

Ecrit par le 3 avril 2025

Les carburants seront à prix coûtant tous les week-ends de l'été dès ce vendredi dans les stations Leclerc



L'enseigne de grande distribution vient de l'annoncer : elle proposera ses carburants à prix coûtant tous les week-ends de l'été entre le 30 juin et le 13 août 2023. C'est la première fois que E.Leclerc reconduit cette opération pendant 7 week-ends d'affilée lors des grandes vacances. La mesure concerne plus d'une demi-douzaine de stations-service en Vaucluse et à sa proche proximité.

Si plusieurs opérations similaires, dont la dernière en mars 2023 à l'occasion de la fin des vacances scolaires d'hiver, ont déjà été mises en place par l'enseigne ces derniers années, c'est la première fois que les stations Leclerc reconduisent cette opération durant les 7 week-ends* d'affilée lors des grandes vacances. Ainsi, entre le 30 juin et le 13 août, les 696 stations-service** du groupe de grande distribution vont donc participer à cette opération visant à « protéger le pouvoir d'achat des automobilistes français alors que les prix continuent à subir le contexte inflationniste » et « accompagner les usagers dans leurs déplacements, tous itinéraires et dates de départ en vacances confondus ».

Ecrit par le 3 avril 2025

Les stations vaclusiennes concernées

En Vaucluse, cette initiative concerne notamment les stations des magasins d'Avignon, Carpentras, Morières-Lès-Avignon, Apt, Bollène et Valréas. A cela, s'ajoute les stations des Angles, dans le Grand Avignon, et Meyrargues, à côté de Pertuis.

A noter que cependant que les stations d'autoroute, comme celle de Mornas sur l'A7 dans le sens Sud-Nord, ne sont pas concernées par cette opération.

L'opération commence dès ce vendredi

« Les prix des carburants sont sur une tendance baissière, mais restent encore trop élevés pour de nombreux automobilistes dans ce contexte de hausse des prix toujours généralisée, Michel-Edouard Leclerc, président du Comité stratégique des centres E.Leclerc. Et cela ne doit pas impacter les vacances d'été tant attendues des Français. Alors que bon nombre d'entre eux prévoient d'effectuer des déplacements importants dès ce week-end et que les autres enchaîneront jusqu'à la mi-août, nous décidons de donner un coup de pouce et de proposer une nouvelle fois le carburant à prix coûtant. Mais pour que le plus grand nombre puisse en bénéficier en cette année particulièrement tendue pour le porte-monnaie, nous avons choisi de mener cette fois cette opération chaque week-end de l'été jusqu'au 13 août. Et ça commence dès ce vendredi. »

L.G.

**Week-end = vendredi, samedi et dimanche*

***Hors fuel domestique et hors stations d'autoroute, dans les magasins participants.*

Inflation, Willy anti-gaspi arrive à la rescousse avec ses produits 100% français ou bio !

Ecrit par le 3 avril 2025



Depuis près d'un an, les prix des produits ne cessent d'augmenter. Cette inflation a atteint 17,6% au mois d'avril par rapport au mois de mars 2022. L'augmentation des prix a donc un impact direct sur les habitudes d'achat des consommateurs, qui ont dû réduire leurs dépenses non-alimentaires.

La consommation des ménages

Cette hausse globale des prix se répercute sur les produits d'hygiène et cela affecte un nombre important de ménages. En janvier 2023, les prix de ces produits ont augmenté de 11% en un an. Et cette augmentation a des conséquences critiques : de nombreux français se retrouvent en situation de précarité hygiénique, en diminuant la quantité de produits de beauté utilisés voire, en diminuant leur fréquence d'utilisation. En 2023 par exemple, près de 4 millions de femmes sont victimes de précarité menstruelle*, soit deux fois plus qu'en 2021.

Achats des produits d'hygiène en berne

Pour faire face à cette hausse des prix sur les produits d'hygiène, il existe des alternatives à la grande distribution. C'est le cas de [Willy anti-gaspi](#), qui propose sur son site des produits d'hygiène en moyenne 30% moins chers que dans le commerce traditionnel, et qui a vu entre mi-mars et la fin du mois d'avril, une multiplication par quatre des ventes de produits d'hygiène. Les catégories de produits les plus vendues sont les crèmes, les savons et shampoings, ainsi que les déodorants et tubes de dentifrice.

Écrit par le 3 avril 2025

Pour des prix plus accessibles

«On observe un véritable engouement de nos clients pour les produits d'hygiène et cosmétiques depuis quelques semaines, avec des ventes qui ont été multipliées par 4, explique Jonathan Negrin, cofondateur de Willy anti-gaspi avec Clément Méry. Dans un contexte d'inflation globale et encore plus spécifiquement sur ce type de produits, Cela montre aussi une confiance accrue dans l'anti-gaspi sur des produits autres qu'alimentaires.»



