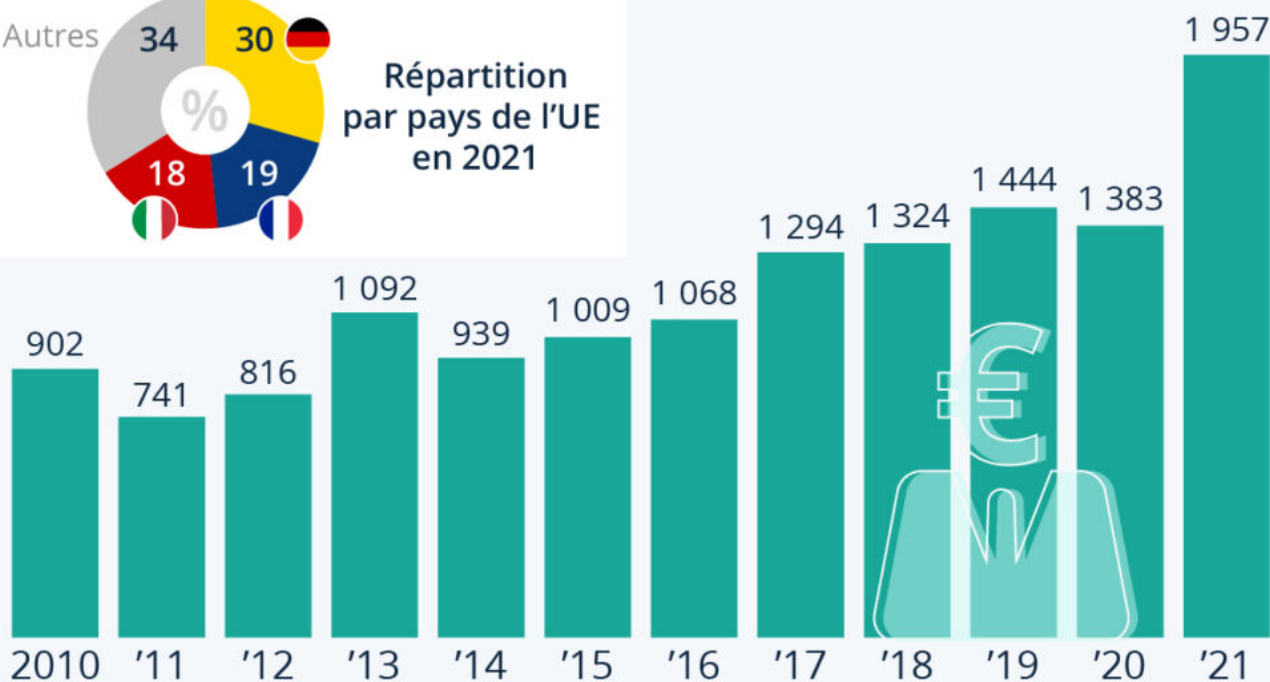


Écrit par le 22 novembre 2024

Il n'y a jamais eu autant de banquiers millionnaires dans l'UE

Il n'y a jamais eu autant de banquiers millionnaires

Nombre de banquiers percevant une rémunération supérieure à 1 million d'euros dans l'Union européenne *



* Rémunération brute annuelle, primes comprises.

Source : Autorité bancaire européenne



statista

Écrit par le 22 novembre 2024

L'Autorité bancaire européenne (ABE) a récemment publié son [rapport annuel](#) sur les hauts revenus. L'analyse, qui couvre la dernière décennie jusqu'en 2021, montre une hausse significative du nombre de banquiers et d'employés de sociétés d'investissement percevant une rémunération annuelle supérieure à 1 million d'euros dans les pays de l'Union européenne (UE).

« Cette augmentation est liée à la bonne performance globale des entreprises, en particulier dans le domaine de la [banque](#) d'investissement et du trading », précise l'ABE, mais aussi à la poursuite de l'exode post-Brexit des banquiers de Londres vers l'UE et à une hausse générale des salaires dans ce secteur.

Comme l'indique le graphique ci-dessus, on dénombrait au total 1957 banquiers millionnaires dans l'UE en 2021, un record, dont environ la moitié en Allemagne (585) et en France (371). Cette année-là, les principaux groupes bancaires français, tels [BNB Paribas](#) et [Société Générale](#), avaient signé des performances historiques, avec des revenus au plus haut depuis quinze ans.

Tristan Gaudiaut pour [Statista](#).

Banque Populaire Méditerranée : un ancrage dans le territoire pour soutenir les talents et favoriser l'économie locale

Ecrit par le 22 novembre 2024



La direction de la Banque Populaire Méditerranée, 'la BPMed', vient de faire point à Avignon sur le bilan 2022 et les perspectives 2023.

