

Ecrit par le 1 avril 2025

La région PACA confirme toute son attractivité



L'institut [Enterritoires](#) vient de publier les résultats d'une enquête sur l'image des régions. Cette étude montre qu'une large majorité de français a une bonne opinion des régions où ils y vivent. Mais 90 % des salariés sont prêt à migrer dans une autre région si une opportunité se présentait. Au palmarès des régions les plus attractives PACA arrive en première position devant la Bretagne, l'Occitanie et la Nouvelle Aquitaine.

Depuis la loi NOTRe de 2015, qui a acté un nouveau découpage des régions, aucune étude n'avait été publiée sur la perception de l'image des nouvelles régions françaises. Réalisée auprès d'un panel représentatif de français, cette enquête réalisée par l'Institut Enterritoires avec ODOXA et Deloitte, scrute l'image des régions à partir de plusieurs critères : la qualité de vie, l'environnement, la situation géographique, le logement, les transports, le dynamisme économique, l'emploi... Au-delà de l'image, qui

Ecrit par le 1 avril 2025

n'est en fait qu'une perception, il s'agit surtout de mesurer l'attractivité des régions et leurs capacités à attirer des habitants ou des entreprises.

90% des salariés seraient prêts à quitter leur région si une opportunité professionnelle se présentait

Cette étude montre d'abord que dans la majorité des cas, les français sont heureux de vivre dans leur région. Sur ce critère la région PACA arrive en tête avec 48 % des sondés qui se déclarent « tout à fait heureux d'y vivre ». Viens ensuite la Bretagne avec 47 % et la Nouvelle Aquitaine avec 41 %. Mais cependant 90% des salariés seraient prêts à quitter leur région si une opportunité professionnelle se présentait avec de meilleures conditions ou à conditions équivalentes par rapport à celles dont ils disposent actuellement (poste, salaire, avantages...). Sans grande surprise l'étude montre que les plus jeunes générations sont plus promptes à changer de région.

On peut avoir une bonne opinion d'une région sans forcément avoir envie de s'y installer

S'agissant de l'opinion que les français peuvent avoir des autres régions que celle où ils habitent, PACA occupe également la première place. Mais pour autant on peut avoir une bonne opinion d'une région sans forcément avoir envie de s'y installer. C'est toute la différence entre l'image et l'attractivité. Ainsi, PACA confirme toute son attractivité en arrivant en première place dans les intentions de vivre ailleurs si une opportunité professionnelle se présentait. En seconde position on trouve la Bretagne et ensuite l'Occitanie. Cette étude confirme les mouvements migratoires nationaux déjà constatés depuis plusieurs années vers les régions de bord de mer.

La qualité de vie et la situation géographique sont privilégiées

Cette étude révèle également que les français disent vouloir privilégier les zones rurales et les petites villes pour leurs lieux de résidence. Pour 78 % des français la qualité de vie est le critère qui arrive très largement en tête dans le choix de son lieu de vie. Viens ensuite pour 59 % la situation géographique. Quant aux aspects économiques ils n'arrivent qu'en fin de classement dans les motivations.

Mais rappelons-le cette enquête porte sur la perception et les intentions éventuelles, elle ne correspond pas forcément à la réalité des territoires, ou à celle des comportements des français. « Ce n'est pas la réalité des territoires » confirme Julien Gonzales, directeur des études de l'Institut Enterritoires. Néanmoins cela reste un indicateur important à un moment où les régions ont à faire face à des défis économiques majeurs et on sait tout le poids que la démographie peut y jouer.

Détail de l'étude : www.newtonoffices.com/fr/blog/observatoire-regions/

Écrit par le 1 avril 2025

Le Sud est-il une région d'entrepreneurs ?



[Axtom](#), le collectif d'entrepreneurs associés qui accompagne les entreprises et les collectivités dans leur développement immobilier et économique, et l'institut [IFOP](#), ont interrogé un panel de 2 700 Français sur le sujet de l'entrepreneuriat en Région Sud.

En 2024, 106 186 entreprises ont été créées dans la Région Sud (source BPI France). Une dynamique entrepreneuriale portée par les micro-entrepreneurs qui ont représenté 66% desancements d'activité cette année-là, soit 69 914 micro-entreprises.

Si créer son propre emploi est dans la région la principale motivation qui préside à la volonté d'entreprendre (96%), près des 2/3 des habitants (64%) se déclareraient prêts à tenter l'aventure si toutes les conditions de succès étaient réunies. Un peu moins nombreux que la moyenne nationale

Ecrit par le 1 avril 2025

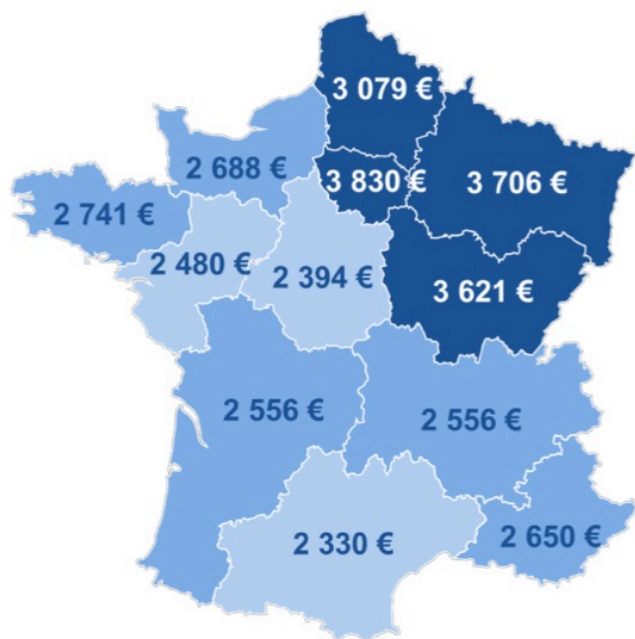
à percevoir la France comme un pays d'entrepreneurs (50% contre 53%), quel regard portent-ils sur le niveau de vie des entrepreneurs et quelle rémunération leur semblerait suffisamment attractive pour se lancer ?

Alors que l'émission « Qui veut être mon associé ? » remporte un vif succès, le collectif d'entrepreneurs Axtom et l'institut IFOP ont interrogé un panel de 2 700 Français représentatif de la population française de 18 ans et plus, pour répondre à ces questions et tordre le cou aux idées reçues.

Combien gagnent les entrepreneurs français selon les habitants du Sud ?

A contre-courant de certaines idées reçues associant entrepreneuriat et richesse, favorisées par les histoires de réussite spectaculaire et la représentation culturelle, les Français restent relativement raisonnables quant à leur estimation du revenu net mensuel des entrepreneurs qu'ils évaluent en moyenne à 2 990 € (avant impôt).

Une appréciation proche de la réalité si l'on en juge les résultats d'une enquête menée fin 2023 par la Confédération des petites et moyennes entreprises (CPME) révélant que plus de la moitié des dirigeants de TPE/PME (51%) percevraient une rémunération mensuelle moyenne inférieure à 2 600€, un dirigeant sur cinq (20%) déclarant gagner moins qu'un SMIC.