Eviter de jeter ce que l'on a produit

« Willy anti-gaspi est le premier-commerce dévolu à la lutte contre le gaspillage, relate Jonathan Négrin. Nous l'avons lancé en février 2023. Nous rachetons des produits, de sur-stock, en date courte, pour lesquels il reste deux mois pour les consommer, ou qui ont un petit défaut d'emballage, ou parce que la recette a changé... Des produits dont la distribution traditionnelle ne veut plus et que nous rachetons directement aux marques. Nous les proposons ensuite sur notre site, via le net, jusqu'à -50%. Nous envoyons ces produits partout en France, en relais, pour toucher le plus possible de personnes. Nous proposons aux gens de faire des économies, soit environ 15€ par commande ce qui fait 300€ par an. »

De vraies économies et moins de produits jetés et détruits

« Cela permet aussi d'agir très concrètement pour l'environnement en évitant de mettre à la poubelle des produits encore bons. 110 000 produits ont déjà été sauvés de la poubelle -ils en prévoient 1 million d'ici l'été et les commandes doublent chaque mois. L'entreprise emploie, pour el moment, une dizaine de

Écrit par le 3 avril 2025

personnes et espère augmenter son nombre de salariés. » Les frais d'expéditions sont offerts dès 29€ de commande. »

À propos de Willy anti-gaspi

Willy anti-gaspi, e-commerce, est dédié à l'anti-gaspi : des produits secs en dates courtes, en sur-stock ou avec un problème d'emballage ou d'étiquettes, mais bons à consommer, et proposés jusqu'à 50% moins chers par rapport à leur prix d'origine. La société propose une livraison partout en France et compte près de 700 références de produits secs : salé, sucré, boissons, bébé, maison, hygiène... représentant plus de 100 marques comme Ethiquable, coteaux nantais... L'entreprise dispose d'un entrepôt de 270 m2 basé à Saint-Ouen.

MH



L'équipe de Willy anti-gaspi

**Terme qui définit le manque d'accès, par manque de moyens matériels, à des protections hygiéniques en nombre suffisant pour avoir une hygiène décente.*

Ecrit par le 3 avril 2025

Inflation : zoom sur la flambée des prix alimentaires

Alimentation : zoom sur la flambée des prix

Évolution du prix moyen des denrées alimentaires sélectionnées en France entre mars 2022 et 2023

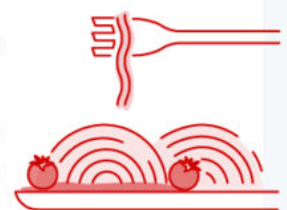
Petit-déjeuner

Baguette	+9,3 %
Beurre	+23,8 %
Céréales petit-déj.	+15,8 %
Café, thé & cacao	+15,1 %



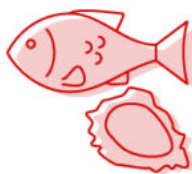
Plat de pâtes

Pâtes alimentaires *	+20,9 %
Légumes frais **	+29,3 %
Viande	+13,9 %
Sauces et condiments	+17,9 %



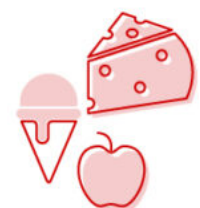
Poissons & Fruits de mer

Poissons frais	+10,0 %
Fruits de mer frais	+6,5 %



Laitages & Desserts

Fromage et laits caillés	+20,3 %
Yaourt	+21,3 %
Crèmes glacées et sorbets	+16,1 %
Fruits frais	+10,1 %



* et couscous ** hors tubercules

Sources : Insee, calculs Statista



statista 

Ecrit par le 3 avril 2025

En France, les prix des produits alimentaires ont flambé de 16 % en mars par rapport à l'année dernière et constituent le principal moteur de l'[inflation](#). D'après les données du suivi de l'[Insee](#), la hausse des prix de l'alimentation s'est accélérée le mois dernier (après +15 % mesuré en février).

Comme le détaille notre infographie, l'inflation est plus ou moins importante selon les types de produits : les plus touchés étant les produits frais et de base. En mars, les prix des légumes frais (hors tubercules) étaient en hausse de 29 % sur un an et ceux des fruits frais de 10 %. Les prix des pâtes alimentaires, des céréales, de la viande et des produits laitiers (fromage, beurre) ont également subi une augmentation importante, de 14 % à 24 %.

Les raisons de l'inflation alimentaire sont multiples. D'une part, on peut citer les effets de la guerre en Ukraine, qui a provoqué des hausses inévitables sur certaines matières premières (huile de tournesol, [céréales](#), etc.). D'autre part, la hausse des prix de l'énergie a impacté l'agriculture, puisque beaucoup de productions végétales, comme les tomates, sont cultivées sous serre et nécessitent une forte consommation énergétique (gaz).

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

Un état des lieux de la situation en mars 2022 est consultable [ici](#).

Face à l'inflation alimentaire, 7 Français sur 10 ont modifié leurs habitudes de consommation

Ecrit par le 3 avril 2025



Alors que les prix des produits alimentaires ont bondi en février de 14,5 % sur un an, [l'Observatoire Cetelem](#) et [Harris Interactive](#) viennent de publier [une étude](#)* sur 'L'Alimentation à l'heure des arbitrages' et à la façon dont les Français font face à l'inflation alimentaire en modifiant leur consommation.

Des habitudes alimentaires stables malgré les pénuries

Associées jusqu'alors à un passé révolu, les pénuries alimentaires se sont à nouveau invitées dans le quotidien des Français, notamment après le déclenchement de la guerre en Ukraine il y a un an, mais également du fait d'évènements climatiques. Ainsi, ils sont plus de 3 sur 4 (77%) à affirmer avoir été confrontés eux-mêmes à des pénuries, un phénomène qui semble avoir touché tout particulièrement les familles (84%). L'huile et la moutarde sont les principaux produits pour lesquels les Français ont dû faire face à une pénurie en 2022, devant les pâtes, la farine et les œufs.

En réaction à ces ruptures de stock, 51% des Français ont cherché à remplacer le produit manquant tandis que d'autres (41%) ont attendu qu'il soit de nouveau disponible. Par ailleurs, lorsqu'ils ont cherché des produits de remplacement, la majorité des consommateurs (54%) les ont souvent trouvés plus chers que le produit d'origine.

