

Ecrit par le 16 juin 2026

Les habitants du Sud Est sont les champions de l'espresso



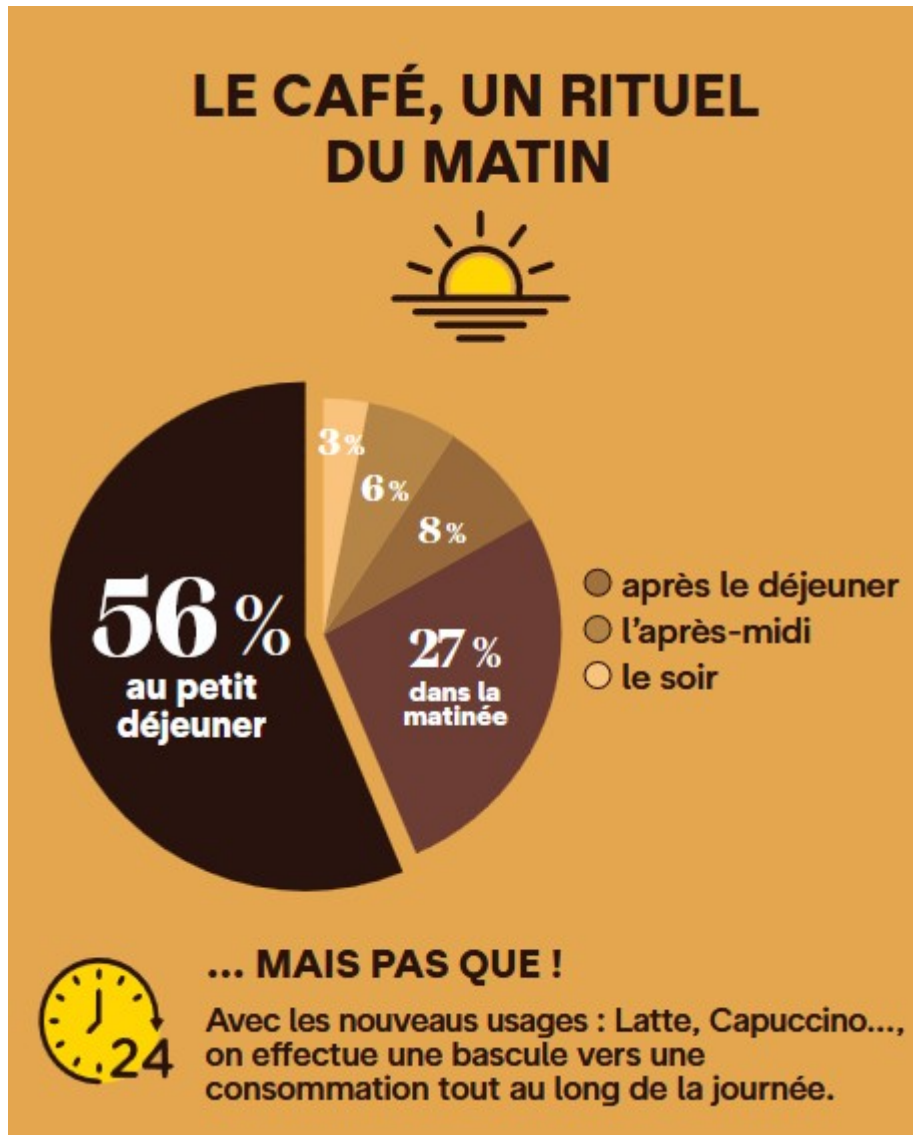
Selon une étude de la marque De'Longhi c'est dans le Sud-Est de la France que l'on trouve le plus grand nombre de consommateurs de café espresso.

[De'Longhi](#), marque italienne de machine à café, vient de dévoiler une étude sur les habitudes de consommation de café de France. Plus d'un Français sur deux (56%) consomme son café au petit-déjeuner. Ils sont ensuite encore 27% à le boire le matin. A peine 8% sont adeptes du café après la pause déjeuner du midi. Ils sont encore moins à le prendre l'après-midi (6%) ou le soir (seulement 3%).

Par ailleurs, près des deux tiers de nos compatriotes boivent au moins 2 cafés par jour. Ils sont encore 38% à en consommer 2 à 3 tasses quotidiennement. 24% en prennent plus de 3 et 17% ne boivent pas de café du tout.

Pour eux, un café est avant tout un espresso (55%). Devant les boissons latte (21%), le café filtré (17%) et le décaféiné (4%).