©Axtom / Ifop

Dans la Région Sud, les répondants semblent plus « modérés » que la moyenne nationale, évaluant le revenu mensuel des créateurs d'entreprises à 2 650€ net, loin derrière l'Île-de-France (3 830€), le Grand Est (3 706€) et la Bourgogne Franche Comté (3 621€).

Ecrit par le 1 avril 2025

Les habitants de la région prêts à entreprendre pour un revenu de 3 459€ par mois

Pour 68% des répondants de la région, la principale motivation des entrepreneurs est de gagner de l'argent pour s'assurer un niveau de vie confortable.

A leur échelle, alors que le salaire moyen dans la région est de 2 472€ nets par mois (dans le privé), le seuil de revenu mensuel à partir duquel il leur semblerait intéressant de lancer leur propre activité s'élève en moyenne à 3 459€, soit 809€ de plus que leur estimation du revenu des chefs d'entreprises en France.

Des estimations qui les placent au 4ème rang des régions les plus « gourmandes », quand la moyenne nationale est légèrement inférieure avec 3 366€.

[Jérémie Benmoussa](#), directeur général et associé d'Axtom, commente : « La création d'une entreprise offre l'opportunité de faire une différence, d'innover et d'apporter des solutions à des problèmes spécifiques. Cette capacité à avoir un impact tangible sur le marché et la société, à travers des services améliorés ou la création d'emplois par exemple, est souvent une motivation plus profonde que l'enrichissement financier. En témoigne la réalité du revenu moyen des entrepreneurs en France. Bien que la perspective de mieux gagner leur vie puisse également jouer un rôle, il est clair que pour beaucoup d'entrepreneurs, la liberté et l'autonomie que procurent la création et la gestion de leur propre entreprise sont des moteurs puissants. Prendre ses propres décisions sans avoir à se conformer aux directives d'un supérieur hiérarchique et suivre ses convictions sont des avantages perçus comme majeurs, et cela sans compter le gain de flexibilité avec la possibilité d'organiser sa journée selon ses besoins et priorités, ce qui est difficilement réalisable dans un cadre salarié traditionnel. »

« N'importe qui peut entreprendre » : une perception partagée par 53% des habitants.

Bernard Tapie, Xavier Niel, Bernard Arnault puis Michel-Edouard Leclerc en France ou encore Elon Musk, Steve Jobs, Jeff Bezos et Bill Gates à l'international, sont les personnes connues qui, spontanément, symbolisent le mieux l'entrepreneuriat aux yeux des Français.

En parallèle, loin de l'image médiatique de ces « grands patrons » milliardaires, une majorité de la population française privilégie une représentation de proximité, citant prioritairement un membre de leur famille ou un artisan de leur quartier (plombier, boulanger, etc.). En écho de ce sentiment d'entrepreneuriat accessible à tous, 53% des habitants de la Région Sud estiment que de nos jours, n'importe qui peut entreprendre. 45% considèrent même qu'il suffirait d'une bonne idée pour se lancer (proche du niveau national de 46%).

Attention à l'image peu réaliste de l'entrepreneuriat véhiculée par les réseaux sociaux

Écrit par le 1 avril 2025

Une perception d'apparente simplicité qui alerte Jérémie Benmoussa, alors que les défaillances d'entreprises se multiplient en France : « Les récits simplifiés autour d'entrepreneurs à succès négligent souvent les difficultés, les efforts et les ressources nécessaires pour transformer une idée en entreprise viable. Les figures emblématiques comme Steve Jobs, Elon Musk ou Mark Zuckerberg sont souvent présentées comme des génies qui ont réussi principalement grâce à leur créativité, créant une vision erronée de l'entrepreneuriat. Les réseaux sociaux accentuent cette tendance en faisant la promotion de « méthodes » permettant de créer un business et de devenir riche grâce au digital. Avec l'accès accru aux technologies et aux ressources en ligne, les jeunes peuvent croire que lancer une entreprise est plus facile qu'il ne l'est réellement. Par ailleurs, la culture de la start-up, souvent médiatisée, donne l'impression qu'une bonne idée et une levée de fonds suffisent pour réussir, alors que les étapes de développement, de gestion et de croissance sont cruciales. Les initiatives de sensibilisation à l'entrepreneuriat se concentrent parfois trop sur l'idée innovante et pas assez sur les compétences nécessaires pour la concrétiser. »

Enquête réalisée par l'IFOP pour Axtom

Aroma-Zone est l'enseigne préférée des Français en termes de rapport qualité-prix

Ecrit par le 1 avril 2025



Pour son 14ème classement annuel des enseignes préférées des consommateurs, le cabinet de conseil britannique [OC&C Strategy Consultants](https://www.ocandc.com) a interrogé plus de 48 000 consommateurs dans le monde concernant leurs préférences en 2024. En France, [Aroma-Zone](https://www.aroma-zone.com), marque française pionnière en aromathérapie et experte naturelle en soins et beauté, qui possède deux sites en Vaucluse, se hisse sur le podium.

C'est la première fois qu'elle apparaît dans le top 10 des enseignes préférées des Français selon OC&C Strategy Consultants. Fondée en 1999, l'entreprise Aroma-Zone, qui possède un site à Cabrières d'Avignon et un à Châteauneuf-de-Gadagne, est la 2e enseigne préférée des Français derrière Décathlon et devant Amazon.

Ecrit par le 1 avril 2025

The 2024 Champions

Top 10 Rated Retailers¹,
France, 2015-24

	2015	2016	2017	2018	2019	2021	2022	2023	2024
1.	amazon	amazon	DECATHLON	FRANCO FRUITS	DECATHLON	picard	DECATHLON	DECATHLON	DECATHLON
2.	Krys	Apple	Cultura	DECATHLON	picard	DECATHLON	fnac	picard	AROMA-ZONE
3.	picard	FRANCO FRUITS	picard	Cultura	FRANCO FRUITS	LEROY MERLIN	picard	FRANCO FRUITS	amazon
4.	DECATHLON	picard	fnac	picard	LEROY MERLIN	fnac	Cultura	LEROY MERLIN	picard
5.	YVES ROCHE	Cultura	amazon	fnac	fnac	E.Leclerc	IKEA	E.Leclerc	fnac
6.	Apple	DECATHLON	SEPHORA	biocoop	biocoop	Cultura	FRANCO FRUITS	Cultura	Cultura
7.	Veepee	SEPHORA	FRANCO FRUITS	YVES ROCHE	YVES ROCHE	FRANCO FRUITS	E.Leclerc	fnac	LEROY MERLIN
8.	FRANCO FRUITS	TRUFFAUT	YVES ROCHE	E.Leclerc	Cultura	YVES ROCHE	LEROY MERLIN	YVES ROCHE	SEPHORA
9.	Cultura	KIKO	LEROY MERLIN	SEPHORA	amazon	Géloris Lafayette	SEPHORA	IKEA	FRANCO FRUITS
10.	NOCIBÉ	MAISONS DU MONDE	IKEA	IKEA	Géloris Lafayette	boulangier	biocoop	Géloris Lafayette	E.Leclerc

