du syndicat des sirops et PDG du groupe Routin, basé en Savoie.

Un peu laissés de côté pendant plusieurs années, ces derniers reprennent leur place dans les placards des Français. « Le marché du sirop a connu sur 2022 une très belle dynamique avec une progression de plus de 7 % en volume. À titre de comparaison, le secteur du liquide faisait à peine + 4 % », complète Loïc Couilloud.

En plus de pouvoir se régaler dans sa chaise longue ou en terrasse, boire du sirop permet aussi de faire vivre des entreprises près de chez vous. Vous

ne l'avez peut-être pas remarqué, mais la plupart d'entre elles sont basées dans le sud-est de la France. Teisseire, Bigallet, Cherry Rocher, Antésite, Eygubelle, Marie Dolin... Toutes ces marques sont iséroises, drômoises ou savoyardes. « Le Dauphiné est un concentré du marché du sirop », sourit le patron de Routin.

De la liqueur avant le sirop

Autant de sirupiers dans la région ce n'est peut-être pas un hasard, plusieurs raisons peuvent l'expliquer.

Pour commencer, ces entreprises partagent toutes un point commun : leur création ne date pas d'hier. Teisseire s'est implantée à Grenoble en 1720, Marie Dolin à Chambéry dès 1821. Pour certaines, c'est directement écrit sur les bouteilles. Comme celles des sirops isérois Bigallet, « depuis 1872 » ou d'Antésite « depuis 1898 ». Autre point commun, ces entreprises ont toutes commencé de la même manière : avec la distribution de liqueurs.

Teisseire s'est fait connaître avec son ratafia à base de cerises. Marie Dolin est devenue une référence avec son Vermouth de Chambéry. Bigallet vendait à Lyon des apéritifs, comme le quinquina et la liqueur de citron. Et avant de

faire boire son sirop de citron à tous les Provençaux, l'entreprise vaclusienne Pac avait une autre spécialité lors de sa création en 1835 : l'élixir du Mont Ventoux. Quant à Cherry Rocher, en s'implantant à La Côte-Saint-André en 1705, elle est devenue la première distillerie de liqueur de France.

Forts de leur succès avec l'alcool, ces liquoristes se sont ensuite diversifiés en développant des sirops. « Le processus de fabrication des sirops est tout à fait comparable avec celui des liqueurs. Ils utilisaient des fruits qu'ils faisaient macérer dans de l'alcool. Ils ajoutaient parfois quelques herbes, des épices pour leur donner du goût », explique le président du syndicat des sirops. La fin de la Seconde Guerre mondiale va accélérer les reconversions. « Il y a eu une concentration de l'activité économique de la France sur les industries qui devaient porter le redéploiement de l'État. Et l'alcool a été en pénurie pendant pas mal d'années. »

Un produit refuge

Le sirop trouve assez vite son public. Ce tout nouveau marché arrive à se maintenir et même prospérer. « On est dans une région qui est riche en matières premières. Les vergers et les exploitations agricoles y sont assez nombreux. On a, en

plus, un paysage assez varié. La météo n'est pas la même en Savoie qu'en Drôme provençale, ce qui offre des variétés de fruits très diverses », observe Loïc Couilloud.

Et chaque marque a réussi à trouver sa place sans trop se faire concurrence. Teisseire, avec sa filiale Moulin de Valdonne, se dédie plus à la grande distribution en produisant de gros volumes. Eygubelle, basée dans la Drôme, défend une image locale et artisanale. Cherry Rocher ou Marie Dolin continuent de produire des sirops tout en gardant les liqueurs comme activité principale. « Toutes ces entreprises ont des typologies différentes et c'est super car c'est ce qui fait la richesse du syndicat », se réjouit le président.