Ecrit par le 16 juin 2026



Crédit : De'Longhi-Etude commercial Rentech Digital 2025

Le 'p'tit noir' en pole position en Vaucluse et dans la région Paca

Il apparaît que c'est dans le Sud-Est de la France que l'on trouve le plus grand nombre d'adeptes du 'p'tit noir'. Ainsi, 72% des habitants déclarent consommer majoritairement de l'espresso, un record toutes régions confondues. Dans le même temps, c'est en Bretagne que l'on compte les consommateurs les plus fréquents dans la journée. Ils sont 36% à boire plus de 3 café par jour.

Côté Sud-Ouest, c'est là que se trouve la plus forte proportion d'amateurs de cappuccino. Plus de 31% des consommateurs y privilégient le Cappuccino, bien au-dessus de la moyenne nationale.

Dans ce tour de France des 'accros' au café, 32% des habitants du Nord boivent principalement du café filtre, record national, très au-dessus des autres régions. Toujours à la pointe de la 'sophistication', les consommateurs d'Île-de-France sont deux fois plus que les provinciaux à boire de latte. Ils sont ainsi 15%

Ecrit par le 16 juin 2026

à en boire contre seulement 8% pour le reste de l'Hexagone.

Cette consommation de café dans la région francilienne s'inscrit dans une culture du 'hors domicile', portée par l'essor des coffee-shops. Aujourd'hui, l'Île-de-France compte de loin le plus grand nombre de coffee-shops en France, avec environ 980 établissements, soit plus du quart de tous les coffee-shops du pays.

Enfin, c'est dans l'Est que l'on observe le plus fort taux de personnes (37%) consommant plusieurs sortes de café dans la journée (espresso, filtré, cappuccino...).

LES FRANÇAIS SONT DE VRAIS AMATEURS ...



62 % boivent au moins 2 cafés par jour

38 % 2 à 3 cafés

24 % plus de 3 cafés

17 % ne boivent pas de café du tout

L'ESPRESSO DOMINE MAIS ON CONSTATE UN VRAI ESSOR DES AUTRES BOISSONS

{ il y a 5 ans 75% pour l'Espresso }



55 %
Espresso



21 %
Boissons
Latte



17 %
Café filtre



4 %
Décaféiné

Crédit : De'Longhi-Etude commercial Rentech Digital 2025

Les machines à café avec broyeur ont le vent en poupe

Avec 45% des réponses, le goût arrive largement en tête des critères de choix d'une machine à café. Un résultat qui traduit une attente forte des consommateurs : obtenir une qualité aromatique et une constance du résultat en tasse.

Ce chiffre démontre l'essor des machines espresso avec broyeur, capables d'extraire toute la richesse aromatique du café fraîchement moulu, pour un résultat en tasse jugé incomparable. Juste derrière le goût, la simplicité d'utilisation arrive en deuxième position (24%).

« Les consommateurs veulent aujourd'hui un café d'excellente qualité, mais sans complexité, explique [Xavier Caro](#), directeur marketing et communication, De'Longhi. Une simple touche pour choisir sa boisson, la possibilité de personnaliser son café et un entretien facilité : c'est cette combinaison entre goût et simplicité qui fait le succès de nos machines espresso. ».

Ecrit par le 16 juin 2026

Vente de services financiers : de nouvelles règles pour protéger les consommateurs



Il vous arrive de souscrire en ligne ou par téléphone à des offres de services financiers (assurance, prêt, produit d'épargne...)? Afin de protéger davantage les consommateurs, de nouvelles règles seront mises en place à compter de juin 2026. Une ordonnance et un décret du 5 janvier 2026 introduisent les nouvelles dispositions. [Service Public](#) vous en dit plus.

[L'ordonnance du 5 janvier 2026](#) transpose une directive européenne de novembre 2023 destinée à mieux protéger les consommateurs souscrivant à des services financiers en ligne ou par téléphone. Les professionnels concernés seront tenus à de nouvelles règles en matière de droit de rétractation et d'informations du consommateur.

Le droit de rétractation facilité

Pour les contrats conclus à distance au moyen d'une interface en ligne, l'ordonnance impose « un accès facile, direct et permanent au droit de rétractation ». Le professionnel doit mettre à la disposition du consommateur, sans frais, cette fonctionnalité lui permettant d'exercer gratuitement ce droit, et ce avant l'expiration du délai prévu par le code de la consommation.