1. Considering everything you know about the following brands / retailers, what is your overall opinion of each?
Source: OC&C Retail Proposition Index 2024, OC&C analysis

Évolution du Top 10 des enseignes préférées des Français de 2015 à 2024. ©OC&C Strategy Consultants

L'entreprise française pionnière en aromathérapie et experte naturelle en soins et beauté se hisse même à la première place de quatre classements : les enseignes avec le meilleur rapport qualité-prix, les enseignes qui s'adaptent le mieux aux besoins du consommateur, les enseignes avec la meilleure qualité de produits, et les enseignes les plus fiables. Fondée en 1999, la société a rapidement conquis le cœur des consommateurs et s'est développée, elle a notamment fait partie du programme Sud Accélérateur de [risingSUD](#), l'agence de développement économique de la Région Sud, qui accompagne les PME à forte croissance vers un changement d'échelle.

L'enquête du cabinet de conseil britannique révèle que les consommateurs accordent de plus en plus d'importance à la qualité des produits, le prix de ces derniers n'est plus l'une de leurs seules préoccupations. En France, seulement 24% des sondés disent faire très attention aux prix des produits qu'ils comptent acheter.

Pour découvrir le rapport entier d'OC&C Strategy Consultants, [cliquez ici](#).

D'autres enseignes vauclusiennes ont déjà conquis les Français

Ecrit par le 1 avril 2025

Aroma-Zone n'est pas la seule enseigne présente en Vaucluse à apparaître parmi les préférences des Français. En 2023, une enquête de l'entreprise de sondages politiques et d'études marketing française [OpinionWay](#) a révélé que la marque [L'Arbre Vert](#), produite par la société vauclusienne Novamex, dont le siège social se trouve aux Taillades, occupait la première place des marques dans la catégorie 'Engagement'.

En 2024, une nouvelle enquête d'OpinionWay a classé une autre enseigne présente en Vaucluse parmi les préférées des Français. Il s'agit de [Liebig](#), dont l'une des usines est implantée au Pontet depuis 1962, qui a été désignée marque préférée des Français dans la catégorie 'marques de soupes'.

Cotisations 2025 : une hausse qui suit les dépenses de santé assumées par les mutuelles

Ecrit par le 1 avril 2025



Dans un contexte de hausse des dépenses de santé qui s'accélère pour les mutuelles, la [Mutualité Française](#) publie son enquête annuelle sur les cotisations des mutuelles santé qui porte sur 41 mutuelles représentant 18,9 millions de personnes. Les contrats individuels, souscrits par 64% des mutualistes, principalement des personnes âgées, des jeunes et des professionnels indépendants, verront leurs cotisations augmenter en moyenne de 5,3%.

Les contrats individuels augmenteront en moyenne de 5,3%. Les cotisations des contrats collectifs obligatoires augmenteront de 7,3% en moyenne, les contrats collectifs facultatifs de 6,8%.

L'augmentation des cotisations des mutuelles en 2025 est inévitable en raison de plusieurs facteurs.

Les dépenses de santé en France augmentent structurellement : alors qu'en 2022 les dépenses de santé avaient augmenté de 4%, la croissance se poursuit en 2023 avec une augmentation 5,2 %. Vieillesse

Ecrit par le 1 avril 2025

de la population, accès à de nouveaux traitements et technologies médicales, et meilleure reconnaissance des métiers de santé expliquent ces évolutions tendanciennes à la hausse.

Les prestations versées par les mutuelles augmentent : les remboursements sur les secteurs dentaire, optique, audiologie concernés par le 100% santé continuent de progresser, les effets des revalorisations des rémunérations des professionnels de santé, et de nouvelles prestations comme l'engagement dans la prévention bucco-dentaire ou le financement de nouveaux traitements contre la bronchiolite par exemple, conduisent à augmenter les dépenses. Ces deux effets représentent plus de 2Md€ pour 2025 pour les complémentaires.

Les dépenses remboursées par les complémentaires augmentent encore plus fortement que l'ensemble des dépenses de santé avec une nette accélération ces dernières années : +6,4% en 2023, après +4,3% en 2022. Enfin, pour « freiner » les dépenses de l'Assurance maladie, les pouvoirs publics transfèrent des prises en charge vers les organismes complémentaires, sans concertation avec les acteurs du système de santé et sans transfert des leviers de gestion du risque.

[Eric Chenut](#), président de la Mutualité Française : « Nous comprenons que les personnes s'interrogent sur cette augmentation mais celle-ci se fait au niveau strictement nécessaire pour pérenniser la protection de tous. Les dépenses de santé augmentent deux à trois fois plus vite que la richesse nationale. Avec le vieillissement de notre population et les avancées scientifiques, et sans refonte structurelle, ces dépenses continueront d'augmenter jusqu'à ce que nous ne puissions plus y faire face. »

Un autre système de santé est possible

L'instabilité politique actuelle, l'absence d'un PLFSS voté pour 2025 et « l'effet brouillard » de ce contexte obèrent la capacité des entreprises à piloter leur activité économique. Alors qu'une augmentation des tickets modérateurs sur les médicaments et les consultations des médecins et des sage-femmes était envisagée en 2025 il y a encore quelques jours, avec un impact financier de 1,1 milliard d'euros pour les organismes complémentaires, la censure du Gouvernement Barnier est susceptible de rebattre les cartes.

Les mutuelles subissent ce contexte et y font face avec responsabilité. En 2025, les cotisations augmenteront de 6% en moyenne sur l'ensemble des contrats mutualistes. Protéger nos adhérents est notre engagement et notre priorité. Nous devons prévoir au plus juste pour assurer leurs risques de santé.

Le résultat de l'assurance complémentaire santé est déficitaire en 2023 (-0,4%).

« Depuis plusieurs années maintenant, nous sommes tributaires d'une approche unilatérale et comptable des pouvoirs publics, qui font trop souvent des mutuelles une variable d'ajustement. La réduction du déficit de l'Assurance Maladie ne sera pas réglée par les mécanismes de transferts qui ne répondent en rien aux leviers de financement et d'efficacité dont nous avons besoin, désormais urgemment. La responsabilité doit l'emporter, au service des assurés sociaux : travaillons tous ensemble, citoyens, Etat, professionnels et mutuelles pour préserver un système de financement accessible, solidaire et

Écrit par le 1 avril 2025

équitable », explique Eric Chenut.

