
Képi blanc : la Légion étrangère lance son pastis

Déjà productrice de vins, la Légion étrangère s'attaque au secteur du spiritueux avec la sortie d'un pastis.



Il y avait le Berger blanc, il y aura désormais le Képi blanc. La Légion étrangère s'est associée avec la [maison Ferroni](#), basée à Aubagne (Bouches-du-Rhône), pour mettre en bouteille un nouveau pastis. Pas n'importe lequel : un pastis chargé « *d'histoire et de patrimoine* ».

L'adjudant Benjamin Coureu, attaché de presse de la Légion étrangère, raconte à *BV* la genèse de cette association anisée : « *Nous nous sommes rapprochés avec la maison Ferroni parce qu'ils voulaient installer un stand chez nous pour un événement. De fil en aiguille, les dirigeants nous ont proposé de faire un pastis, et ça tombait bien parce que le commandement voulait mettre l'accent sur le local.* » Puis il a fallu mettre en place des contrats, trouver un modèle économique et élaborer une recette, une recette qui a du sens. Pour ce faire, les légionnaires ont écouté les conseils avisés de l'entreprise de spiritueux. « *Faire un pastis, ce n'est pas notre métier, mine de rien* », rappelle l'adjudant.

Une recette chargée d'Histoire

Les plantes de base ont été récoltées par les militaires dans les champs de l'Institution des invalides de la Légion étrangère, à Puylobier, au pied de la montagne Sainte-Victoire. Cela aurait suffi à faire un pastis lambda, mais pour la Légion étrangère comme pour la maison Ferroni, il n'en était pas question. Il fallait des idées novatrices. Elles ont été puisées dans l'histoire de l'institution militaire. « *Nous avons mis de l'estragon du Mexique en référence à [Camerone](#) et une plante du Cambodge pour rappeler la période indochinoise* », explique l'adjudant.

De quoi se démarquer des autres anisés, même si la Légion n'entend pas rivaliser avec les géants du secteur. Cette première micro-cuvée de 650 bouteilles, toutes numérotées, a surtout vocation à faire rayonner la Légion étrangère. « *C'est un outil de communication pour toucher un public plus large. La Légion va acheter une partie de la production, mais le but, c'est que les non-légionnaires aient une bouteille chez eux* », indique Benjamin Coureu. À terme, l'adjudant espère même « *mettre la bouteille aux buvettes de l'Assemblée nationale et du Sénat* ».

La naissance d'une marque

À plus courte échéance, l'objectif est de « *tester la popularité et la demande de la marque Légion étrangère* », que l'attaché de presse souhaite développer pour répondre « *à un vrai enjeu économique* ». La Légion étrangère doit lever des fonds, entre autres, pour le financement de sa maison de retraite, non prise en charge par l'État.

Benjamin Coureu compare l'institution militaire à un monastère. Comme les religieux produisent des sirops, des fromages ou autres pour subvenir à leurs besoins, la Légion a des ateliers de céramique et de reliure et vend des [produits dérivés](#) dont, bientôt, le pastis Képi blanc. Sa mise sur le marché se fera à l'occasion d'un dîner de gala à l'Institution des invalides, à Puylobier, le 3 juillet 2025. À point nommé pour l'été