Ecrit par le 16 juin 2026

Des informations précontractuelles obligatoires

Le cadre des informations précontractuelles destinées aux consommateurs est renforcé. Le code de la consommation est modifié pour contraindre les entreprises à fournir gratuitement, avant la signature du contrat, toutes les « explications adéquates concernant les contrats de services financiers proposés » : informations concernant le professionnel et les produits proposés, modalités du droit de rétractation, possibilité de faire une réclamation, prix dû par le consommateur (comprenant l'ensemble des commissions, charges, dépenses et taxes afférentes), conséquences en cas de défaut ou de retard de paiement, etc.

Les informations doivent être fournies de manière lisible et compréhensible et le caractère commercial doit apparaître sans équivoque. Elles doivent par ailleurs être accessibles aux consommateurs en situation de handicap.

Le contrat souscrit par téléphonie vocale sécurisé par une vente en « 2 temps »

L'ordonnance revoit le cadre réglementaire pour les contrats conclus par voie de téléphonie vocale. À chaque démarchage téléphonique, le professionnel devra indiquer au début de la conversation son nom, le but commercial de l'appel, et si celui-ci est enregistré.

L'ordonnance indique que lorsqu'un contrat est conclu à la suite d'une prise de contact par téléphonie vocale, y compris à l'initiative du consommateur, le fournisseur doit adresser au consommateur, sur papier ou tout autre support durable, une confirmation de l'offre qu'il a faite. « Le consommateur n'est engagé par cette offre qu'après l'avoir signée sur papier ou tout autre support durable » (entrée en vigueur de cette disposition à compter du 1^{er} janvier 2027).

Pas de manipulation des consommateurs

Enfin, les interfaces en ligne ne doivent pas être conçues « de façon à tromper ou à manipuler les consommateurs destinataires du service [ou] de toute autre façon propre à altérer ou à entraver substantiellement leur capacité à prendre des décisions libres et éclairées ».

Les pratiques visées sont les suivantes :

- influencer la décision du consommateur dans la manière de présenter les offres ;
- demander de façon répétée aux consommateurs de faire un choix qui a déjà été fait, notamment en faisant apparaître une fenêtre contextuelle de nature à perturber leur choix ;
- rendre la procédure de désinscription d'un service plus complexe que la procédure d'inscription.

L.G.

Rappel

L'interdiction de principe du démarchage téléphonique dans tous les secteurs entre en vigueur à partir

Ecrit par le 16 juin 2026

du 11 août 2026 ([loi du 30 juin 2025 contre toutes les fraudes aux aides publiques](#)). Le professionnel devra mettre immédiatement fin à l'appel si le consommateur ne souhaite pas le poursuivre et aura interdiction de le recontacter.

Le démarchage téléphonique ne sera possible que dans 2 cas :

- si le consommateur a donné au préalable son accord à être prospecté, de façon « libre, spécifique, éclairée, univoque et révoquant » ;
- ou lorsque l'appel porte sur un contrat en cours.

Le magasin Animalis de Sorgues est désormais disponible sur Uber Eats

Ecrit par le 16 juin 2026



Au cours du mois d'octobre, l'application de livraison [Uber Eats](#) et l'animalerie [Animalis](#) ont annoncé leur partenariat. Il est désormais possible de se faire livrer ses croquettes en quelques dizaines de minutes.

10 magasins Animalis de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur sont à présent référencés dans l'application Uber Eats, dont celui de Sorgues. Cela concerne aussi ceux d'Aix-en-Provence, Aubagne, Cannes, La Ciotat, La Seyne-sur-Mer, Les Pennes-Mirabeau, Mandelieu-La-Napoule, Marseille, Nice, Puget-sur-Argens, et Saint-Maximin.

Nourriture, friandises, produits d'hygiène, jouets ou encore accessoires pour chiens, chats, poissons, oiseaux, reptiles et rongeurs peuvent maintenant être commandés sur l'application et livrés en une trentaine de minutes à son domicile. « Ce partenariat vient proposer aux clients une nouvelle façon de prendre soin de leurs animaux avec une livraison en quelques clics depuis l'application », expliquent les équipes d'Uber Eats.

Ecrit par le 16 juin 2026

Ce partenariat part surtout d'un constat : plus d'un foyer français sur deux vit avec un animal, et 71% des utilisateurs de l'application Uber Eats possèdent au moins un animal de compagnie, selon la plateforme [GWI](#).