C'est d'abord son président, Philippe Henri qui rappelle l'historique de cette banque coopérative régionale : « En 1929, Joseph Chaix crée sa banque éponyme, dont le siège est Place Carnot à Avignon. Un siècle plus tard, à 3 ans près, (2016), elle fusionne avec la BPPC (Banque Populaire, Provençale et Corse) basée à Marseille, sur le Prado, ce qui donnera la BPMed. En 2023, nous sommes à la fois dans la continuité et le changement. Nous avons hérité de son côté proximité avec nos clients et avec le maillage du territoire grâce à toutes nos agences. Mais nous nous adaptions aussi aux temps nouveaux, l'humain reste essentiel et nous confortons notre expertise, nous aidons aussi la culture avec des partenariats de mécénat (comme avec le Quatuor Girard, les frères Capuçon ou la pianiste virtuose Jodyline Gallavardin venue à la Scala cet automne). Nous donnons un coup de pouce pour aider à mieux vivre ensemble quels que soient les défis. »

55 000 clients privés, 11 000 professionnels et 900 PME en Vaucluse

La directrice générale, Sabine Calba insiste : « Nous sommes effectivement au service du territoire, de ses talents, de ses entrepreneurs. Dans le Vaucluse nous totalisons 55 000 clients privés (+ 10% en 3 ans), 11 000 professionnels (+ 15% en 3 ans) et 900 PME. Notre rôle dans l'économie locale est donc majeur puisque nous avons injecté 330M€ en 2022 (soit 9% de nos financements globaux de la Région Sud). Nous avons à coeur d'être là où sont tous nos clients, c'est notre ADN. Et notre mantra, c'est un engagement de proximité avec un réseau d'une vingtaine d'agences et en plus un Centre d'Affaires Entreprises dédié. Nous avons investi 2,3M€ dans la rénovation des agences de Bollène, Courthézon, Le

Ecrit par le 22 novembre 2024

Pontet, Sorgues et Valréas. Dans un souci de cohérence, nous allons regrouper celles d'Orange et Pernes-Les-Fontaines. »

Elle poursuit : « Nous comptons 288 collaborateurs en Vaucluse (13% de nos effectifs globaux en Provence-Alpes-Côte d'Azur) et nous maintiendrons l'emploi en optimisant les équipes. Par exemple, avant nous avions deux sites à Avignon, sur le MIN et à Fontcouverte, désormais nous regroupons 75 collaborateurs à Fontcouverte, dans un souci de sobriété, de co-working, et de proximité géographique entre activités commerciales et de gestion ».

L'axe de développement des mois qui viennent est 'Le Plan Stratégie à l'horizon 2024' et la feuille de route est d'accompagner les clients dans la relance économique en cette période complexe. « On sera là pour les factures énergétiques, les prêts à rembourser, pour les boulangers, les charcutiers, les restaurateurs, les paysans, les personnels de santé, ce sera du cas par cas, du cousu main » ajoute la Directrice Générale. « Dans notre banque régionale, les décisions sont prises ici, pas à Neuilly, pas dans la macro-économie. Les dossiers on les suit pas à pas avec un conseiller dédié qui connaît les clients, est proche d'eux, les rencontre, leur téléphone, les rassure, les accompagne humainement pendant des années. »

Accélération de la croissance d'ici 2024

Sabine Calba poursuit : « Notre stratégie jusqu'en 2024, date où Marseille accueillera les épreuves de voile des Jeux Olympiques au large de la Corniche, c'est ce 'Plan 2024' où il faudra accélérer la croissance avec 400M€ de PNB, 70M€ de résultats nets et un coefficient d'exploitation de 66%, chiffres qui sont déjà pour partie atteints grâce au dynamisme, à la motivation de toutes nos équipes. Et nous sommes toutes voiles dehors pour anticiper sur la banque de demain. Nous devons anticiper, suivre les évolutions indites par le télé-travail, la digitalisation, les modes de vie. »

Elle conclut : « Nos trois ambitions majeures sont d'être plus efficaces, plus engagés et plus entrepreneurs. Notre rôle de banquier n'est pas seulement celui d'un financier mais d'un partenaire à part entière. Aujourd'hui, à propos de questions sur leur contrat d'assurance-vie, nombre de nos clients, souvent âgés, sont ravis d'avoir une visio-conférence avec nos collaborateurs, ils n'ont pas besoin de prendre leur voiture pour un rendez-vous physique dans l'une de nos 20 agences de Vaucluse. Le client est notre colonne vertébrale, nous allons donc créer une agence dématérialisée spécialisée dans l'agriculture, l'arboriculture et la viticulture avec 3 collaborateurs dédiés pour accompagner notre clientèle rurale et favoriser le développement économique de nos territoires. Peut être demain une autre sera-t-elle imaginée pour aider les professions libérales, les pharmacies, les laboratoires d'analyses ».