Ces stratégies n'ont duré qu'un temps puisque presque 7 Français sur 10 (69%) indiquent être revenus à

Ecrit par le 3 avril 2025

leurs anciennes habitudes de consommation une fois le retour du produit en rayon.

« Pour des raisons budgétaires, près de 7 Français sur 10 (69%) révèlent avoir déjà renoncé à faire certaines de leurs courses alimentaires au cours des 12 derniers mois. »

Une sobriété de mise face aux contraintes budgétaires

La quasi-totalité des Français affirment avoir ressenti une augmentation des prix de l'alimentation. L'inflation n'aura donc épargné personne avec une majorité qui l'estime à un niveau compris entre 10% et 19% (53%) ; 25% des personnes aux revenus les plus modestes et 23% des familles la considèrent encore plus élevée, supérieure à 20%.

Pour des raisons budgétaires, près de 7 Français sur 10 (69%) révèlent avoir déjà renoncé à faire certaines de leurs courses alimentaires au cours des 12 derniers mois, dont 30% qui indiquent que cela a pu concerner des produits qu'ils jugent comme essentiels. Un renoncement plus prononcé chez les jeunes (83%, dont 42% concernant des produits essentiels).

Pour lutter contre l'inflation, la réaction la plus courante, pour 51% des Français, a été de remplacer le produit devenu trop cher à leurs yeux par un équivalent d'une marque moins coûteuse. Ils sont un quart (24%) à avoir malgré tout continué d'acheter leur produit habituel, même s'il était devenu plus cher ; un comportement plus fréquent chez les personnes aux revenus élevés (37%) que chez celles aux revenus moyens (23%) ou faibles (19%).

De manière plus générale, les Français considèrent apporter une plus grande attention aux prix (86%), faire attention à ne pas gaspiller (86%) mais également avoir changé leurs réflexes alimentaires (manger moins, voire un peu moins équilibré pour un peu plus d'un tiers d'entre eux). En outre, le low-cost, qui n'est plus perçu comme un achat dévalorisant, a vu ses marques plébiscitées par 52% des Français, et ils sont 61% à s'être davantage tournés vers les marques distributeurs.

Pour les Français, l'inflation va durer

Les habitudes de consommation adoptées par les Français face à l'inflation leur semblent destinées à s'inscrire dans le temps. En effet, chez ceux qui ont opéré des changements dans leur consommation de produits de marque, la plupart envisagent ces changements comme pérennes (67%). Les femmes les inscrivent plus souvent que les hommes dans la durée (76% contre 56% des hommes), de même chez les personnes aux faibles revenus (70% contre 57% chez ceux ayant des revenus élevés).

« Les Français semblent opter pour un modèle alimentaire plus sobre à un niveau collectif comme individuel. »

Pour près de 3 Français sur 4 (74%), les prix de l'alimentation vont continuer à augmenter dans les 12

Ecrit par le 3 avril 2025

prochains mois. Les bouleversements récemment vécus seront amenés selon eux à être plus fréquents à l'avenir, qu'il s'agisse de pénuries (69%) ou de fortes variations de prix (79%).

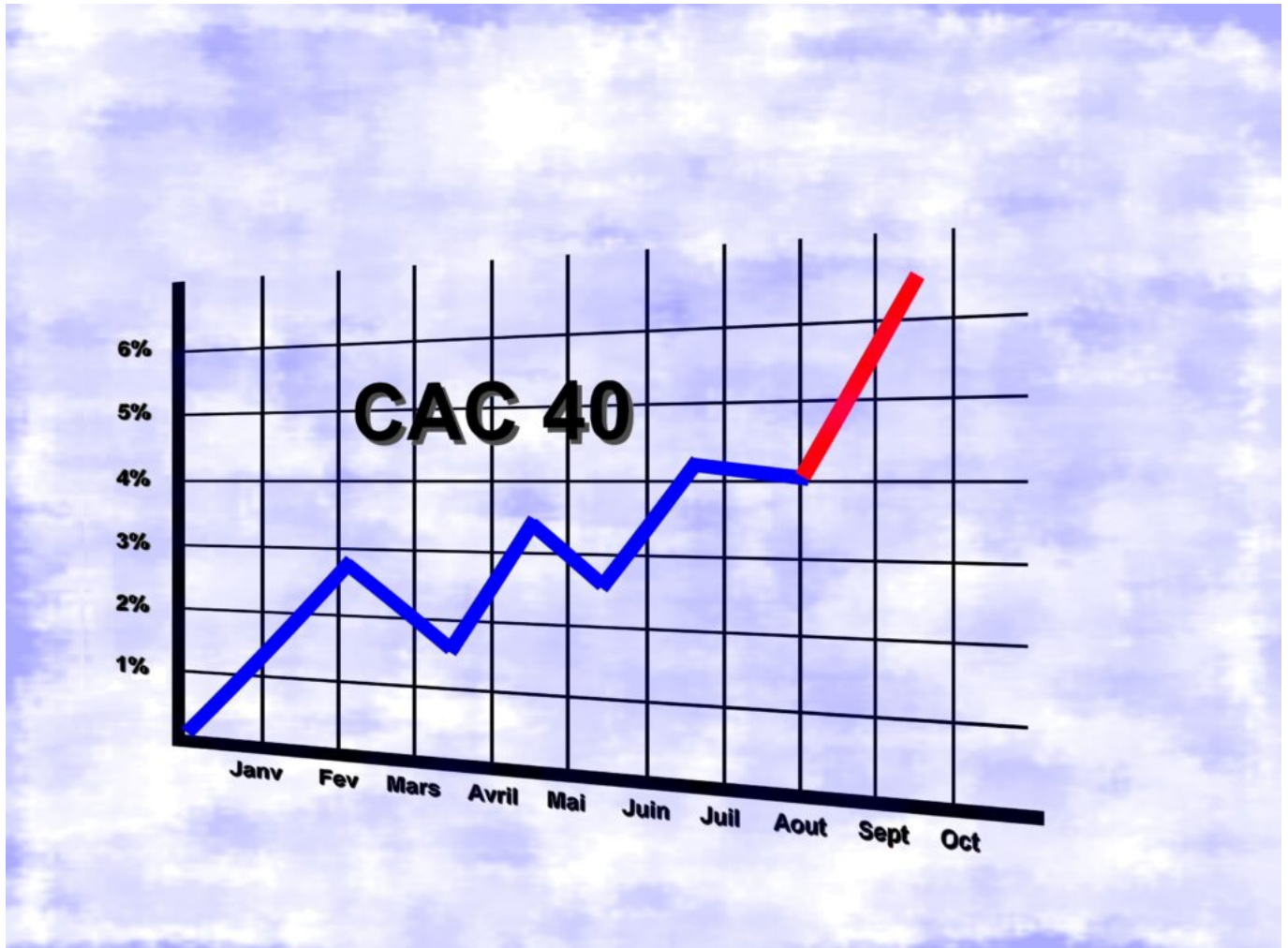
Face à ce constat, les Français semblent opter pour un modèle alimentaire plus sobre à un niveau collectif comme individuel. Au niveau collectif, la plupart d'entre eux estiment qu'il faut miser davantage sur une plus grande indépendance de la France dans sa production alimentaire (73%) pour lutter contre les dérèglements de l'économie, et ce, quitte à ce que les produits vendus soient plus chers. Cet avis est particulièrement partagé par les plus âgés (80% chez les 50 ans et plus).