Consommation responsable : en Vaucluse, le gagnant est... Orange



Les plateformes [leboncoin](#), [Too Good To Go](#) et [BlaBlaCar](#) viennent de publier la 3^e édition de leur classement* des villes françaises les plus engagées dans un mode de vie responsable. Misant sur une nouvelle manière de consommer et de se déplacer, alliant simplicité, impact écologique et gain de pouvoir d'achat les trois acteurs du numérique proposent donc de découvrir les villes les plus 'vertueuses' dans ces domaines. Pour cela, ce classement s'appuie

Ecrit par le 16 juin 2026

sur les plus de 54 millions d'utilisateurs cumulés en France pour mettre en lumière les territoires où la consommation responsable, la lutte contre le gaspillage alimentaire et la mobilité partagée font pleinement partie des habitudes.

Pour la troisième année consécutive, Bordeaux se hisse en tête du classement des grandes villes de plus de 100 000 habitants. Une performance qui reflète à la fois les politiques locales ambitieuses en matière de transition écologique (mobilité douce, tri des biodéchets, bio et vrac...) et l'implication quotidienne de ses habitants, très actifs dans les pratiques de seconde main, de covoiturage ou de lutte contre le gaspillage alimentaire.

Rouen et Lyon complètent le podium alors qu'Aix-en-Provence recule

Portée par une forte progression sur l'ensemble des usages Rouen grimpe de 4 places pour se hisser à la 2^e place. De son côté Lyon, qui complète le podium, gagne 3 places grâce à un socle solide d'usagers actifs sur les trois plateformes.

Derrière, seule Aix-en-Provence, en retrait de 5 places, représente les grandes villes de Provence-Alpes-Côte d'Azur. C'est cependant mieux que Paris (18^e), en recul de 3 places alors que chez nos voisins d'Occitanie Toulouse reste 5^e et Montpellier 15^e.

	Ville de + de 100K habitants	Différence de classement avec 2024
1	Bordeaux	=
2	Rouen	+4
3	Lyon	+3
4	Grenoble	-2
5	Toulouse	=
6	Clermont Ferrand	+4
7	Caen	+5
8	Rennes	+3
9	Aix en Provence	-5
10	Angers	+4

Une économie de la débrouille

Ecrit par le 16 juin 2026

« Comme les années précédentes, l'intensité du recours à ces plateformes dans un territoire donné traduit à la fois le degré de sensibilité écocitoyenne de la population locale, mais également sa propension à adopter les pratiques s'apparentant à ce que nous avons appelé 'l'économie de la débrouille', analyse Jérôme Fourquet, directeur opinion de [l'ifop](#). Grâce à ce palmarès, on peut aussi identifier des territoires, où les relations sociales sont plus maintenues qu'ailleurs et au sein desquelles la confiance interpersonnelle et la propension à la coopération sont plus répandues. À la lecture de ce classement on peut une nouvelle fois en conclure que la moitié ouest du pays s'est davantage appropriée ces outils et est manifestement entrée plus rapidement dans l'ère de l'économie collaborative. »

Et dans les villes moyennes ?

Chez les villes de 20 000 à 100 000 habitants, Blagnac conserve la première place du classement, confirmant son ancrage dans les pratiques responsables. Chambéry (+2) et Saint Herblain (-1) complètent respectivement le podium, elles aussi portées par une forte adhésion locale à la consommation durable. Vannes, quant à elle, dégringole en bas du classement (-16 places). A l'inverse, Orange figure en 12^e position. La cité des princes progresse de 21 places. De quoi figurer largement devant Avignon (94^e), Carpentras (137^e) et Arles (159^e) ainsi que toutes les autres communes vauclusiennes de cette strate n'apparaissent même pas dans ce top de la consommation responsable visant à lutter contre le gaspillage alimentaire et la mobilité partagée.