Ecrit par le 22 novembre 2024

Banque populaire Méditerranée : L'esprit de reconquête commence à payer



La banque populaire Méditerranée signe son meilleur résultat commercial depuis sa création, résultant de la fusion des entités provençales, corse et azuréenne, en 2016.

« Une fierté », pour [Sabine Calba](#), sa directrice générale, se félicitant de « l'impact sur le territoire que nous couvrons : 3,4 milliards ont été injectés dans l'économie locale ». Dans le détail, un milliard pour les crédits d'équipement des entreprises, 2,1 milliards pour l'immobilier, le reste pour les crédits aux particuliers. Toute cette activité, florissante, rapporte un peu d'argent : 60 millions tout rond.

Elle reflète un renouveau que la banque attendait depuis longtemps, comme le fruit d'une modernisation et d'une augmentation de son périmètre. Mais elle est surtout venue des collaborateurs ayant suivi le mouvement. « Nous étions en bas de tableau il y a quelques années s'agissant de la satisfaction de tous nos clients. Nous sommes désormais sur le podium des Banques de notre groupe au plan national, pour tous les marchés ».

Ecrit par le 22 novembre 2024

Le visage de la banque a changé

Tous les espoirs sont donc permis, incarnés par un plan adapté à la singularité de son territoire méditerranéen, de ses clients et de ses équipes. « Impulsion 2024 » prévoit ainsi d'accélérer la croissance du produit net bancaire (chiffre d'affaire) à PNB à 400 millions d'euros à fin 2024 pour un résultat net de 70 M€ et un coefficient d'exploitation (ratio mesurant la part des gains réalisés par une banque au regard de ses coûts fixes) à 66%. Ce pourcentage - honorable au regard de la moyenne du secteur - indique qu'il faudra sans doute mieux maîtriser les charges d'exploitation avec des collaborateurs « plus efficace et entrepreneurs ». Pour Sabine Alba, « il s'agit bien d'un plan de développement commercial, à l'écoute de nos clientèles en plaçant la satisfaction et l'expérience client au cœur de la relation ». Mais, à terme, l'objectif suppose un changement plus profond, celui de « revoir nos 'process' et notre organisation pour offrir des prestations de service de haute qualité, répondant aux transformations énergétiques, climatiques et sociologiques ».

La banque peut compter sur des collaborateurs dont le profil a changé. Au plan interne, celle-ci met en avant des progrès sur l'égalité professionnelle. « Après de nombreuses années de progression, les femmes composent actuellement 44% de la population des cadres de l'entreprise et l'ambition d'atteindre la parité est toujours d'actualité. Nous avons la volonté de recruter et d'attirer des talents autant parmi les femmes que les hommes. Afin d'y parvenir, nous maintenons un investissement élevé dans l'alternance avec une centaine d'élèves accueillis au sein de nos équipes chaque année. Nous faisons aussi évoluer les formations universitaires vers plus de compétences et nous sommes en mesure de fournir des opportunités d'évolution professionnelles nombreuses et diversifiées afin d'accompagner les évolutions de carrière en lien avec celles que connaît actuellement le monde bancaire ».

Trois questions cash

La hausse des taux est-elle une bonne nouvelle pour améliorer encore les résultats de la banque cette année ?

La hausse des taux, qui permettra de sortir de la situation de taux courts négatifs, est une bonne chose. Cependant la violence de la remontée actuelle des taux long terme n'est pas favorable à court terme car l'évolution du taux de production des crédits sera plus lente que celle des taux de refinancement.

Vos crédits aux entreprises et immobilier ont été en recul l'année dernière. Quelle évolution pour le premier semestre 2022 ?

Au début mai 2022, les crédits produits, aux particuliers et aux entreprises ou professionnels, sont en hausse de près de 5% par rapport à 2021.

Vous mentionnez près de 505 000 clients, combien correspondent à des comptes actifs ?

Environ 352 000 clients actifs face aux 505 000 clients, un taux proche de 70%.

Écrit par le 22 novembre 2024

Un nouveau directeur Entreprises pour LCL Méditerranée

[Vincent Tornamorell](#) est le nouveau Directeur Entreprises de la région Méditerranée au sein du groupe bancaire LCL. Diplômé d'Audencia, ce dernier a rejoint le marché des entreprises de LCL en 2003 en tant que chargé d'affaires. Il a ensuite occupé plusieurs postes au sein du groupe notamment celui de directeur du centre d'affaires viti-vini & Charentes à Bordeaux. En 2017, il est nommé responsable du pôle 'Performance et business intelligence' au siège de la banque en Ile-de-France avant de rejoindre son poste actuel au sein de LCL Méditerranée.