Il devient urgent de penser le budget de la protection sociale en France de façon globale et à long terme. Pour y parvenir, l'approche pluriannuelle est la clé, pour agir concrètement au bénéfice des assurés sociaux. Elle permet de donner de la visibilité et de la capacité d'anticipation à tous. Nous proposons d'agir très rapidement sur 3 leviers :

- Repenser la répartition des financements pour un système de santé résilient : un rééquilibrage des prises en charge pour retrouver de la mutualisation entre les adhérents à tous les âges de la vie serait un levier puissant de modération des hausses de cotisations et donc de soutenabilité de la couverture complémentaire.
- Gérer de manière plus rigoureuse les ressources de santé : des milliards de dépenses pourraient être évitées en agissant sur l'efficacité et les déterminants de la dépense de santé : harmonisation des prescriptions, lutte contre la sur-prescription et la redondance d'actes et examens, lutte contre la fraude sociale sur certaines dépenses d'assurance maladie et lutte contre la financiarisation du système de santé.
- Investir dans une vraie politique de prévention : il faut passer aux actes et investir massivement dans une politique de prévention. C'est un impératif pour casser la courbe des maladies chroniques et s'adapter aux transitions démographiques et écologiques. La Mutualité Française appelle à cette réforme de fond qui nécessite l'engagement de tous les acteurs, et invite à repenser les cadres d'actions au niveau national et territorial.

63% des Provençaux ont effectué leurs achats de Noël à la dernière minute sur les 3 dernières années

Ecrit par le 1 avril 2025



Selon l'étude 'Fêtes de fin d'année & pouvoir d'achat' menée par [Ankorstore](#), la plateforme professionnelle qui connecte plus de 300 000 commerçants à 30 000 marques en Europe, en partenariat avec l'institut [YouGov](#), 64% des Français admettent avoir attendu au moins une fois la dernière minute pour acheter leurs cadeaux de Noël au cours des trois dernières années. Une tendance similaire apparaît en région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Que ce soit par manque d'inspiration, procrastination, par oubli ou pour profiter des meilleures offres, les achats de dernière minute sont devenus une habitude bien ancrée chez les Français pendant la période des fêtes. Ainsi, 64% d'entre eux admettent avoir attendu au moins une fois la dernière minute pour acheter leurs cadeaux de Noël au cours des trois dernières années. Cette tendance profite aussi bien aux commerces de proximité qu'aux grandes surfaces, confirmant l'importance de cette période pour le commerce toujours d'après l'étude 'Fêtes de fin d'année & pouvoir d'achat' menée par Ankorstore, la plateforme professionnelle qui connecte plus de 300 000 commerçants à 30 000 marques en Europe, en partenariat avec l'institut YouGov. Focus ci-après sur la version Provence-Alpes-Côte d'Azur de cette étude.

Ecrit par le 1 avril 2025

Plus de deux tiers des Provençaux procrastinent

63%. Tel est le pourcentage de Provençaux qui ont déjà effectué des achats de Noël à la dernière minute au cours des trois dernières années (vs 64% à l'échelle nationale). Parmi eux, 28% sont des habitués des courses de dernière minute, ayant attendu le dernier moment pour réaliser au moins un achat de Noël lors de chacune des trois dernières années. Cette tendance s'inscrit dans un contexte où près d'un habitant de la région sur deux (44%) considère Noël comme une source de stress financier. En revanche, 30 % des Provençaux déclarent ne jamais avoir fait leurs achats de Noël à la dernière minute au cours des trois dernières années, adoptant ainsi une approche plus anticipée.

Cette tendance se reflète chez leurs voisins les Occitans qui sont aussi 63% à avoir déjà effectué des achats de Noël à la dernière minute au cours des trois dernières années. Cependant, ils ne sont que 7% à n'avoir jamais fait leurs achats à la dernière minute au cours des trois dernières années.

Certains anticipent, d'autres moins

Côté organisation, chacun fait à sa manière. Cela vaut en fonction des régions, où les habitants des Pays-de-la-Loire, de l'Auvergne-Rhône-Alpes (61%), le Grand-Est (60%) et surtout le Centre-Val-de-Loire (56%), sont moins enclins aux achats de dernière minute que la moyenne nationale. Tandis qu'en Bretagne (65%), Bourgogne-Franche-Comté (66%), en Normandie (68%) et Île-de-France (70%), les habitants sont adeptes des emplettes en "last-minute". Les Provençaux sont plutôt à l'image du reste du pays avec 63% contre 64% à l'échelle hexagonale.

À l'échelle nationale, on observe également des différences entre les habitudes des générations. Si les millenials (18-34 ans) sont 74% à avoir déjà fait des achats à la dernière minute, ils ne sont que 56% chez les plus de 55 ans. Les femmes semblent également plus organisées que les hommes, car elles sont 60% à avoir déjà fait des achats au dernier moment contre 68% pour leurs homologues masculins.

Mais pourquoi s'y prend-on à la dernière minute en PACA ?

Les raisons qui motivent ou expliquent ces achats de dernière minute sont multiples. La difficulté à trouver de bonnes idées de cadeaux (46%), l'attente de promotions (32%) pour respecter un budget parfois serré (543€ cette année en PACA) et le manque de temps (31%) sont les principales raisons avancées par les Provençaux devant les oublis qui représentent tout de même 18%. Enfin, les achats de dernière minute constituent un mode de consommation délibérément choisi pour 16% des Provençaux.

Un temps fort pour une part importante des commerces indépendants

Autre enseignement de l'étude menée par Ankorstore, ces achats de tout dernier moment profitent aux galeries marchandes, aux acteurs de l'e-commerce, mais également aux commerces indépendants. En effet, si les centres commerciaux (90%), les grandes enseignes (83%) et les sites de vente en ligne avec livraison rapide garantie (63%) sont largement plébiscités, les indépendants parviennent à tirer leur épingle du jeu : 64% des consommateurs retardataires ou moins pressés se tournent vers des commerces de proximité pour leurs achats.

Ecrit par le 1 avril 2025

Les achats de dernière minute représentent ainsi un réel temps fort pour les indépendants puisque 32% des commerçants estiment la part des achats-cadeaux de dernier moment à plus de 25% de leurs ventes de fin d'année. Un volume non négligeable quand on sait que la période des fêtes de fin d'année représente jusqu'à 75% du chiffre d'affaires pour plus de 4/5 des commerçants.

67% des Français envisagent de donner de l'argent à leurs proches pour Noël



L'organisme spécialisé en statistiques [Flashes](#) a réalisé une étude pour le site [Galeon](#). 2 000 personnes âgées de 18 ans et plus ont été sondées concernant leur préférence en termes de cadeau. Beaucoup espèrent trouver une enveloppe plutôt qu'un paquet-cadeau sous le sapin

Ecrit par le 1 avril 2025

dans quelques jours.

Le rush vers les cadeaux de Noël est bien entamé et, avec lui, l'éternel casse-tête auquel des millions de Français sont confrontés chaque année : trouver le présent idéal, celui qui fera plaisir sans faire doublon, celui qui évitera la faute de goût, celui qui ne se retrouvera pas sur EBay ou Le Bon Coin le soir même.