Ecrit par le 16 juin 2026

	Ville entre 20K et 100K habitants	Différence de classement avec 2024
1	Blagnac	=
2	Chambéry	+2
3	Saint Herblain	-1
4	Biarritz	+5
5	Voiron	+16(NOUEAU)
6	Bourgoin Jallieu	+12
7	Orvault	-2
8	Mérignac	+3
9	Gap	+40 (NOUEAU)
10	Beaune	+49(NOUEAU)
11	Laval	+47(NOUEAU)
12	Orange	+21(NOUEAU)
13	Challans	+64(NOUEAU)
14	Rodez	+9(NOUEAU)
15	Agde	+49(NOUEAU)
16	Annemasse	+45(NOUEAU)

Une lecture régionale : l'Ouest et le Sud-Est en tête

Le classement 2025 révèle une forte mobilisation dans l'Ouest (Nouvelle-Aquitaine, Bretagne, Pays de la Loire) et dans le Sud-Est (Auvergne-Rhône-Alpes, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Occitanie). Ces régions concentrent plus de la moitié des villes du top 20, qu'il s'agisse de métropoles comme Bordeaux,

Ecrit par le 16 juin 2026

Grenoble ou Toulouse, ou de villes moyennes comme Blagnac, Chambéry, Biarritz ou encore Voiron.

Un levier écologique et économique

« Dans un contexte de tensions économiques persistantes, le pouvoir d'achat reste une motivation forte, explique les commanditaires de l'étude. Mais pour des millions de Français, adopter ces usages est aussi un geste pour la planète. C'est cette double logique écologique et économique qui continue d'accélérer l'adoption de ces pratiques dans tout le pays. »

L.G.

**Chaque plateforme a réalisé son propre classement des villes où le taux d'utilisateurs par rapport au nombre d'habitants était le plus élevé, sur une période d'un an, en se basant sur : le nombre d'utilisateurs actifs par ville sur la catégorie 'Biens de consommation' pour leboncoin, le nombre de paniers sauvés par ville pour Too Good To Go et le nombre de conducteurs et passagers actifs par ville pour BlaBlaCar. Les 3 classements ont été mis en commun en additionnant les positions de chaque ville pour établir le résultat final. Les grandes villes françaises de plus de 100 000 habitants et les villes de taille moyenne entre 20 000 et 100 000 habitants selon les critères de l'INSEE ont ainsi été prises en considération.*

Tickets-restaurant : les salariés veulent plus de souplesse

Ecrit par le 16 juin 2026



La ministre du Commerce, Véronique Louwagie, a annoncé hier la pérennisation, au 1er janvier 2027, de l'utilisation des titres-restaurant en supermarché, alors que le gouvernement poursuit sa réflexion sur une réforme plus globale du dispositif. Une décision en ligne avec les attentes des salariés puisque selon le Baromètre 2025 d'Openeat, 70% d'entre eux préfèrent un titre alimentaire utilisable en grande distribution, plutôt qu'un titre réservé uniquement aux restaurants.

[Openeat](#), solution d'usage des titres-restaurant, dévoile les résultats de son Baromètre 2025, réalisé par [l'institut de sondage Selvitys](#) auprès de 2 000 salariés bénéficiaires de titres-restaurant. L'étude révèle une attente forte des salariés en faveur de plus de flexibilité et d'accessibilité, notamment avec la prolongation de leur usage en grande distribution et l'ouverture à d'autres jours de la semaine.

Un large soutien à la prolongation de l'utilisation en grande distribution

Depuis son instauration en 2022, l'autorisation d'utiliser les titres-restaurant pour des achats en grande distribution a profondément modifié les habitudes des salariés. 80% des bénéficiaires souhaitent voir cette mesure prolongée au-delà de 2026, preuve qu'elle répond à un besoin réel pour la gestion quotidienne du budget alimentaire. Ce chiffre montre que les titres-restaurant ne sont plus seulement perçus comme un outil pour le déjeuner au travail, mais qu'ils répondent désormais à des besoins plus larges, notamment avec l'essor du télétravail et l'évolution des modes de consommation.

Ecrit par le 16 juin 2026

Des salariés favorables à une réforme qui simplifie et élargit leur usage

Le Baromètre 2025 met également en lumière un soutien massif à certaines propositions du gouvernement visant à réformer le dispositif. 86% des salariés souhaitent pouvoir utiliser leurs titres-restaurant les dimanches et jours fériés, confirmant un besoin de souplesse pour mieux s'adapter aux rythmes de consommation actuels.

Par ailleurs, 68% des bénéficiaires sont favorables à une limitation des commissions prélevées aux commerçants, un enjeu majeur bien compris des Français, pour encourager leur acceptation plus large dans les restaurants et commerces alimentaires.

En revanche, moins de la moitié des salariés est favorable à un plafond d'utilisation plus élevé au restaurant qu'en commerce alimentaire (49% - exemple : 25€ en restaurant contre 19€ en supermarché), illustrant une réticence à restreindre leur liberté de choix.