60 collaborateurs et 2 500 clients

Vincent Tornamorell est donc désormais à la tête d'un réseau de 8 implantations (Marseille, Aix-en-Provence, Avignon, Montpellier, Perpignan, Nice, Toulon et Bastia) regroupées au sein de 4 centres d'affaires dédiés à la clientèle des entreprises. A ce titre, il a la responsabilité de 60 collaborateurs au service de 2 500 clients PME et ETI, pour les régions Languedoc Roussillon, Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse.

Filiale du Crédit agricole, LCL regroupe 6 millions de clients particuliers, dont 216 000 clients Banque privée, 380 000 professionnels et 29 900 entreprises et institutionnels.

L.G.

Châteaurenard : le lycée Jean D'Ormesson ouvre un BTS Banque

Ecrit par le 22 novembre 2024



A la rentrée 2022, il sera possible d'étudier le domaine bancaire en apprentissage au [lycée Jean D'Ormesson](#) à Châteaurenard. Une réunion d'informations sera organisée le mercredi 23 mars à ce sujet.

Vous vous intéressez aux métiers qui mêlent le relationnel et le commercial ? Le lycée Jean D'Ormesson proposera, dès la rentrée 2022, un Brevet de technicien supérieur (BTS) Banque en apprentissage, en partenariat avec le [GRETA-CFA Vaucluse](#). Cette formation, dont le recrutement se fait hors Parcoursup, sera étalée sur deux ans avec des cours les lundis et mardis, et un mercredi sur deux. Les apprentis travailleront en agence bancaire le reste de la semaine et pendant les périodes de vacances scolaires.

Pour en apprendre plus sur ce nouveau BTS, le GRETA-CFA Vaucluse invite toute personne intéressée à se présenter à la réunion d'informations qui aura lieu le mercredi 23 mars à 14h au lycée Jean D'Ormesson. Pour y participer, il faut confirmer sa présence par mail à assistante.tertiaire@greta-cfa-84.fr et venir avec son CV et une lettre de motivation destinée à un potentiel employeur. [Les pré-inscriptions pour la formation](#) sont d'ores et déjà ouvertes. Seul un baccalauréat est requis pour l'intégrer.

Réunion d'informations. Mercredi 23 mars. 14h. Lycée Jean D'Ormesson. 860 Avenue Jean Mermoz. Châteaurenard.

V.A.

Ecrit par le 22 novembre 2024

Banques et Mission locale jeunes Grand Avignon : ensemble pour l'inclusion durable



Ce mercredi 8 décembre au Numéro 75 à Avignon, le Comité local des banques de Vaucluse ainsi que la Mission locale jeunes Grand Avignon ont abordé ensemble l'inclusion bancaire pour les personnes à fragilité financière. Julien Fraysse, sous-préfet à la Relance, a également présenté quelques chiffres en faveur du tissu économique vaclusien.

C'est à la suite de leur Assemblée générale que les membres du Comité local des banques de Vaucluse, sous la présidence d'[Olivier Grégoire](#) (Directeur centre affaires entreprises Crédit Mutuel), se sont réunis autour de la table. Julien Fraysse a rappelé la volonté des pouvoirs publics de soutenir les entreprises du

Ecrit par le 22 novembre 2024

territoire via le Plan de relance qui entre dans sa « phase d'ingénierie ». C'est ensuite le dispositif 'un jeune, un compte' présenté par [Isabelle Gineste](#), directrice de la Mission locale jeunes Grand Avignon, qui a animé les échanges. Objectif ? Avancer main dans la main avec les établissements bancaires en vue de faciliter les ouvertures de compte aux jeunes en difficulté et *in fine* leur insertion dans la vie active.

« Un jeune, un compte »

Isabelle Gineste a ainsi fait part des difficultés des jeunes en insertion pour ouvrir un compte bancaire dans les établissements. [Philippe Blanc](#), Directeur général adjoint du Crédit municipal Avignon, est pleinement mobilisé et souligne le cercle vicieux : « il est en effet difficile de monter un dossier car ils ne peuvent pas le faire sans posséder au préalable un compte. » Forte de 3,3 millions d'euros de budget, la Mission locale jeunes Grand Avignon œuvre au quotidien pour accompagner 5000 jeunes de 16 à 25 ans en sortie de système. « Nous sommes le volet cohésion sociale du Plan de relance », précise la directrice.

Depuis le Plan de pauvreté, davantage de fonds ont été mobilisés pour faciliter l'insertion durable, à travers la mobilité ou la formation. Les jeunes sont toutefois « confrontés à certaines difficultés au moment de déposer ces fonds en banque. » Pour pallier le problème, la Mission locale a noué un premier partenariat avec le [Crédit municipal d'Avignon](#) permettant de les alerter en cas de découvert ou autres irrégularités. « La Mission locale est alors garant et caution du lien », précise Isabelle Gineste. La Banque de France ([Gilles Duquenois](#), directeur départemental Vaucluse) intervient également pour animer des ateliers sur la bonne gestion du budget.