Quant au niveau individuel, les Français mettent tout particulièrement l'accent sur la limitation du gaspillage alimentaire (39%). Une mesure privilégiée, comme le sont aussi le fait d'effectuer plus de stocks (29%), de cuisiner davantage » maison » (28%), ou de privilégier des marques moins chères pour ses achats alimentaires (22%).

**Méthodologie : Enquête réalisée par Harris Interactive en ligne du 8 au 10 février 2023. Échantillon de 1000 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).*

Y-a-t-il des limites à l'indécence ?

Ecrit par le 3 avril 2025



France, terre de contrastes. Alors que les entreprises du CAC 40 n'ont jamais distribué autant de dividendes à leurs actionnaires une majorité de français voit leur pouvoir d'achat reculer fortement et certaines catégories sociales se paupériser. La théorie du ruissellement fait plutôt place aujourd'hui à celle du reflux. Une telle situation est-elle tenable longtemps ?

TotalEnergies vient d'annoncer, pour son exercice 2022, un résultat net de 36,2 milliards d'euros (en intégrant une provision de 15 milliards), un record historique pour l'entreprise française. Dans le même temps les français ont vu leurs pouvoirs d'achat reculer en grande partie à cause de l'augmentation des prix des carburants. De son côté, BNP Paribas affiche un résultat net de 10 milliards, en hausse de 7 % par rapport à 2021. Et la banque française annonce, dans la même semaine, 921 suppressions d'emplois. Quant aux sociétés d'autoroute, elles ont enregistré en 2022, un bénéfice record de 3,4 milliards d'euros et elles ont procédé à une augmentation de leurs tarifs au 1^{er} février dernier de 4,75 % (avec l'aval du gouvernement). Il y a vraiment quelque chose qui ne tourne pas rond...

Ecrit par le 3 avril 2025

“Où est le bien commun, l'intérêt général ?”

Le chacun pour soi devient une règle

Que des grandes compagnies comme TotalEnergies fassent des bénéfices, rien à redire c'est leurs finalités, mais qu'elles les réalisent en faisant les poches des consommateurs qui ne peuvent se passer de carburant, c'est de l'abus de position dominante. Et qu'ensuite, elles reversent la quasi-totalité de leurs profits à leurs actionnaires alors qu'elles ont le devoir d'investir dans la transition énergétique et préparer la fin des énergies fossiles, c'est condamnable. Et le pire du pire n'étant jamais certain en ces périodes, ces grands groupes utilisent une partie de leurs profits pour racheter leurs propres actions, ce qui a pour effet de faire monter les cours et donc leurs profits. Là, ça devient totalement amoral. Plus de bien ou de mal. Seul le profit compte. Où est le bien commun, l'intérêt général ? Le chacun pour soi devient une règle. Surtout que ces entreprises développent leurs activités sur des secteurs indispensables à la vie et aux bien-être de tous, et qu'elles jouent un rôle central dans l'économie nationale. Même les économistes les plus fervents défenseurs du libéralisme reconnaissent qu'il s'agit là d'une anomalie majeure qui va rapidement nuire au système lui-même. Mais que fait la police ?

“L'état le plus libéral au Monde montre l'exemple”

Des règles sont nécessaires

Notre système a besoin d'être encadré. Des règles sont nécessaires. C'est l'intérêt de tous. Le Président américain Joe Biden, dans son dernier discours sur l'état de l'Union, entend quadrupler les impôts sur les rachats d'action et cela pour encourager l'investissement. Il appelle également à mettre en place une taxe minimale sur les milliardaires. L'état le plus libéral au Monde montre l'exemple. Pendant ce temps-là, en France, le ministre de l'économie et des finances nous dit ne pas savoir définir les superprofits... Et toutes les attentions sont portées sur la réforme des retraites, comme un arbre qui cache la forêt !