« Les attentes des salariés sont claires : plus de souplesse, plus d'accessibilité et une meilleure prise en compte des évolutions des modes de consommation. »

Catherine Coupet, fondatrice d'Openeat

Un modèle polyvalent largement préféré par les salariés

L'étude révèle un engouement croissant pour un modèle plus souple dans la possibilité d'achats alimentaires puisque sept salariés sur dix choisiraient un « titre alimentaire », utilisable en supermarché et commerces alimentaires, contre seulement 30% qui privilégieraient un titre exclusivement réservé aux restaurants. Cette préférence est encore plus marquée chez les salariés les plus âgés : 73% des 50 ans et plus préfèrent le titre alimentaire, contre 59% des 18-24 ans, révélant un besoin différent selon les profils de consommateurs. Ces résultats soulignent l'importance de conserver un dispositif polyvalent, qui s'adapte aux besoins des salariés et leur laisse le choix de son mode d'utilisation.

Un levier incontournable pour le pouvoir d'achat des salariés

Les titres-restaurant s'imposent comme un avantage clé pour les salariés en France. La grande majorité des bénéficiaires les considèrent comme utiles (94%), et 78% comme indispensables à leur quotidien, tandis que 88 % les perçoivent comme un soutien direct à leur pouvoir d'achat. L'impact des titres-restaurant va au-delà du simple aspect financier puisque huit bénéficiaires sur dix affirment qu'ils leur permettent de mieux manger pendant leurs pauses déjeuner (83%) et qu'ils les utilisent pour mieux faire leurs courses alimentaires 78%.

« D'après notre baromètre, les attentes des salariés sont claires : plus de souplesse, plus d'accessibilité et une meilleure prise en compte des évolutions des modes de consommation. Le succès de l'utilisation des titres-restaurant en grande distribution et la demande pour une flexibilité accrue montrent qu'il est temps de repenser ce dispositif pour mieux répondre aux besoins réels des bénéficiaires. Chez Openeat, nous avons conçu une solution qui allie liberté d'usage et simplicité, afin que les salariés puissent profiter pleinement de cet avantage sans contrainte » déclare [Catherine Coupet](#), fondatrice d'Openeat.

Principaux enseignements :

Ecrit par le 16 juin 2026

- 86% sont favorables à leur utilisation les dimanches et jours fériés
- 80% des salariés souhaitent la prolongation de l'utilisation des titres-restaurant en grande distribution
- 78% les utilisent pour mieux faire leurs courses
- 70% choisiraient un titre alimentaire plutôt qu'un titre exclusivement restaurant
- 68% soutiennent une limitation des commissions prélevées aux commerçants pour faciliter leur acceptation

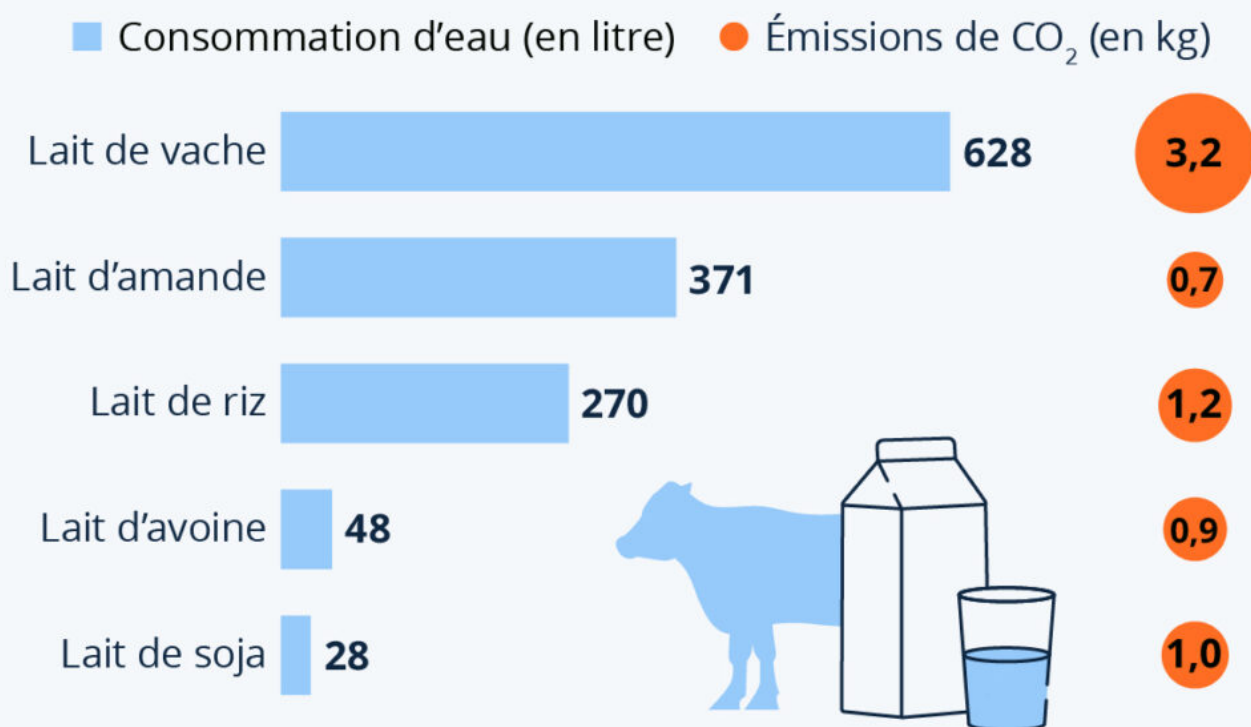
L.G.