Offre spécifique en cas de fragilité financière

[Jérôme Cartenet](#), directeur de la Fédération bancaire française, rappelle qu'une offre spécifique existe en cas de fragilité financière. Elle permet de limiter les frais en cas d'incidents de paiement et d'irrégularités de fonctionnement de compte. Seulement, « nous rencontrons des difficultés à faire accepter ces solutions. L'absence de chéquier est un frein, mais c'est le moyen le plus risqué pour être à découvert. La carte de paiement à autorisation systématique est considérée comme limitative », explique-t-il. Il propose alors de prévoir dans le partenariat la mention du caractère sécurisant et surtout transitoire de l'offre.

En collaboration avec le Crédit Agricole, le Crédit Mutuel, la Banque Postale, les directeurs d'agence ont été sensibilisés à la problématique et des fiches navettes ont été instituées pour faciliter la communication et la prise en charge du jeune. « Nous sommes fiers de ce partenariat », souligne Isabelle Gineste, disposée à s'adapter aux contraintes des organismes bancaires : garantie, réglementation, secret professionnel. L'objectif est de déployer davantage de passerelles, instaurer une synergie entre les acteurs et jouer ce rôle d'articulation entre droit à l'inclusion et accompagnement. « Nous souhaitons que les jeunes prennent leur place dans l'économie », conclut-elle.

200M€ attribués en Vaucluse

Concernant l'économie vauclusienne à l'épreuve de la crise, Julien Fraysse ne souligne « pas de

Ecrit par le 22 novembre 2024

problématiques majeures de trésorerie mais quelques cas particuliers » sur lesquels la préfecture reste pleinement mobilisée. La CPME 84 a par ailleurs sollicité le sous-préfet à la Relance au regard de certaines entreprises qui attendent un nouveau report de la date de remboursement du PGE (Prêt garanti par l'État). 200M€ à minima ont été affectés en Vaucluse dans le cadre du Plan de relance à travers ses trois volets : l'écologie, la compétitivité et la cohésion sociale et territoriale. Les baisses d'impôts de production représentent 75M€, soit 1/3 du Plan de relance, devant les subventions classiques et le renforcement des fonds propres.

« Les industries commencent à sortir la tête de l'eau par rapport à la concurrence », rassure Julien Fraysse qui encourage à élaborer des dossiers dans le cadre du Programme d'investissements d'avenir (PIA). L'objectif étant de contribuer au financement des investissements innovants : décarbonation, ville durable ou industries agroalimentaires (IAA), qui font la typicité du Vaucluse. Concernant les subventions, 180M€ à minima ont été attribués, 100M€ dédiés à renforcer la compétitivité de l'industrie en Vaucluse. Quasiment 25 entreprises ont été retenues sur cet appel à projets.

Entre 50.000 et 100.000 euros ont été investis en Vaucluse dans le cadre de la modernisation des machines. Pour ce qui est des services, 1400 commerces ont obtenu un chèque numérique d'un montant de 500 euros, 50 entreprises un chèque Relance export. Le sous-préfet s'en remet désormais au PIA qui prend le relai. « Je compte sur votre mobilisation pour le Plan investissement France 2030. N'hésitez pas à proposer aux belle entreprises l'offre des Obligations Relance ». Le dispositif est destiné aux entreprises qui souhaitent se développer et investir sans pour autant ouvrir leur capital à des actionnaires extérieurs.