Voeux 2023 de la CCI du Pays d'Arles : innover, positiver et avoir l'esprit feria!

Ecrit par le 3 avril 2025



Plus de 600 invités au Palais des Congrès d'Arles ce 30 janvier, des patrons de petites ou moyennes entreprises, des maires et deux spécialistes de l'économie, [François Lenglet](#), journaliste et [Philippe Dessertine](#), professeur à la Sorbonne et directeur de l'Institut de Haute Finance, qui étaient invités par le président de la CCI, [Stéphane Paglia](#).

En ouvrant la soirée, il s'est exclamé : « Quel plaisir de vous retrouver » et a enchaîné « Après le Covid, en 2022 on a assisté à une augmentation des créations d'entreprises, +6,4%, bravo! Les femmes porteuses de projets représentent 36%, ce n'est pas encore la parité, mais on progresse. » Il a fait le tour de tous les dispositifs engagés sous sa mandature : « 13 local », les chèques-cadeaux lancés avec la CCI d'Aix-Marseille, 500 000€ mis en circulation dans l'économie locale, qui favorisent l'attractivité, le développement, le dynamisme et la préservation du territoire du Pays d'Arles.

“Nous sommes tous ici pour développer le Grand Marché de Provence à Châteaurenard qui se déploie sur 35 hectares.”

Stéphane Paglia, Président de la CCI du Pays d'Arles

Stéphane Paglia a poursuivi : « Nous sommes tous ici pour promouvoir nos métiers, donner l'envie aux jeunes de devenir chefs d'entreprises, aménager notre territoire avec le contournement d'Arles et la requalification de la RN 113 (qui traverse les 13km du centre ville avec un trafic quotidien de 80 000 véhicules et qui deviendrait un boulevard urbain moins polluant pour les riverains), développer le Grand Marché de Provence (à Châteaurenard qui se déploie sur 35 hectares), investir 6M€ pour le multi-modal, aménager la future tranche de la LEO qui désenclaverait le nord du département, installer des hôtels

Ecrit par le 3 avril 2025

d'entreprises au coeur d'Arles, Tarascon ou Saint-Rémy pour les dynamiser, amplifier l'opération « Esprit clients » en aidant les commerçants à refaire leur vitrine, être plus attractifs, améliorer leur chiffre d'affaires, verdir l'environnement, en enlevant des camions de la route et favoriser le transport fluvial sur le Rhône et encore développer les filières d'hydrogène et de biomasse et ainsi conforter la transition écologique ».

“Nous sommes tous ici pour aménager la future tranche de la LEO qui désenclaverait le nord du département.”

Stéphane Paglia, Président de la CCI du Pays d'Arles

Le dynamique président de la CCI a rappelé son projet de mandature en 10 points : « Créer des emplois, apporter des formations d'excellence, booster le territoire, déployer le programme du port, structurer la filière agroalimentaire (qui représente 60% de l'agriculture des Bouches du Rhône), renforcer l'incubateur de l'entrepreneuriat au féminin, ouvrir ici une école de commerce qui attirerait les jeunes et empêcherait leur exode vers Aix, Marseille, Nîmes ou Montpellier. A terme, ils seraient 130 à vivre ici et monter leur propre entreprise, inciter à saisir toutes les opportunités numériques, commerciales, artisanales et industrielles et développer l'aménagement du Pays d'Arles qui inclut La Camargue, les Alpilles, la Plaine de Crau et attire 1,5 million de touristes par an ».

Il continue d'égrener les atouts culturels et historiques de ce territoire béni des dieux : « 200 000 entrées dans nos monuments patrimoniaux, 120 000 pour la fondation LUMA dédiée au soutien de la création artistique, les Rencontres de la Photo, créées en 1970 par Lucien Clergue et Michel Tournier qui attirent le monde entier chaque été (127 000 visiteurs), La Fondation Van Gogh, les vestiges romains à l'abri du Musée Arles Antique, le Musée ethnographique d'Arlatan, les 60 000 croisiéristes sur le Rhône et les 12M€ de retombées économiques induites par les Feria de Pâques et du Riz en septembre. »

Ecrit par le 3 avril 2025



François Lenglet ©L'Echo du Mardi

Stéphane Paglia accueille ensuite le 1er expert de cette « Soirée des Entreprises » François Lenglet, journaliste, chef du service économie TF1 - LCI qui prend la parole. « Ca fait plaisir de vous voir aussi nombreux, le bonheur d'entreprendre n'est pas si fréquent. Mon ordre de mission, ce soir, c'est parler du devenir de l'inflation. Je vous préviens, elle est là pour longtemps, nous sommes entrés dans un nouveau monde, un cycle différent. Jusqu'à présent, les Etats-Unis étaient les maîtres du monde, ils sécurisaient les transactions, ils définissaient les règles du commerce international, l'OMC suivait ses préconisations, le dollar était roi, et nous, nous baignions dans l'insouciance. Désormais, la bête américaine est blessée, l'économie en déclin. Nous devons donc changer notre fusil d'épaule, à commencer par produire chez nous les médicaments, les semi-conducteurs, l'énergie, l'agro-alimentaire et rompre avec les illusions de la mondialisation ».

Je vous préviens, l'inflation est là pour longtemps, nous sommes entrés dans un nouveau monde, un cycle différent.