Quel est le lait le plus écologique ?

Écrit par le 16 juin 2026

Quel est le lait le plus écologique ?

Impact environnemental de la production d'un litre des laits suivants



Source : Science via The New York Times



statista

L'impact environnemental de notre production alimentaire est multiple. Consommation d'eau, exploitation des terres, émissions de CO₂, ... les aliments que nous consommons ont une empreinte écologique, qui peut varier de façon importante. C'est par exemple très évident dans le cas du lait et de ses alternatives végétales.

Ecrit par le 16 juin 2026

Comme le montre notre infographie, basée sur des [données](#) du magazine Science compilées par le New York Times, 628 litres d'eau sont nécessaires à la production d'un litre de lait de vache. Même le lait végétal le plus gourmand en eau, le lait d'amande, n'atteint que 60 % de ce niveau de consommation, alors que le lait de soja et le lait d'avoine ne nécessitent qu'une fraction de l'eau utilisée pour la production du lait de vache.

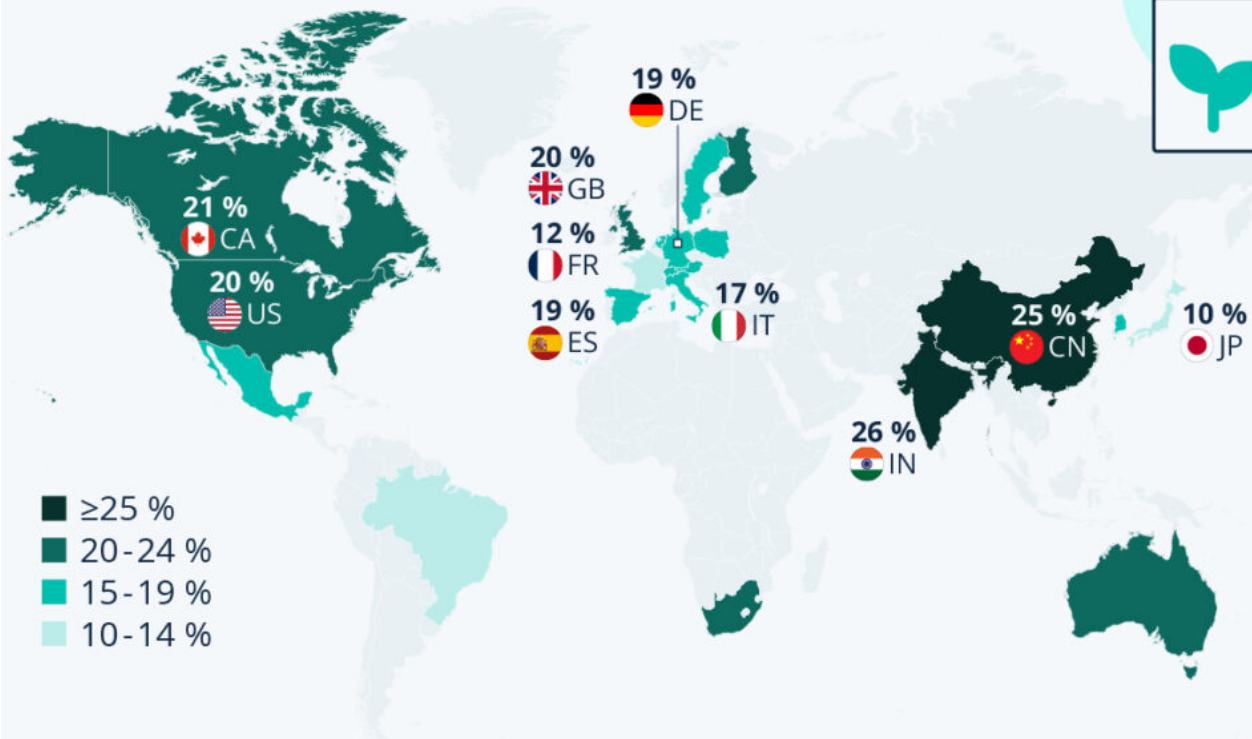
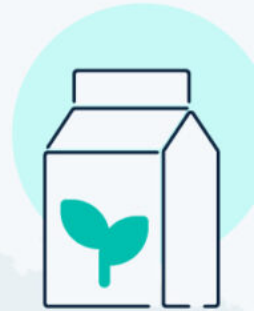
Le lait de vache est également mauvais élève pour ce qui est des émissions de CO₂, puisque la production d'un litre de lait de vache entraîne l'émission d'environ 3,2 kg d'équivalent CO₂. Par comparaison, le lait de riz cause moins de 40 % des émissions de CO₂ générées par le lait de vache.