Et si offrir de l'argent était la solution à ces contingences de temps et de choix ? Les résultats de l'étude menée par l'organisme spécialisé en statistiques Flashs pour le site Galeon auprès de quelque 2 000 personnes sont de nature à rassurer celles et ceux qui hésitent encore : non seulement une très large majorité approuve la démarche, jugée aussi utile que pratique, mais une part non négligeable espère trouver une enveloppe plutôt qu'un paquet-cadeau sous le sapin dans quelques jours.

Il est même possible de conjuguer don d'argent et originalité en convertissant son cadeau en cryptomonnaie, une perspective qui séduit plus de la moitié des membres de la Génération Z !

Plus d'1 Français sur 5 espère recevoir de l'argent à Noël

Si les cadeaux traditionnels emballés sous le sapin ont toujours la préférence des Français - 51% attendent ce type de présent cette année -, recevoir de l'argent est espéré par quelque 22% des personnes interrogées.

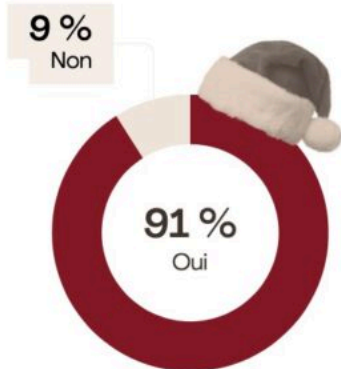
C'est notamment le cas des plus jeunes (44% des 18-24 ans), des plus modestes (34% de celles et ceux percevant moins de 1 300€ nets/mois) et des femmes (26% contre 18% des hommes).

Ecrit par le 1 avril 2025

Les plus jeunes préfèrent recevoir de l'argent

► De manière générale, fêtez-vous Noël ?

Base : À toutes et tous (Effectif : 2000)



► Quel type de cadeau préférez-vous recevoir pour Noël en général ?

Base : À toutes et tous (Effectif : 2000)



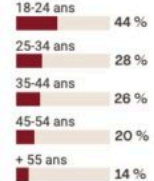
LES FEMMES

sont plus nombreuses que les hommes à préférer recevoir de l'argent pour Noël.



PLUS ON EST JEUNE,

plus on préfère recevoir de l'argent pour Noël.



Ω GALEON

FLASHS

©Flashs / Galeon

Les 2/3 envisagent de donner de l'argent à leurs proches cette année

66% des Français pensent offrir de l'argent à leur cercle intime, dont 33% en sont certains.

C'est particulièrement vrai pour les plus de 55 ans, qui sont 75% à en avoir l'intention, et des répondants dont le revenu dépasse 2 500€ nets/mois (72%).

En revanche, à peine plus de la moitié (57%) des plus modestes sont dans ce cas.

9 Français sur 10 ont déjà offert ou reçu de l'argent à Noël

Donner ou recevoir de l'argent à l'occasion des fêtes de fin d'année est une pratique courante et bien ancrée. Pour preuve, 90% des répondants ont déjà vécu l'une et/ou l'autre de ces situations.

D'ailleurs, les Français y sont très majoritairement favorables : près de 7 sur 10 (68%) estiment que cela permet à son destinataire de s'offrir ce qu'il souhaite et 16% y voient le moyen d'éviter le sempiternel casse-tête du cadeau idéal à dénicher.

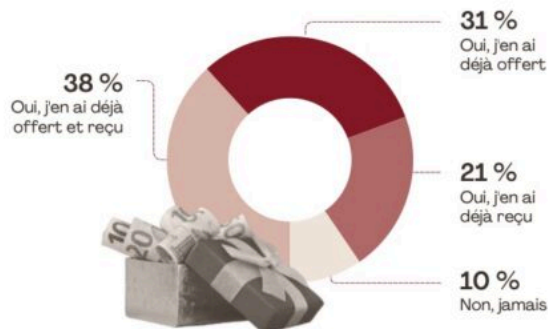
Toutefois, une petite partie des personnes interrogées n'adhèrent pas à ce principe, soit parce qu'elles jugent qu'offrir de l'argent est trop impersonnel (12%), soit parce qu'elles sont gênées que la valeur de

Écrit par le 1 avril 2025

leur cadeau soit totalement transparente (4%).

Un cadeau jugé utile et pratique

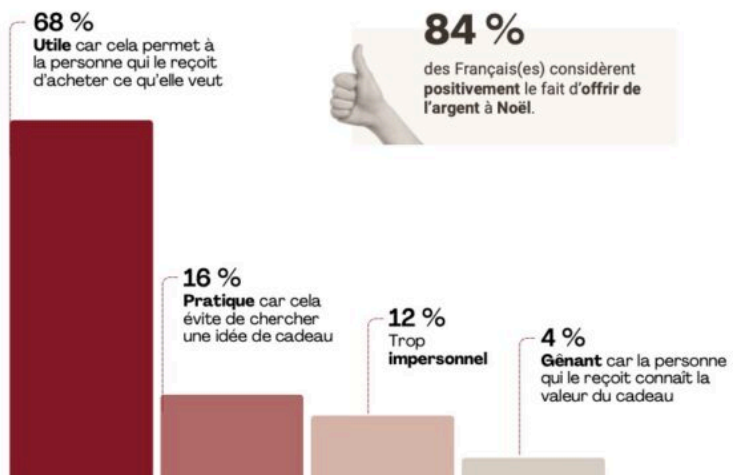
► Avez-vous déjà offert ou reçu de l'argent (espèces, chèque ou virement) en cadeau à Noël ?
Base : À toutes et tous (Effectif : 2000)



9 PERSONNES SUR 10
déclarent avoir déjà **offert** ou **reçu** de l'argent pour Noël.



► Selon vous, offrir de l'argent à Noël, c'est :
Base : À toutes et tous (Effectif : 2000)



84 %
des Français(es) considèrent **positivement** le fait d'**offrir de l'argent à Noël**.

Ω GALEON

FLASHS |

©Flashes / Galeon

La génération Z attirée par les cryptomonnaies

Si elles restent encore confidentielles dans leur fonctionnement, les cryptomonnaies - Bitcoin, Ethereum et autres Solana -, font doucement leur chemin vers le sapin. Ainsi, 22% des Français n'excluent pas l'idée d'offrir des cryptoactifs à leurs proches à Noël, tandis que 41% seraient curieux ou enthousiastes d'en recevoir, notamment les 18-24 ans (57%).

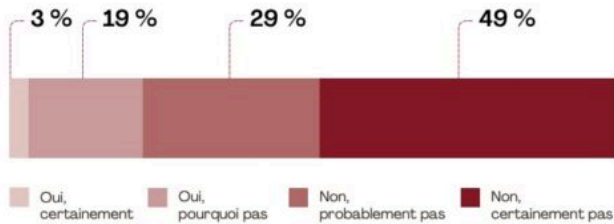
Quant à savoir si les monnaies numériques représentent un cadeau d'avenir, les Français qui pensent qu'elles resteront réservées aux initiées (44%) sont deux fois plus nombreux que ceux qui, au contraire, estiment qu'elles vont se démocratiser dans les prochaines années (22%). La voie s'ouvre, certes, mais la route est encore longue.