Après une popularité stagnante voire en baisse, le sirop a repris des couleurs ces dernières années. Même touché par l'inflation et la hausse du prix des matières premières, le marché se redéveloppe. « C'est un produit refuge. Il est économique et aussi écologique. Avec une bouteille de sirop vous pouvez faire près d'une cinquantaine de verres. Vous divisez donc le prix et à la fin vous n'avez qu'une bouteille à recycler. » Bref, des entreprises régionales vieilles de plus de 150 ans qui n'ont pas fini de rafraîchir les Français !

● Mélanie Janin



Le sirop, aussi la star des boissons chaudes et des cocktails



Le sirupier Routin a créé un centre de drink design dédié à l'art du cocktail. Photo Le DL/Ghislaine Gerbelot

Le sirop ce n'est plus seulement dans de l'eau fraîche. Depuis quelques années, les industriels développent des goûts plus originaux les uns que les autres. Par exemple en Savoie, le groupe Routin a lancé l'an dernier le Carambar en bouteille, goût caramel. Et ce sirop n'est pas destiné à être dilué dans de l'eau mais plutôt dans des boissons chaudes. Café au goût de noisette, chocolat aromatisé à la vanille... Les recettes sont nombreuses. C'est même une véritable tendance mondiale qui s'observe notamment avec la multiplication des *coffee shop* à l'étranger et de plus en plus en France. Se faire son café, c'est devenu tout un art et le sirop y a bien trouvé sa place. La pratique progresse en

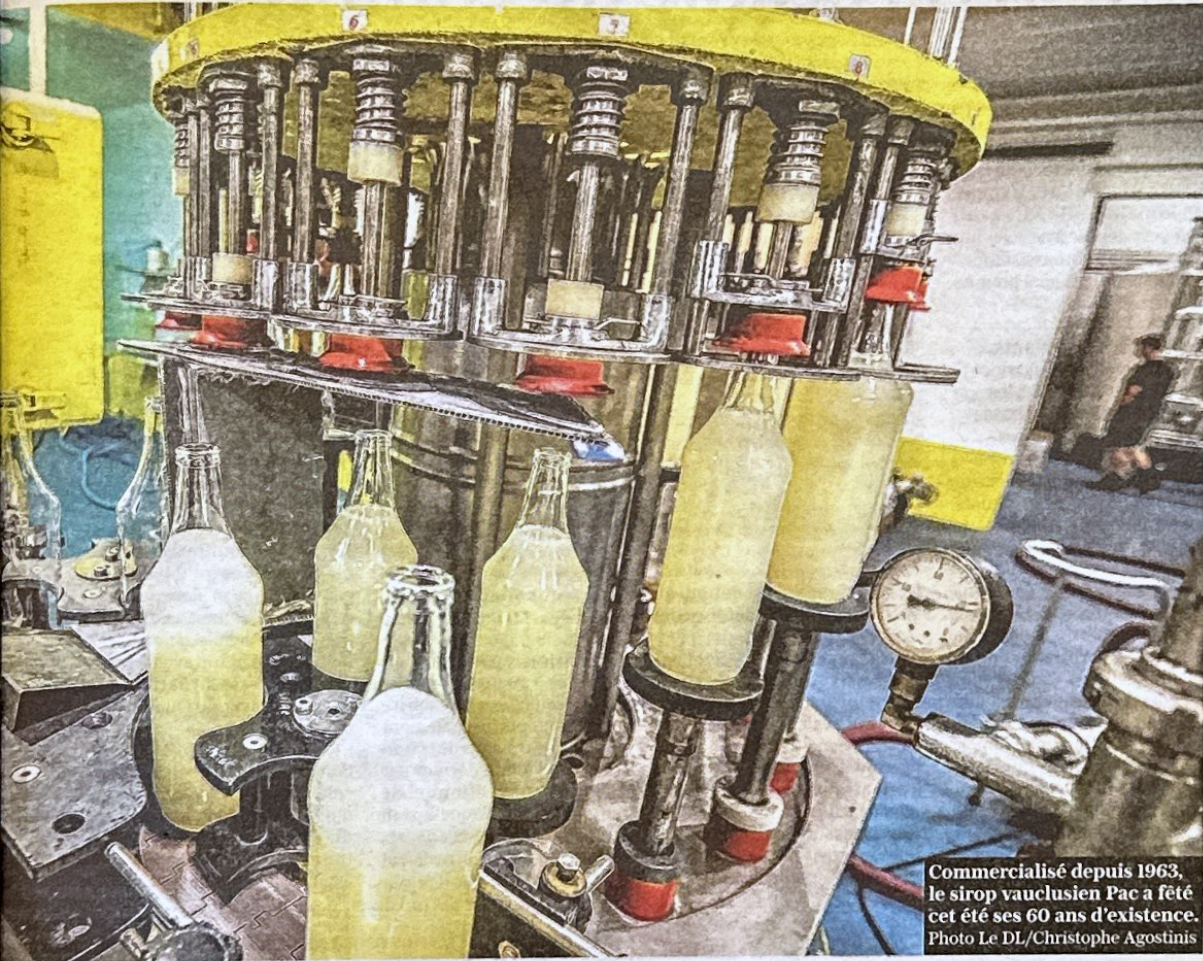
France, certaines de nos marques régionales se positionnent déjà sur ce nouveau marché. C'est le cas de 1883, basée à La Motte-Servolex en Savoie, destinée aux professionnels. Mais avec des saveurs tel que madeleine, fleur de cerisier, chocolat ruby ou encore safran, les sirops de la marque ne s'invitent pas que dans les boissons chaudes. Ils se retrouvent aussi dans les cocktails et plus particulièrement ceux sans alcool.