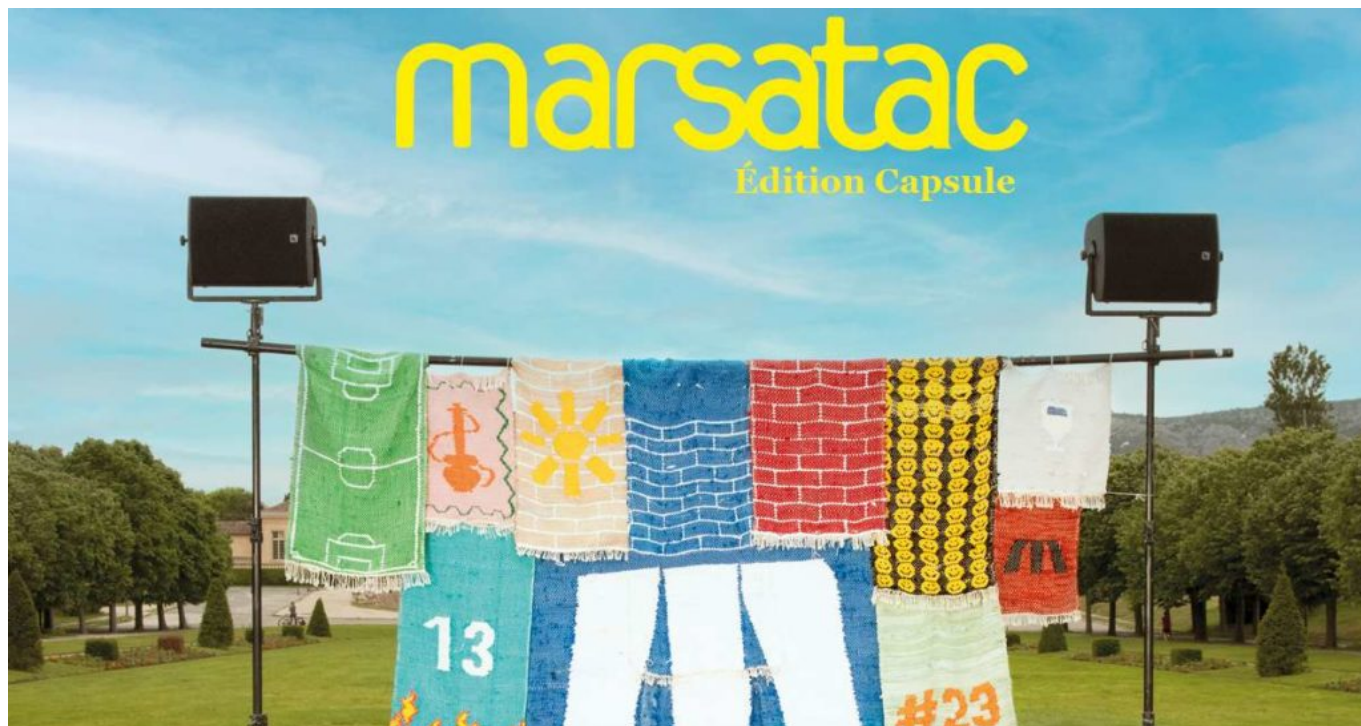
Manque de foncier

Olivier Grégoire interpelle alors le sous-préfet au sujet de l'éternelle problématique du manque de foncier en Vaucluse. « Des entreprises sont facilement tentées de sortir du département pour aller en périphérie, dans la Drôme par exemple », s'inquiète-t-il. Julien Fraysse, qui entend parfaitement les enjeux de cette problématique, évoque le Plan de prévention des risques inondation (PPRI) destiné à réglementer le développement de l'urbanisation en zone inondable. Ce dernier ralentit voir stoppe bon nombre de projets, même si des digues RAR (résistantes à l'aléa de référence, ndlr.) sont construites « pour poursuivre l'activité. »

Autre enjeu majeur, le 'zéro artificialisation' à l'horizon 2030 et les ZAD (Zone à défendre) qui se multiplient en cas de projet sur une friche agricole. « C'est compliqué, mais nous allons vous accompagner au maximum avec l'Etat. Il faut mettre à contribution les promoteurs, aménageurs, qui doivent prendre leur rôle dans la densification de l'activité », appelle le sous-préfet. Dans le cadre de la reconversion des friches industrielles laissées à l'abandon, il rappelle que trois projets en Vaucluse ont été retenus.

Ecrit par le 22 novembre 2024

Le Crédit Mutuel accompagne le festival Marsatac



Partenaire de la musique depuis 20 ans, le Crédit Mutuel accompagne Marsatac, rendez-vous phare de la jeunesse marseillaise. 15 000 festivaliers sont attendus du 20 au 22 août, au parc Borély à Marseille.

Le festival Marsatac représente un temps fort de la vie festive et culturelle du grand sud. « Cette année encore, le Crédit Mutuel donnera le 'La' au sein d'un espace dédié à la plateforme musicale 'RIFFX'. En plus du programme varié, de jeunes talents qui ont postulé sur RIFFX auront la chance de se produire sur une des deux scènes' », explique le groupe.

280 bénévoles impliqués

Pour [Béatrice Desgranges](#), directrice de l'association Orane, organisatrice de Marsatac depuis 1999 : « les festivaliers sont reçus comme dans une famille, de manière conviviale et respectueuse dans un nouveau format en plein air et avec des contraintes sanitaires en adéquation avec l'actualité ». Du côté du Crédit Mutuel, l'émulation est partagée, « depuis 3 ans, notre banque est séduite par l'enthousiasme des organisateurs. Pourquoi ? Le mode de gouvernance de cette association, rassemblant plus de 280

Ecrit par le 22 novembre 2024

bénévoles impliqués, encourage l'engagement des jeunes. Pour récompenser ses valeurs d'entraide et de solidarité, notre offre 'Jeunes qui s'engage' convenait parfaitement. »

Plus de 600 événements partenaires

Chaque année, le Crédit Mutuel parraine plus de 600 événements musicaux, près de 90 festivals et 26 salles de concert partout en France. La plateforme musicale '[RIFFX by Crédit Mutuel](#)' réunit les amoureux de la musique et permet à de nombreux fans de tenter de gagner des expériences live sur des événements partenaires ou encore des rencontres artistes.