Ecrit par le 1 avril 2025

Crypto à Noël : les Français encore timides

► Seriez-vous prêt(e) à offrir de la cryptomonnaie en cadeau à Noël ?

Base : À toutes et tous (Effectif : 2000)



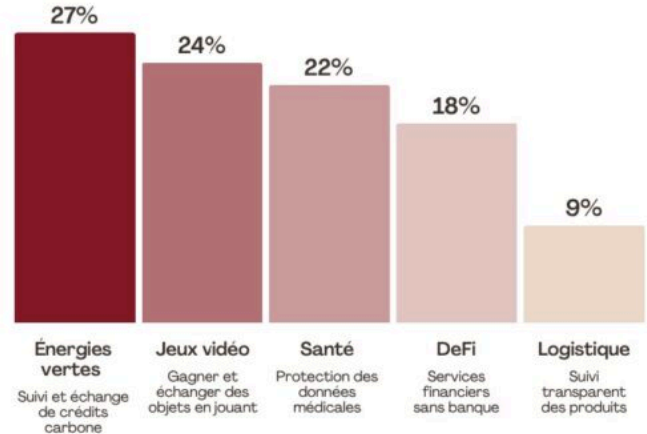
1 FRANÇAIS(ES) SUR 5

serait prêt(e) à offrir de la cryptomonnaie pour Noël.



► Si vous deviez offrir des cryptomonnaies pour Noël, dans quel domaine principalement souhaiteriez-vous les investir ?

Base : À toutes et tous (Effectif : 2000)



GALEON

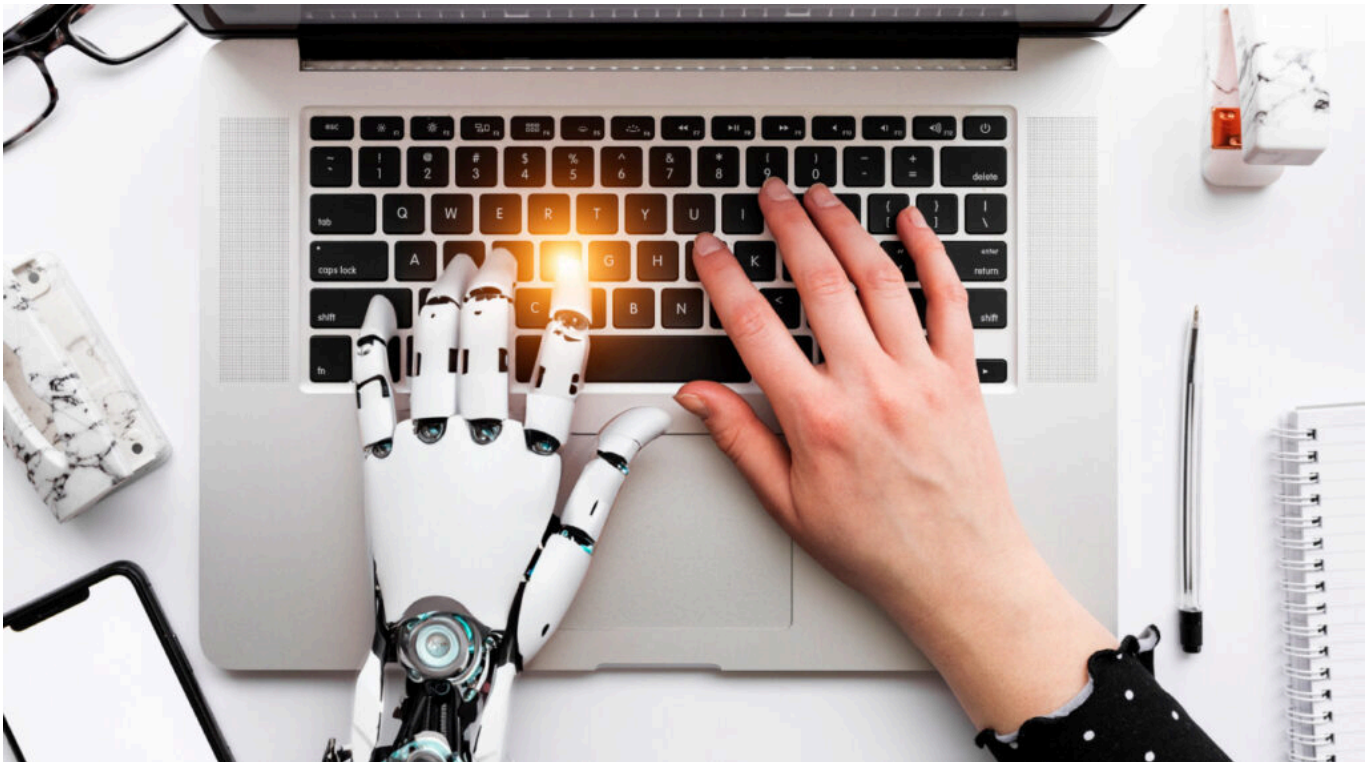
FLASHS

©Flashes / Galeon

[Étude réalisée par Flashes pour Galeon](#)

Près d'un travailleur sur cinq ressent une insécurité professionnelle due à l'IA

Ecrit par le 1 avril 2025



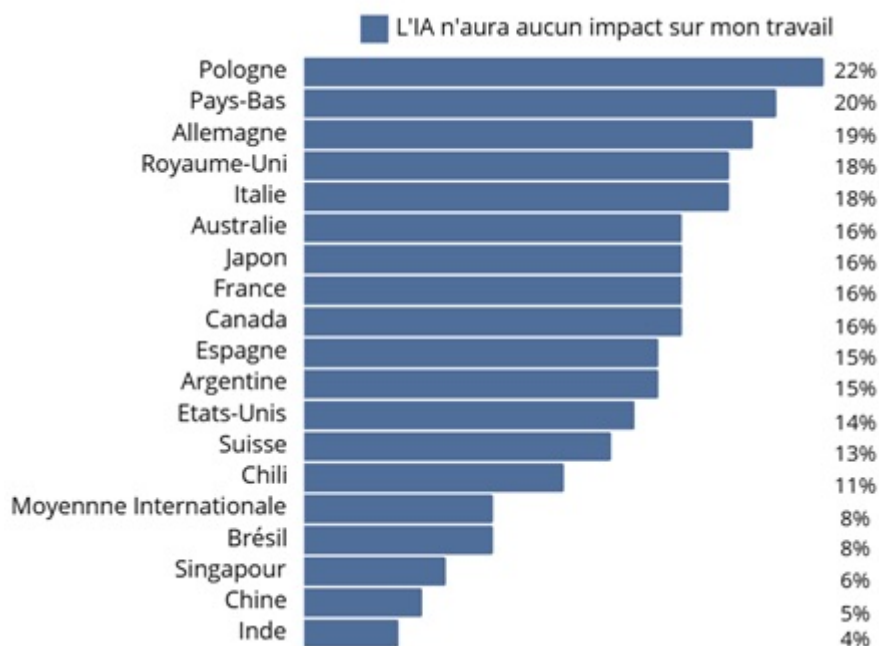
Alors que le monde continue de s'adapter aux avancées technologiques, l'intégration de l'intelligence artificielle (IA), et notamment de l'IA générative, dans divers secteurs suscite à la fois enthousiasme et inquiétudes au sein des actifs dans le monde. L'enquête ['People at Work 2024 : l'étude Workforce View'](#), menée par [ADP Research](#), met en lumière les perceptions contrastées des salariés quant à l'impact de l'IA sur leur travail.