Là encore c'est une autre tendance qui arrive doucement chez nous. Et elle porte un nom : le Nolo. Soit la contraction, en anglais, de *no alcohol* et *low alcohol*, un mélange entre abstinence et modération. Cette fois, la base du cocktail ce n'est plus le

rhum, la vodka ou le gin. « Le sirop devient héros du cocktail. Quand vous n'utilisez plus d'alcool pour proposer une boisson créative, c'est le sirop qui va apporter le goût et la couleur », note Loïc Couilloud PDG du groupe Routin, qui possède la marque 1883.

Des recettes souvent très élaborées qui mettent le sirop au cœur des tables des restaurants ou de grands établissements. Toute cette nouveauté a participé à repopulariser le sirop auprès des Français. « C'est un marché en pleine évolution. Il n'y a plus un seul leader aujourd'hui, mais plein de marques qui apportent de nouvelles propositions, en termes de goûts, de textures, de naturalité », ajoute Loïc Couilloud.

concentré du marché du sirop



Quels sont les goûts préférés des Français ?

La grenadine reste de loin le best-seller. Une tradition bien installée comme l'explique Loïc Couilloud. « La grenadine ça reste vraiment le premier parfum. C'est 70 % de taux de pénétration avec 5 ou 6 achats par an. Avec la menthe ce sont les deux goûts phares. » Y a-t-il des préférences en fonction des régions ? « Le citron, le melon, la fraise peut-être plus dans le sud que dans le nord. Mais globalement ça reste la même proposition partout. Ce qui a très bien fonctionné en termes de nouveaux parfums apportés au marché ce sont les bigoûts. Mûre-framboise, abricot-pêche, ananas-passion... Ça a amené une petite révolution dans le marché. »

Commercialisé depuis 1963, le sirop vaclusien Pac a fêté cet été ses 60 ans d'existence. Photo Le DL/Christophe Agostinis

► Sur le Web

Retrouvez notre podcast en scannant ce QR code



Le sirop PAC, la boisson de l'été

Soixante ans et pas une ride. Le sirop PAC s'est même offert pour son anniversaire cet été, des étiquettes collectors dessinées par deux artistes, le Nimois Claude Viallat et C215, le Carpentassien. 15 000 bouteilles sortiront customisées de la distillerie A. Blachère.

