

LES GRANDES SAGAS INDUSTRIELLES (2)

VAUCLUSE

Pac à l'eau, le sirop qui fleure bon la Provence



Sandrine Blachère et Raphaël Vannelle ont toujours cru au Pac devenu une boisson transgénérationnelle en Provence. Photo Le DL/Christophe AGOSTINIS



L'emblématique boisson rafraîchissante du sud de la France n'a dû son salut qu'à la ténacité de ses propriétaires qui ont relancé l'entreprise familiale en misant sur la singularité régionale de ses produits.

Dans la petite boutique qui jouxte la distillerie A. Blachère, un couple de retraités belges fait ses emplettes. « On leur a fait goûter le Pac à la maison, ils veulent absolument en ramener chez eux », sourient leurs amis gardois qui n'ont eu qu'à traverser le Rhône pour leur faire découvrir cette entreprise insolite, en plein cœur du prestigieux vignoble de Châteauneuf-du-Pape.

« Le Pac, ce sont les clients qui en parlent le mieux » précise Raphaël Vannelle, le maître des lieux. « Dès qu'ils le goûtent, ils sont conquis. Cela vient de la qualité de nos citrons et d'un process qui n'a pas changé depuis soixante ans. »

Quelle drôle d'histoire que

celle du Pac. Le Pac à l'eau si vous préférez, telle l'expression est entrée dans le langage commun dans le sud de la France.

De Toulon à Montpellier, si vous voulez une citronnade désaltérante et légèrement acidulée, vous commandez un Pac à l'eau et vous serez servi immédiatement. « Les gens se sont approprié le nom » confirme notre hôte. « Comme ça se boit avec de l'eau, ils ont fait le raccourci. Ils ne demandent plus un sirop de citron, ils demandent un Pac à l'eau. »

Une success-story qui fleure bon la Provence et qui a pourtant failli tourner court sans la volonté d'un couple de jeunes propriétaires qui a toujours crû dans ce produit phare.

Un packaging vintage

Nous sommes à la fin des années 1980, la distillerie est au bord de la faillite. Fondée en 1835 à Avignon, par des Ardéchois, la famille Blachère, l'entreprise s'est longtemps spécialisée dans les liqueurs locales comme L'Elixir du Mont Ventoux. En 1892, lors de la dernière épidémie de choléra, la petite histoire raconte même que les Avignonnais buvaient L'Origan du Comtat pour se soigner et se frictionnaient avec le rhum Jusselain, deux alcools « maison » à base de plantes. « Comme nous avons sauvé la ville, la municipalité d'Avignon avait fait poser trois céra-

miques aux principales entrées de la cité qui vantaient les vertus curatives de L'Origan du Comtat » ajoute Raphaël Vannelle, en nous montrant l'une d'elles qui trône derrière le bar de la boutique.

Le sirop ne va se développer réellement qu'après la Seconde Guerre mondiale avec la commercialisation du Pac citron en 1963 par un certain Louis Guiot qui imagina ce drôle de nom à partir des initiales des prénoms de ses enfants. Le succès est immédiat mais il ne résiste pas à l'émergence de la grande distribution qui snobe ce produit « su-dist » vendu essentiellement sur les terrasses des cafés. Jean-Claude Blachère, un descendant d'Auguste Blachère, figure tutélaire de la distillerie, tente de relancer la machine à la fin des années 1980 avant de laisser rapidement la main à sa fille Sandrine et à son époux Raphaël. « On avait 21 ans à l'époque, mais on n'avait rien à perdre » témoigne-t-il. « Il a fallu négocier durement avec les banquiers. »

Le jeune couple prend deux décisions importantes. La première, c'est de relocaliser l'entreprise à Châteauneuf-du-Pape. « Il fallait un endroit évocateur, avec de l'espace (5000m²) et un accès plus facile » plaide-t-il naturellement. La deuxième, c'est d'arrêter le négoce qui était devenu l'activité principale, pour se concentrer sur les produits de la distillerie en allant taper à la

porte des grandes surfaces. « Même si on n'a pas gagné d'argent pendant dix ans, c'était la bonne solution » confirme-t-il. « On a réussi peu à peu à installer notre marque et recréer une petite notoriété. »

À l'époque, la production du Pac est famélique, à peine 50 000 bouteilles à l'année. Mais Raphaël Vannelle croit en ce produit emblématique, résolu à l'imposer au grand public à l'image d'un packaging coloré et désuet qu'il décide de conserver malgré le scepticisme ambiant: « Maintenant tout le monde l'adore, mais je peux vous dire qu'au début, les gens me disaient: c'est quoi cette bouteille bas de gamme ». Aujourd'hui, c'est une force. L'étiquette du Pac, c'est la même depuis 55 ans. Elle ne changera jamais. »

Ni la spécificité du Pac! À part une petite entorse avec le Fun Blue, une menthe glaciale au goût chlorophylle qui va immédiatement trouver son public, le fleuron de la société reste fidèle au citron, sans le moindre colorant. « Si les clients veulent un autre sirop, on a notre gamme Couleur Provence » ajoute-t-il.

Une gamme provençale

Pas question, non plus, de jouer la carte du développement à tout prix. « On espère agrandir notre zone d'influence de Nice à Béziers, en remontant jusqu'à Valence. Mais pas plus » valide le direc-

teur de la distillerie. Avec plus de 800 000 bouteilles de Pac à l'année, 300 000 de Fun Blue, 200 000 de Couleur Provence et à peu près la même chose pour les liqueurs, l'entreprise vaclusienne affiche un chiffre d'affaires qui approche les 4 millions d'euros. Une belle réussite qui attise les convoitises. « Je n'ai pas envie de perdre mon âme et ma société en la vendant. Je veux que mes enfants continuent cette histoire familiale » tranche le propriétaire.

Très attaché au terroir, Raphaël Vannelle assume une stratégie foncièrement régionaliste à l'image du « Pacalo », une édition limitée en provençal. Pas question de céder au plus offrant sous prétexte que le « Pac » est devenu une institution. « On est la dernière grande distillerie indépendante de la région. On est là depuis 200 ans. Je sais que mes alcools régionaux n'ont pas de rentabilité pure. Si demain, un groupe nous rachète, tout va disparaître, il ne conservera que le Pac. »

La distillerie A. Blachère a de beaux jours devant elle, boostée par une boisson emblématique qui n'a jamais été aussi populaire, les jours d'été à l'ombre d'un parasol, quand le soleil cogne et qu'il vous vient une idée: « garçon, un Pac à l'eau! »

Stéphane PULZE

Prochain épisode: le groupe Somfy en Haute-Savoie.