Un quart des salariés (25%) estiment que l'IA les aidera dans certaines tâches, et 19% qu'elle leur fera gagner du temps au quotidien. Au total, 43% des travailleurs considèrent que l'introduction de l'IA leur sera bénéfique dans l'exercice de leurs fonctions, notamment avec un gain de temps pour certaines tâches. Parallèlement, ils sont presque autant (42%) à penser que l'IA remplacera tout ou partie de leurs fonctions actuelles.

Si l'émergence de l'IA générative peut susciter des inquiétudes, elle a également modifié la perception de certains collaborateurs quant à son impact sur la sécurité de leur emploi. Ceux qui pensent que l'IA finira par faciliter leur travail, en leur faisant gagner du temps chaque jour, sont les moins inquiets pour leur emploi (17%). À l'inverse, les travailleurs qui manquent de connaissances suffisantes sur l'IA pour se forger une opinion se montrent plutôt préoccupés (18%).

En Europe, 18% des salariés affirment que l'IA n'aura pas d'impact sur leur travail dans les deux ou trois prochaines années, un chiffre qui dépasse plus du double la moyenne mondiale (8%).

Ecrit par le 1 avril 2025



©ADP Research

Face à l'IA, des salariés plutôt confiants en leurs compétences

Parmi les travailleurs qui s'attendent à bénéficier régulièrement du soutien de l'IA, 70% sont convaincus de disposer des compétences nécessaires pour progresser dans leur carrière au cours des trois prochaines années. Pour ceux qui pensent que l'IA les aidera de manière occasionnelle, 65% jugent posséder les compétences requises.

Même parmi les salariés qui anticipent que l'IA remplacera certaines de leurs fonctions, une majorité (58%) se dit confiante dans ses compétences. Ce sont ceux qui craignent le plus l'IA qui expriment le moins de confiance en leurs compétences : seulement 45% d'entre eux considèrent avoir les compétences nécessaires pour s'adapter.

Enfin, moins de la moitié des travailleurs (47%) estiment que leur employeur investit suffisamment dans les compétences dont ils auront besoin pour progresser. De plus, près de la moitié (49%) affirment que les compétences de demain nécessiteront des connaissances technologiques qui ne sont pas encore utiles dans leur travail actuel. Ces constats montrent que, malgré une certaine confiance dans leurs compétences actuelles, de nombreux salariés perçoivent un manque d'investissement de la part de leurs employeurs dans le développement de leur carrière, surtout face aux évolutions technologiques.

« Ces résultats mettent en lumière la relation complexe entre l'IA et le monde du travail, déclare [Carlos Fontelas de Carvalho](#), président d'ADP en France et en Europe centrale. Si l'IA promet d'optimiser la productivité et de stimuler l'innovation, il est toutefois essentiel pour les organisations de répondre aux préoccupations des salariés et d'assurer une transition harmonieuse vers son intégration dans le cadre professionnel. »

Ecrit par le 1 avril 2025

Il poursuit : « De plus, chez ADP, nous travaillons sur l'IA seulement pour les besoins de nos clients. Toutes ces technologies vont donner des capacités augmentées aux équipes pour gagner du temps, simplifier leur quotidien et les libérer des tâches chronophages, mais absolument pas pour les remplacer. L'IA permet d'automatiser des tâches, mais pas d'automatiser des emplois. Ainsi, respecter l'équilibre entre l'humain et la technologie sera primordiale, notamment dans le secteur RH : une heure gagnée grâce à l'IA correspond à une heure de plus passée à s'occuper du développement et de l'engagement des collaborateurs. »

Les avancées révolutionnaires en matière d'intelligence artificielle ont le potentiel de transformer profondément le travail. Cependant, pour de nombreux travailleurs, ce potentiel n'est pas immédiatement perceptible à ce jour et les promesses de l'IA restent éloignées de leur réalité quotidienne.

Groupe RN : la Région Sud déclenche une enquête interne

Ecrit par le 1 avril 2025



« Le 21 novembre 2024, le site d'information [Marsactu](#) a publié une vidéo dans laquelle nous pouvons constater que les locaux du Conseil régional, mis à disposition du groupe Rassemblement National, sont utilisés pour la préparation d'envoi de courriers dont l'objet relève des fonctions de député de Franck Allisio (ndlr : 12e circonscription des Bouches-du-Rhône) », explique le Conseil régional de Provence-Alpes-Côte d'Azur dans un communiqué.

« Ces faits posent la question de légalité de l'utilisation de ces moyens. Il y a plusieurs années, certains collaborateurs du groupe RN à la Région s'étaient déjà rendus coupables de pratiques illégales. Renaud Muselier, Président de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, Président délégué de Régions de France, a donc décidé de déclencher une enquête interne confiée à l'inspection générale des services pour s'assurer de la bonne utilisation des moyens mis à disposition du groupe Rassemblement National. »

» À titre conservatoire, tous les moyens dédiés à l'envoi de courrier par les groupes politiques de la Région sont suspendus. En fonction des résultats de l'enquête interne, la Région Sud informera les autorités judiciaires compétentes », conclut le Conseil régional.

[Le député RN Franck Allisio a omis de déclarer l'emploi de ses collaborateurs parlementaires](#)

L.G.

Carrières en sciences : l'orientation est-elle toujours genrée en 2024 ?



L'association [Elles Bougent](#), en partenariat avec l'institut [OpinionWay](#), vient de dévoiler les résultats d'une enquête nationale réalisée auprès de 6 125 femmes, dont 4 202 ingénieures et techniciennes actives et 1 923 étudiantes en voie de le devenir. L'objectif : comprendre les facteurs d'orientation qui influencent les choix de formations et de carrières des femmes dans les domaines scientifiques et techniques et identifier les actions pour les encourager à s'orienter davantage dans ces filières. Elle met également en lumière des stéréotypes de genre

Ecrit par le 1 avril 2025

qui persistent encore dans les métiers scientifiques et techniques.

Les stéréotypes de genre : un frein persistant aux carrières scientifiques et techniques

En France, les femmes restent sous-représentées parmi les ingénieurs : seulement un quart des ingénieures en activité sont des femmes. Le constat est similaire chez les étudiants scientifiques, où un futur ingénieur sur trois est une femme.