Par ailleurs, il s'investit pour le développement des innovations dans le monde de la musique avec le [MamA Invent](#), le réseau social [In live with](#) ou encore offre des solutions de service pour permettre aux artistes de se produire sur les scènes proches de chez eux avec [Smart music tour](#). « De par son ancrage au plus proche des territoires et de son investissement auprès des jeunes, le Crédit Mutuel soutient les projets qui favorisent l'accès à la musique pour tous : des associations et écoles de musique de votre ville ou de votre village jusqu'aux [Jeunesses Musicales de France](#) grâce à qui, chaque année, 500 000 jeunes ont accès à la musique. »

Demandez le programme

- Vendredi 20 août : Sébastien Tellier, l'impératrice, Louisahhh Live Band, Moïze Turizer, LB aka Labat, Betty B2B Louise Chen, Goldie B.
- Samedi 21 août : Alonzo, Sofiane, Princess Nokia, Cookie, la Famille Maraboutage + Decay
- Dimanche 22 août : Soso Maness, PLK, Poupie, Tessae, Brodinski, Moesha 13, Bobba Ash, Tobhi TM.

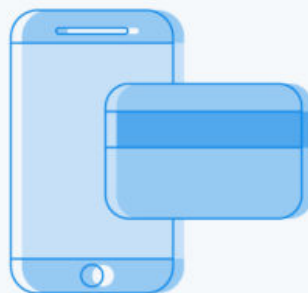
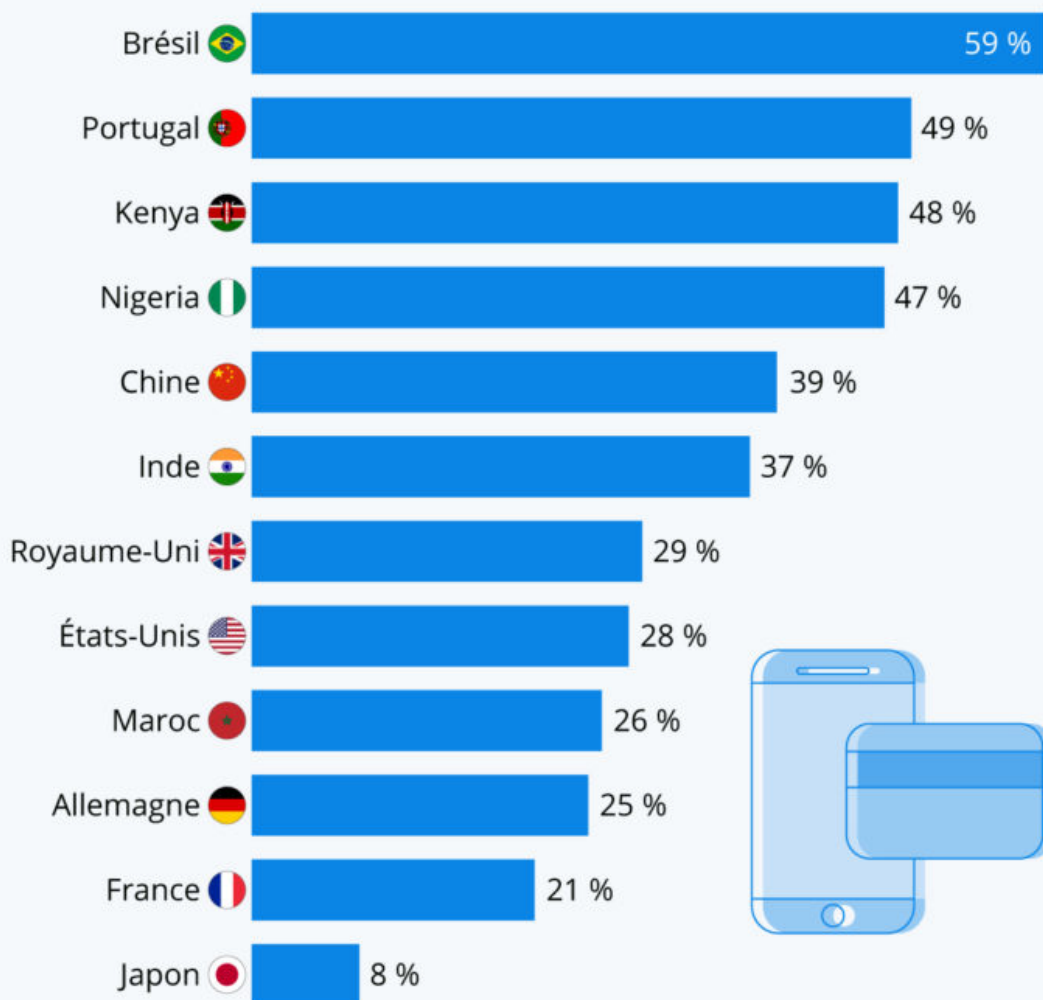
L.M.