Son goût inégalable, légèrement acidulé du citron fait du PAC, la boisson star de l'été en Provence. Quelque 800 000 bouteilles de PAC sont fabriquées à l'année dans la distillerie, installée au milieu des vignes à Châteauneuf-du-Pape. Quand les températures montent, le sirop PAC remplit les verres. 70 % des ventes étant réalisées en période estivale. Cette tendance à la croissan-

ce ne s'est jamais démentie depuis la commercialisation des premières bouteilles en 1963. « La progression est de 10 à 20 % depuis 20 ans » relève Raphaël Vannelle, qui avec son épouse Sandrine Blachère a repris la direction de la distillerie au début des années 90. Une distillerie aujourd'hui centenaire qui affichait un chiffre d'affaires de 4,5 millions d'euros en 2022.

Le sirop PAC a traversé les générations, dépassant toutes les modes. « C'est un produit intergénérationnel qui bénéficie d'un capital sympathie ». Celle qui se partage l'été en famille, au café, au bord de la piscine. La recette ? Elle reste bien gardée depuis ces années. « Le PAC, c'est de la



Raphaël Vannelle, le directeur de la distillerie A. Blachère devant la nouvelle embouteilleuse. Photo Le DL/Christophe Agostinis

cuisine, pas de la chimie. Nos sirops sont en 100 % sucre avec des jus qui ne sont pas cuits pour conserver tous les arômes. » L'entreprise cultive

son indépendance et y tient malgré toutes les offres de rachat pour « garder le contrôle de tout ». À la sortie du village de Châteauneuf-du-Pape, se trouve à

côté de la distillerie, un magasin où sont vendus les sirops PAC mais aussi Fun Bleue et ceux de la gamme Couleur Provence...

Consommation

Pourquoi notre région est un

Teisseire, Bigallet, Eygubelle... Au rayon boissons, le sud-est de la France est plutôt bien représenté. Une dizaine des principales entreprises productrices de sirop est en effet basée près de chez vous. Comment expliquer leur succès ? Décryptage.

Il fait chaud, le soleil cogne. Malheureusement, on n'a pas tous la chance de pouvoir piquer une tête pour se rafraîchir. Alors plan B, se servir un bon verre rempli de glaçons. Une petite grenadine ou de la menthe, ça serait parfait. Car oui, l'été, c'est aussi la saison du sirop. « 70 % des ventes sont réalisées de juin à septembre », confirme Loïc Couilloud, président du syndicat des sirops et PDG du groupe Routin, basé en Savoie.

Un peu laissés de côté pendant plusieurs années, ces derniers reprennent leur place dans les placards des Français. « Le marché du sirop a connu sur 2022 une très belle dynamique avec une progression de plus de 7 % en volume. À titre de comparaison, le secteur du liquide faisait à peine +4 % », complète Loïc Couilloud.

En plus de pouvoir se régaler dans sa chaise longue ou en terrasse, boire du sirop permet aussi de faire vivre des entreprises près de chez vous. Vous

ne l'avez peut-être pas remarqué, mais la plupart d'entre elles sont basées dans le sud-est de la France. Teisseire, Bigallet, Cherry Rocher, Antésite, Eygubelle, Marie Dolin... Toutes ces marques sont iséroises, drômoises ou savoyardes. « Le Dauphiné est un concentré du marché du sirop », sourit le patron de Routin.

De la liqueur avant le sirop

Autant de sirupiers dans la région ce n'est peut-être pas un hasard, plusieurs raisons peuvent l'expliquer.

Pour commencer, ces entreprises partagent toutes un point commun : leur création ne date pas d'hier. Teisseire s'est implantée à Grenoble en 1720, Marie Dolin à Chambéry dès 1821. Pour certaines, c'est directement écrit sur les bouteilles. Comme celles des sirops isérois Bigallet, « depuis 1872 » ou d'Antésite « depuis 1898 ». Autre point commun, ces entreprises ont toutes commencé de la même manière : avec la distribution de liqueurs.