François Lenglet

« Un sujet majeur cristallise notre avenir : la démographie » explique François Lenglet. « La population active commence à diminuer, des centaines de millions de paysans chinois ont quitté leur ferme et sont

Ecrit par le 3 avril 2025

arrivés en ville où ils s'entassent dans d'immenses ateliers, des usines gigantesques. C'est un afflux considérable de bras, de salaires nos qualifiés, de production à bas, très bas coûts. Chaque année la population active baisse. En Chine, justement, on recense 7 millions de personnes en moins, le vieillissement s'accélère. En Italie on a dénombré 400 000 citoyens en moins, la France est pour l'instant relativement épargnée, mais il est de plus en plus difficile de trouver du personnel, les ressources humaines se raréfient. Pour un patron, recruter relève d'une véritable compétition, le rapport employeur / employé s'inverse, désormais c'est le salarié qui choisit son patron et l'entreprise où il a envie de travailler ».

Autre préoccupation : la transition énergétique. « Produire propre coûte plus cher qu'en polluant l'environnement. Décarboner, réduire les émissions de dioxyde de carbone a un prix, ce qui renchérit la valeur des marchandises. Or, les banques centrales sont en train de faire remonter le taux pour éradiquer l'hydre de l'inflation. Après la chute du Mur de Berlin, la fin de la Guerre froide, la Chine s'est ouverte, le prix du travail a notablement baissé, les frontières ont reculé, on a pu circuler sans trop de contraintes. Mais ce monde-là c'est fini avec l'entrée en guerre de la Russie en Ukraine, une parenthèse se referme. L'hyper-puissance des USA a dégringolé, Vladimir Poutine a sans doute perçu son déclin et il a estimé qu'il avait une fenêtre de tir - au sens propre - pour envahir l'Ukraine. Il nous faut donc réorganiser l'économie mondiale suivant l'axe Chine- USA, mais est-ce si grave? »

“L'inflation n'est pas le monstre, le diable qu'on nous présente. Elle inverse le rapport de force entre travail et capital.”

François Lenglet

A cette question, François Lenglet se montre plutôt rassurant. « A la sortie de la guerre, les baby-boomers, mes parents, ont pu se constituer un patrimoine, acheter leur maison grâce à l'enflation, si, si! Elle avait progressé de 10 à 15%, mais les salaires aussi. Du coup le poids du remboursement s'est allégé, c'est l'ardoise magique. Aujourd'hui, c'est pareil. Le rapport s'est inversé, on a indexé les salaires, le SMIC, les retraites, les impôts avec de nouveaux barèmes, ce n'est pas la fin du monde. » Il conclut avec optimisme : « L'inflation n'est pas le monstre, le diable qu'on nous présente. Elle inverse le rapport de force entre travail et capital. Le monde qui pointe est plein de promesses, fécond, sans doute va-t-il gommer les inégalités, c'est tout ce que je vous souhaite! » Tonnerre d'applaudissements dans la salle comble du Palais des Congrès d'Arles.

Ecrit par le 3 avril 2025



Philippe Dessertine ©L'Echo du Mardi

Place au 2ème expert de la soirée, l'économiste Philippe Dessertine. « La mission que m'a confiée le président de la CCI est simple et complexe à la fois, être positif, avoir l'esprit « feria ». Je vais commencer par l'évènement majeur de notre monde actuel : le dérèglement climatique. 8 milliards d'humains sur terre nous obligent à changer de modèle économique. Le nôtre datait de 150 ans, il ne fonctionne plus, il est urgent d'en changer, ce n'est plus une option mais une obligation ». Tout a changé, une forme de révolution a frappé le monde des mathématiques, de la science, de l'astro-physique, de nos connaissances. Les algorithmes développent des informations qu'on n'avait pas, avant. Certains affirment par exemple que dans 20 ans le cancer sera vaincu. On peut désormais cumuler croissance et développement durable, ils ne sont plus antinomiques ».

“Pour oser, pour innover, il faut être petit. C'est la grande force des territoires décentralisés comme le Pays d'Arles.”

Philippe Dessertine

Comment adapter ce raisonnement au Pays d'Arles et à ses entrepreneurs? Grâce à un mot, la décentralisation. On ne dépend plus de Paris, un président a été élu sans parti politique. New-York, la ville des gratte-ciel, est morte, c'est Los Angeles qui gagne, cette ville horizontale, cette juxtaposition, cette mosaïque de communautés, reliées entre elles, connectées par le digital. Ici, la Crau, la Camargue,

Ecrit par le 3 avril 2025

la Montagnette, les Baux, les Alpilles, ses parcs naturels, ses 29 communes, c'est un véritable pays de cocagne! Vous avez les paysages, le patrimoine, la culture, les bons produits du terroir, vous savez ce qu'est la déconcentration, vous avez déjà ce nouveau monde sous vos yeux, entre vos mains. Et la CCI c'est elle qui les relie, les irrigue, tous ces réseaux de grandes, moyennes, petites entreprises, qui promeut la synergie et propose cet autre mode de fonctionnement. Des entités à taille humaine où on peut innover. Comme l'agriculture qui s'équipe de drones. Dans les grosses structures, on n'y arrive plus ».

Philippe Dessertine cite alors l'exemple du business-man Mark Zuckerberg. « Il a créé Facebook, payait cher ses salariés, mais ils n'arrivaient plus à innover, à se réinventer, ils étaient trop nombreux, la structure trop lourde. Facebook dégringole, pour enrayer cette chute, il acquiert Instagram. Même scénario. Il ne faut pas oublier que le but d'un bureaucrate c'est de garder son boulot, pas de travailler dans l'intérêt de l'entreprise. Pour oser, pour innover, il faut être petit. Regardez pour les grands laboratoires pharmaceutiques avec le Covid. Ni Sanofi, ni Pasteur n'ont trouvé le vaccin, les dinosaures ont un grand corps mais une petite tête. C'est Moderna, une équipe plus réduite de biotechnologies qui l'a mis au point ».