Où le smartphone pourrait devenir la nouvelle banque

Écrit par le 22 novembre 2024

Où le smartphone pourrait devenir la nouvelle banque

Part des répondants se déclarant prêts à effectuer leurs transactions financières exclusivement via smartphone *



* Étude menée en ligne entre février 2020 et mars 2021 auprès de 2000 à 5000 répondants par pays (18 à 64 ans). Sélection de pays.

Source : Statista Global Consumer Survey



statista

Ecrit par le 22 novembre 2024

Le pourcentage d'adultes possédant un compte bancaire continue d'augmenter dans le monde. Il est passé de 62% en 2014 à 69% en 2017, alors qu'il était encore seulement de 51% en 2011, selon les dernières [données de la Banque Mondiale](#) (2017).

Toutefois, 1,7 milliard d'adultes - soit 4 sur 10 dans le monde - ne possédaient toujours pas de compte bancaire en 2017. En revanche, les deux tiers d'entre eux possèdent un téléphone mobile, solution pour ces populations qui n'ont accès à aucune source de financement - surtout dans les pays du Moyen-Orient et d'Afrique. Afin de combler ce retard, la Banque mondiale mise sur la poursuite de l'essor du smartphone et des modes de paiement par internet. La part des titulaires de comptes bancaires envoyant ou recevant des paiements numériquement est en effet passée de 67% en 2014 à 76% en 2017.

Comme le montrent les données du [Statista Global Consumer Survey](#) la part de répondants se déclarant prêts à effectuer leurs transactions financières uniquement via leur [smartphone](#) peut fortement varier selon les pays: au Japon, seuls 8 % des sondés y étaient favorables alors que presque deux tiers des Brésiliens s'y déclareraient prêts. Au Kenya ou encore au Nigéria, près de la moitié des répondants se verraient effectuer leurs finances uniquement via leur smartphone.

De Claire Jenik pour [Statista](#)

Achats : les marques préférées des ados de Paca

[Pixpay](#), la carte de paiement destinée aux 10-18 ans vient de publier son baromètre 2021 sur 'Les habitudes de consommation des adolescents'. Cette étude, réalisée auprès de 50 000 de ses utilisateurs du 1er janvier 2020 au 15 mars 2021, dresse notamment le palmarès des marques faisant le plus l'objet de transaction de la part des ados dans l'Hexagone.

Ainsi, en Provence-Alpes-Côte d'Azur c'est l'enseigne McDonald's qui arrive en tête avec 4,1% des transactions des 10-18 ans. Arrivent ensuite Apple (2,9%), Amazon (2,4%), Casino (2,4%) et Monoprix (2,4%). Ce top 10 régional est ensuite complété par Playstation* (1,9%), Google (1,7%), Intermarché (1,5%), Ali express (1,5%) et Playstation* (1,5%).

Cependant, il existe quelques disparités au sein même de la région. Ainsi, à Marseille, c'est Casino (2,8%) qui arrive en 2^e position devant Apple alors qu'à Nice les 2 premières places sont occupées respectivement par Monoprix (4,5%) et le réseau de transport Lignes d'Azur (3,4%). A Montpellier, Casino (5,1%), McDonald's (4,7%) et Monoprix (3,3%) constituent le trio de tête.

Au niveau national, le podium est constitué de McDonald's, Apple et Playstation. Suivis après d'Amazon,

Ecrit par le 22 novembre 2024

Ali express, Monoprix, Google, Vinted, Shein et Carrefour city.

Habitudes de consommation

Le système de paiement copiloté par les parents Pixpay constate que le montant moyen de transaction des ados en France se monte à 12,2€ pour des fréquences de dépense par mois de l'ordre de 4 utilisations. Par ailleurs, le montant mensuel versé sur les cartes s'élève à 56€.

Les dépenses des ados sont regroupées autour de quatre catégories phares : les supermarchés et l'alimentation (29%), les fastfoods (13%), les vêtements et accessoires (9%) et le 'gaming' (jeux vidéo ou en ligne - 6%).

Des ados qui utilisent principalement leur carte de paiement entre 13h et 15h et 17h et 19h ainsi que le mercredi et le vendredi pour les dépenses dans la restauration rapide et le samedi pour le 'gaming'. A noter que 7% des transactions sont déjà réalisées via les applications Apple pay (qui représente 91% de ces transactions) et Google pay (9%).

**Playstation apparaît deux fois dans ce classement, une fois au titre de son service de paiement en ligne et une autre au titre de Playstation store.*