Teisseire s'est fait connaître avec son ratafia à base de cerises. Marie Dolin est devenue une référence avec son Vermouth de Chambéry. Bigallet vendait à Lyon des apéritifs, comme le quinquina et la liqueur de citron. Et avant de

faire boire son sirop de citron à tous les Provençaux, l'entreprise vaclusienne Pac avait une autre spécialité lors de sa création en 1835 : l'élixir du Mont Ventoux. Quant à Cherry Rocher, en s'implantant à La Côte-Saint-André en 1705, elle est devenue la première distillerie de liqueur de France.

Forts de leur succès avec l'alcool, ces liquoristes se sont ensuite diversifiés en développant des sirops. « Le processus de fabrication des sirops est tout à fait comparable avec celui des liqueurs. Ils utilisaient des fruits qu'ils faisaient macérer dans de l'alcool. Ils ajoutaient parfois quelques herbes, des épices pour leur donner du goût », explique le président du syndicat des sirops. La fin de la Seconde Guerre mondiale va accélérer les reconversions. « Il y a eu une concentration de l'activité économique de la France sur les industries qui devaient porter le redéploiement de l'État. Et l'alcool a été en pénurie pendant pas mal d'années. »

Un produit refuge

Le sirop trouve assez vite son public. Ce tout nouveau marché arrive à se maintenir et même prospérer. « On est dans une région qui est riche en matières premières. Les vergers et les exploitations agricoles y sont assez nombreux. On a, en

plus, un paysage assez varié. La météo n'est pas la même en Savoie qu'en Drôme provençale, ce qui offre des variétés de fruits très diverses », observe Loïc Couilloud.

Et chaque marque a réussi à trouver sa place sans trop se faire concurrence. Teisseire, avec sa filiale Moulin de Valdonne, se dédie plus à la grande distribution en produisant de gros volumes. Eygubelle, basée dans la Drôme, défend une image locale et artisanale. Cherry Rocher ou Marie Dolin continuent de produire des sirops tout en gardant les liqueurs comme activité principale. « Toutes ces entreprises ont des typologies différentes et c'est super car c'est ce qui fait la richesse du syndicat », se réjouit le président.

Après une popularité stagnante voire en baisse, le sirop a repris des couleurs ces dernières années. Même touché par l'inflation et la hausse du prix des matières premières, le marché se redéveloppe. « C'est un produit refuge. Il est économique et aussi écologique. Avec une bouteille de sirop vous pouvez faire près d'une cinquantaine de verres. Vous divisez donc le prix et à la fin vous n'avez qu'une bouteille à recycler. » Bref, des entreprises régionales vieilles de plus de 150 ans qui n'ont pas fini de rafraîchir les Français !

• Mélanie Jadin



Commercialisé depuis 1963, le sirop vaclusien Pac a fêté cet été ses 60 ans d'existence. Photo Le DL/Christophe Agostinis

Quels sont les goûts préférés des Français ?

La grenadine reste de loin le best-seller. Une tradition bien installée comme l'explique Loïc Couilloud. « La grenadine ça reste vraiment le premier parfum. C'est 70 % de taux de pénétration avec 5 ou 6 achats par an. Avec la menthe ce sont les deux goûts phares. » Ya-t-il des préférences en fonction des régions ? « Le citron, le melon, la fraise peut-être plus dans le sud que dans le nord. Mais globalement ça reste la même proposition partout. Ce qui a très bien fonctionné en termes de nouveaux parfums apportés au marché ce sont les bi-goûts. Mûre-framboise, abricot-pêche, amanas-passion... Ça a amené une petite évolution dans le marché. »

► Sur le Web

Retrouvez notre podcast en scannant ce QR code



Le sirop, aussi la star des boissons chaudes et des cocktails



Le sirupier Routin a créé un centre de drink design dédié à l'art du cocktail. Photo Le DL/Ghislaine Gerbelot