“C'est avec le trio innovation-croissance-développement durable que vous allez gagner la bataille de demain, celle des talents.”

Philippe Dessertine

Il ajoute : 'Ici, nous avons, vous avez un tissu de petites entreprises, une infinité de dynamismes, d'envies, d'énergies où le délai de prise de décision est immédiat, pragmatique. Votre nouveau PIB, c'est le trio innovation-croissance-développement durable. Grâce à tous ces humains, ces cerveaux, ces bras, ces jeunes que vous allez retenir sur le territoire, vous allez gagner la bataille de demain, celle des talents. Et moi, j'ai un double regret, ne plus avoir 20 ans et ne pas habiter le Pays d'Arles ».

La manifestation se conclura sur une phrase projetée sur le grand écran du Palais des Congrès d'Arles : « Notre territoire est inspirant, performant, novateur. Nous sommes les acteurs de la réussite de demain ».

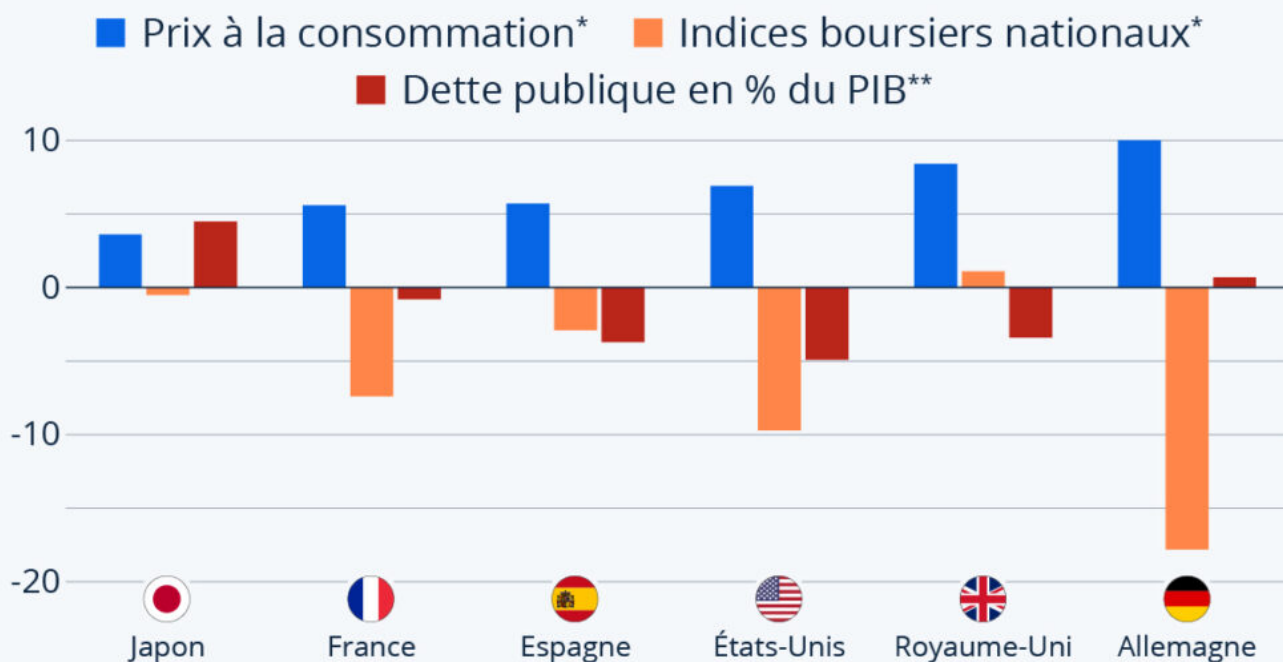
Andrée Brunetti

Écrit par le 3 avril 2025

Un bilan des performances économiques dans les pays de l'OCDE en 2022

Un bilan des performances économiques en 2022

Évolution d'une sélection d'indicateurs économiques dans six pays de l'OCDE entre fin 2021 et 2022 (in %)



* variation en % de déc. 2021 à nov. 2022 (ou oct. 2022).

** prévision de la variation en points de pourcentage de 2021 à 2022.

Sources : OCDE, FMI, Fitch et statistiques nationales via The Economist



statista

Écrit par le 3 avril 2025

Sur le plan économique et financier, l'année 2022 a été rude pour presque tout le monde. Les revenus des ménages des pays de l'OCDE ont été amputés par une inflation annuelle de 10 % (moyenne de 35 pays). Les investisseurs ont également été perdants, les bourses mondiales ayant chuté de 20 %. Ces mauvais résultats globaux cachent toutefois des différences significatives : certains pays s'en étant mieux sortis que d'autres sur certains indicateurs.

L'infographie ci-dessus présente un bilan des performances économiques dans une sélection de six économies de l'OCDE, sur la base de trois indicateurs : l'ampleur de l'inflation (prix à la consommation), les performances boursières et l'évolution de la [dette publique en pourcentage du PIB](#).

Avec l'Italie, l'Allemagne est le pays du G7 qui a enregistré la plus forte hausse des prix à la consommation entre décembre 2021 et octobre 2022 : +10 %. En France et en Espagne, la hausse sur cette période s'élevait à près de 6 %. Parmi les économies avancées, c'est au Japon que le [taux d'inflation](#) reste le plus faible : moins de 4 % cette année.