L'association Elles Bougent a fait appel à l'institut de sondage OpinionWay pour mener une enquête nationale et comprendre l'influence des stéréotypes sur l'orientation des femmes vers les métiers scientifiques.

Cette consultation révèle que les stéréotypes de genre et la sous-représentation des filles continue de freiner l'orientation des filles et des femmes vers les métiers scientifiques. Malgré un intérêt marqué pour les mathématiques et les sciences pour 88% des femmes actives et des étudiantes, 30% des répondantes ne se sentaient pas aussi capables que leurs homologues masculins de s'affirmer dans ces matières.

Les stéréotypes de genre, expérimentés par 82 % des femmes interrogées, sont des obstacles puissants : 44% ont entendu qu'elles étaient moins compétentes que les garçons en mathématiques. Autant d'idées reçues qui impactent les esprits des plus jeunes et freinent celles qui osent moins s'affirmer.

Selon les résultats de baromètre ces stéréotypes engendrent une auto-censure qui détourne les filles de certains secteurs professionnels, dont ceux de l'industrie, perçus comme peu accessibles par 65% des femmes actives.

« Le syndrome de l'imposteur » : un défi pour plus de la moitié des étudiantes

En plus des obstacles liés à l'orientation, le cadre des études présente un défi supplémentaire pour les étudiantes en formation scientifique et technique. L'environnement très masculin est la difficulté principale mentionnée : 50% des étudiantes ressentent un sentiment de ne pas être à leur place, renforçant l'idée que ces carrières ne sont pas faites pour elles.

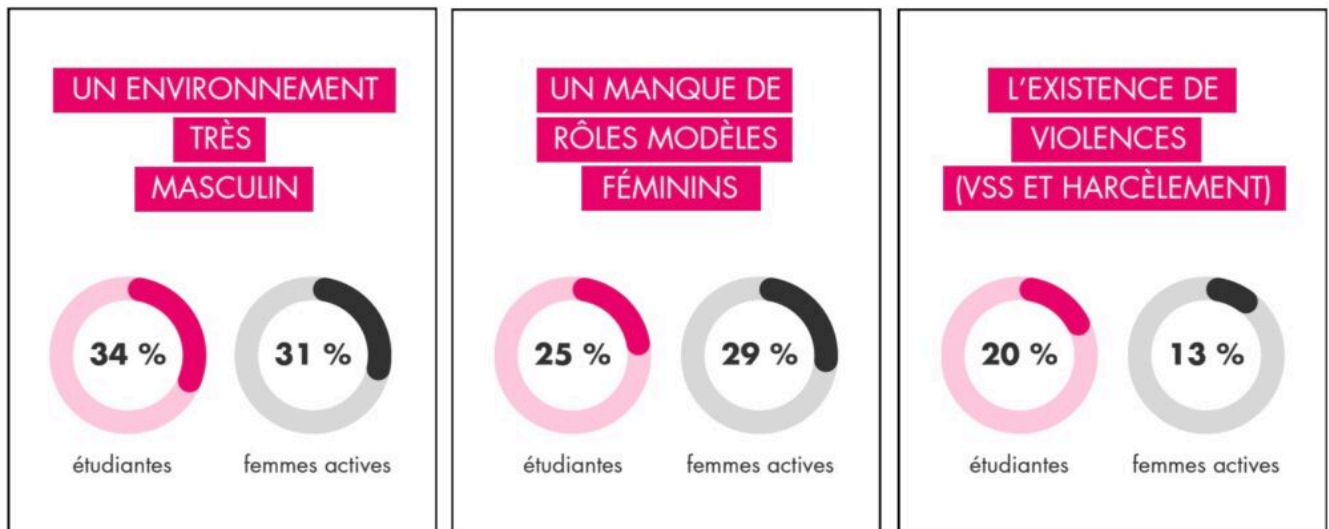
Dans le monde professionnel, les inégalités de genre persistent et les stéréotypes sont encore plus marqués. 81% des femmes estiment que les hommes accèdent plus facilement aux postes à responsabilité, et 75% jugent que les hommes bénéficient de meilleurs salaires à poste égal.

L'enquête d'OpinionWay pour Elles Bougent révèle également des appréhensions liées aux violences sexistes et morales. 81% des étudiantes ingénieures ou techniciennes craignent de subir du sexisme dans leur future carrière. Ce climat d'appréhension contribue au « syndrome de l'imposteur » ressenti par 63% des étudiantes et 53% des femmes actives.

« Cette réalité, illustrée par notre enquête, souligne plus que jamais l'urgence d'agir, afin de promouvoir la diversité et la mixité des genres dans l'ensemble des métiers scientifiques et dans toutes les filières

Ecrit par le 1 avril 2025

industrielles, indique [Valérie Brusseau](#), présidente de l'association Elles bougent. C'est en un véritable enjeu d'efficacité pour nos partenaires entreprises puisque dès lors qu'il y a 23% de femmes dans un groupe, l'efficacité de ce dernier s'en trouve augmentée d'au moins 40%. C'est une situation que nous devons collectivement changer, en continuant de combattre les stéréotypes de genre et les idées reçues, et ce, dès le plus jeune âge, comme nous le faisons notamment avec Elles bougent en primaire. »



©Elles bougent

Des mesures pour favoriser l'égalité femmes-hommes qui portent leurs fruits et que les femmes souhaitent voir renforcées

Face à ces défis, les écoles de l'enseignement supérieur comme les entreprises s'engagent pour l'égalité femmes-hommes et prennent des mesures. 66 % des étudiantes et 67 % des femmes actives observent des initiatives pour soutenir leur parcours et lutter contre les violences sexistes et sexuelles.

Cependant, les femmes interrogées estiment que des mesures supplémentaires sont nécessaires. 73 % des femmes actives et 62 % des étudiantes soutiennent la mise en place de programmes de sensibilisation dans les écoles et les entreprises, et la création de programmes de mentorat ou de marrainage entre les femmes en poste et les jeunes filles intéressées par les métiers techniques (69 %-59 %). Les répondantes attendent également davantage de mesures contre les violences sexistes et sexuelles, en entreprise, comme à l'école.

Des rôles modèles indispensables

« Notre volonté aujourd'hui est, avec l'aide de nos 15000 bénévoles, dont 10900 marraines (ingénieures et techniciennes), et nos 25 délégations régionales et internationales d'apporter l'information nécessaire à l'orientation scientifique et technologiques des filles, conclut [Amel Kefif](#), directrice générale de l'association Elles bougent. Nous sensibilisons plus de 40 000 filles de la primaire aux étudiantes tous les

Écrit par le 1 avril 2025

ans. Les chiffres de notre sondage exceptionnel qui a reçu plus de 6 000 répondantes, prouve que notre combat quotidien pour l'éducation et le futur professionnel de toutes les générations est nécessaire. Combattre les stéréotypes de genre, d'accès à l'éducation, est notre priorité. »

Enquête d'Elles bougent avec OpinionWay