Le sirop ce n'est plus seulement dans de l'eau fraîche. Depuis quelques années, les industriels développent des goûts plus originaux les uns que les autres. Par exemple en Savoie, le groupe Routin a lancé l'an dernier le Carambar en bouteille, goût caramel. Et ce sirop n'est pas destiné à être dilué dans de l'eau mais plutôt dans des boissons chaudes. Café au goût de noisette, chocolat aromatisé à la vanille... Les recettes sont nombreuses. C'est même une véritable tendance mondiale qui s'observe notamment avec la multiplication de *coffee shop* à l'étranger et de plus en plus en France. Se faire son café, c'est devenu tout un art et le sirop y a bien trouvé sa place. La pratique progresse en

France, certaines de nos marques régionales se positionnent déjà sur ce nouveau marché. C'est le cas de 1883, basée à La Motte-Servolex en Savoie, destinée aux professionnels. Mais avec des saveurs tel que madeleine, fleur de cerisier, chocolat ruby ou encore safran, les sirops de la marque ne s'invitent pas que dans les boissons chaudes. Ils se retrouvent aussi dans les cocktails et plus particulièrement ceux sans alcool.

La encore c'est une autre tendance qui arrive doucement chez nous. Et elle porte un nom : le Nolo. Soit la contraction, en anglais, de *no alcohol* et *low alcohol*, un mélange entre abstinence et modération. Cette fois, la base du cocktail ce n'est plus le

rhum, la vodka ou le gin. « Le sirop devient héros du cocktail. Quand vous n'utilisez plus d'alcool pour proposer une boisson créative, c'est le sirop qui va apporter le goût et la couleur », note Loïc Couilloud PDG du groupe Routin, qui possède la marque 1883.

Des recettes souvent très élaborées qui mettent le sirop au cœur des tables des restaurants ou de grands établissements. Toute cette nouveauté a participé à repopuler le sirop auprès des Français. « C'est un marché en pleine évolution. Il n'y a plus un seul leader aujourd'hui, mais plein de marques qui apportent de nouvelles propositions, en termes de goûts, de textures, de naturalité », ajoute Loïc Couilloud.

Le sirop PAC, la boisson de l'été

Soixante ans et pas un ride. Le sirop PAC s'est même offert pour son anniversaire cet été, des étiquettes collectors dessinées par deux artistes, le Nimois Claude Viallat et C215, le Carpentassien. 15 000 bouteilles sortiront customisées de la distillerie A. Blachère.

Son goût inégalable, légèrement acidulé du citron fait du PAC, la boisson star de l'été en Provence. Quelque 800 000 bouteilles de PAC sont fabriquées à l'année dans la distillerie, installée au milieu des vignes à Château-neuf-du-Pape. Quand les températures montent, le sirop PAC remplit les verres. 70 % des ventes étant réalisées en période estivale. Cette tendance à la croissan-

ce ne s'est jamais démentie depuis la commercialisation des premières bouteilles en 1963. « La progression est de 10 à 20 % depuis 20 ans », relève Raphaël Vannelle, qui avec son épouse Sandrine Blachère a repris la direction de la distillerie au début des années 90. Une distillerie aujourd'hui centenaire qui affiche un chiffre d'affaires de 4,5 millions d'euros en 2022.

Le sirop PAC a traversé les générations, dépassant toutes les modes. « C'est un produit intergénérationnel qui bénéficie d'un capital sympathie ». Celle qui se partage l'été en famille, au café, au bord de la piscine. La recette ? Elle reste bien gardée depuis ces années. « Le PAC, c'est de la



Raphaël Vannelle, le directeur de la distillerie A. Blachère devant la nouvelle embouteilleuse. Photo Le DL/Christophe Agostinis

cuisine, pas de la chimie. Nos sirops sont en 100 % sucre avec des jus qui ne sont pas cuits pour conserver tous les arômes. » L'entreprise cultive

son indépendance et y tient malgré toutes les offres de rachat pour « garder le contrôle de tout ». À la sortie du village de Châ-

teau-neuf-du-Pape, se trouve à côté de la distillerie, un magasin où sont vendus les sirops PAC mais aussi Fun Bleue et ceux de la gamme Couleur Provence...