Si le Japon présente une inflation nettement moins impressionnante que la plupart des autres pays, c'est en revanche tout l'inverse en ce qui concerne la dette publique. L'endettement du Japon est le plus élevé au monde et son ratio dette publique sur PIB s'est creusé de près de 5 points de pourcentage en 2022. Dans les autres économies étudiées, on a en revanche assisté à une stabilisation, voire un recul, du niveau de dette publique.

Au rayon des performances boursières, le DAX, indice phare de la bourse allemande, a vécu une année particulièrement compliquée, avec un plongeon de près de 18 % sur les douze derniers mois. Aux [États-Unis](#), les marchés boursiers ont reculé d'environ 10 % sur la même période, alors que le CAC 40 français était en baisse de plus de 7 %. À l'inverse, le FTSE britannique a plutôt été épargné, affichant une légère hausse depuis la fin de l'année 2021 (+1 %).

Tristan Gaudiaut pour [Statista](#).

Banque de France : les anticipations d'inflation des chefs d'entreprise se maintiennent à 3% à l'horizon 3-5 ans

Ecrit par le 3 avril 2025



L'enquête trimestrielle de la Banque de France sur les anticipations d'inflation a été menée du 28 novembre au 5 décembre. Au quatrième trimestre 2022, la médiane de l'inflation perçue par les chefs d'entreprise se situe à 6,5% soit un peu au-dessus de l'IPC mesuré par l'Insee pour novembre (6,2%). Leurs anticipations à un an s'établissent à 6% et celles à moyen terme - horizon 3 à 5 ans - sont nettement moins élevées à 3%.

Au quatrième trimestre 2022, les médianes de l'inflation perçue et celle anticipée à un an progressent, respectivement de 0,5 point de pourcentage (pp) et de 1 pp sur un trimestre. A moyen terme (3-5 ans) la médiane est stable depuis 3 trimestres. Les réponses prévoyant les taux d'inflation à 3-5 ans les plus élevées diminuent au quatrième trimestre.

	T1 2022	T2 2022	T3 2022	T4 2022
Inflation perçue	3,5	5,0	6,0	6,5
Inflation anticipée à 1 an	4,0	5,0	5,0	6,0
Inflation anticipée à 3-5 ans	2,5	3,0	3,0	3,0

Taux annuel d'inflation perçue et anticipé par les entreprises (médiane en %).

Evolution de la perception et des anticipations du taux annuel d'inflation (médianes en %).

Distribution des anticipations d'inflation à 3-5 ans (%).

Ecrit par le 3 avril 2025

Alors que les chefs d'entreprise prévoient une progression des prix à la consommation de 6% au cours des 12 prochains mois, ils anticipent une croissance des salaires de base dans leur entreprise de 4% sur la même période. Cette anticipation est stable par rapport au trimestre précédent.

Evolution de l'anticipation à 1 an des salaires de base (médiane en %).

Enquête menée du 28 novembre au 5 décembre auprès d'un échantillon représentatif de 1 700 chefs d'entreprise.

Inflation : quels produits alimentaires ont le plus augmenté ?

Ecrit par le 3 avril 2025

Alimentation : zoom sur la flambée des prix

Évolution du prix moyen des denrées alimentaires
sélectionnées en France entre octobre 2021 et 2022

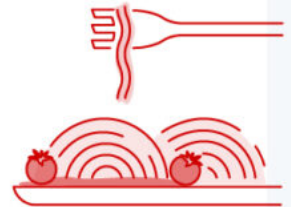
Petit-déjeuner

Baguette	+6,1 %
Beurre	+18,8 %
Céréales petit-déj.	+11,8 %
Café, thé & cacao	+11,9 %
Fruits frais	+8,0 %



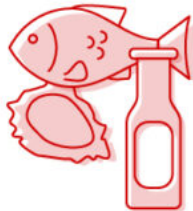
Spaghettis bolognese

Pâtes alimentaires	+21,2 %
Tomates	+35,5 %
Oignons	+4,2 %
Viande	+12,5 %



Poissons & Fruits de mer

Poissons frais	+13,8 %
Fruits de mer frais	+7,5 %
Sauces et condiments	+13,0 %



Raclette

Pommes de terre	+7,8 %
Fromage	+14,8 %
Charcuterie *	+11,2 %
Crudités **	+34,1 %



* Viande séchée, salée ou fumée ** Légumes frais (hors tubercules)

Sources : Insee, calculs Statista



En France, l'[inflation annuelle](#) a dépassé les 10 % dans les supermarchés cet automne. D'après les données du suivi de l'[Insee](#), la hausse des prix de l'alimentation s'est nettement accélérée au mois d'octobre : +12,0 % sur un an, après +9,9 % en septembre.

Comme le détaille notre infographie, l'inflation est plus ou moins importante selon les types de produits :

Ecrit par le 3 avril 2025

les plus touchés étant les surgelés et les produits frais, davantage impactés par le coût de l'énergie. En octobre, le prix des légumes frais (hors tubercules) était en hausse de 34 % sur un an, et celui du poisson frais et du beurre de respectivement 19 % et 14 %. Hors produits frais, les aliments à base de [blé](#) - pâtes, couscous, céréales de petit déjeuner, etc. - ont également enregistré une hausse importante cette année.

L'un des principaux facteurs contribuant à l'inflation des produits alimentaires est le coût des matières premières énergétiques. Les cultures sous serre, plutôt énergivores, sont ainsi particulièrement impactées par la flambée du [gaz](#). Cela s'observe par exemple avec les tomates, dont 90 % de la production est réalisée sous serre en France, et qui ont vu leur prix augmenter de plus de 35 % par rapport à l'année dernière.

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

Un état des lieux de la situation en mars 2022 est également consultable [ici](#).