Il existe toutefois - outre le type de lait - un autre facteur non négligeable dans le détermination de l'impact environnemental : le type de production. Une [étude](#) de l'université de Cambridge a par exemple montré que l'on pouvait réduire significativement l'empreinte carbone du [lait de vache](#) en passant à un élevage durable basé sur le pâturage.

Ecrit par le 16 juin 2026

Dans quels pays consomme-t-on le plus de laits végétaux ?

Part des répondants consommant régulièrement du lait végétal dans une sélection de pays



Base : 1 000-10 000 adultes (18-64 ans) interrogés en ligne entre avril 2024 et mars 2025.

Source : Statista Consumer Insights



statista

Laits végétaux : où en consomme-t-on le plus et le moins ?

De plus en plus de personnes dans le monde renoncent aux produits laitiers, en partie à cause de leur [importante empreinte environnementale](#), et l'offre croissante de produits de substitution permet aux consommateurs de passer facilement des produits d'origine animale aux produits d'origine végétale. Si la part des [buveurs de lait](#) dans le monde est encore nettement plus élevée, la population qui consomme

Ecrit par le 16 juin 2026

régulièrement du lait végétal comme le lait de soja ou d'avoine est néanmoins considérable, surtout en Asie et dans les pays arabes.

Selon les données récoltées par Statista dans le cadre des Consumer Insights, l'Inde et la Chine sont les pionniers dans ce domaine : 26 % des personnes interrogées en Inde, et un quart des personnes interrogées en Chine, déclaraient en effet consommer régulièrement du lait végétal.

En France, seuls 12 % des répondants à l'enquête consommaient régulièrement des substituts aux laits d'origine animale. Ils étaient 21 % au Canada, 20 % aux États-Unis, 19 % en Allemagne et en Espagne et 17 % en Italie. Des pays inclus dans l'enquête, seul le Japon présentait une part de consommateurs de lait végétal plus faible que la France, puisque seulement 10 % des personnes interrogées dans le pays disaient en consommer régulièrement.

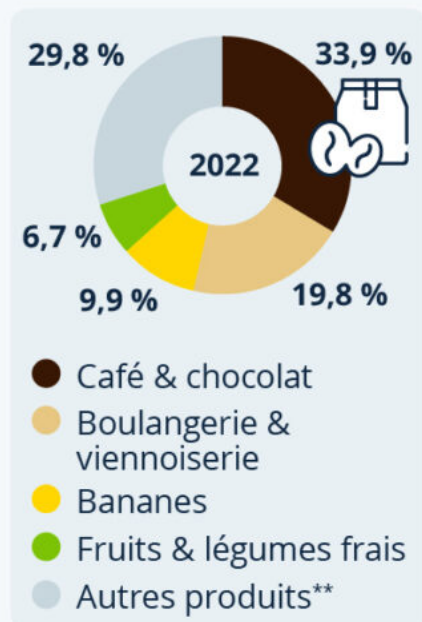
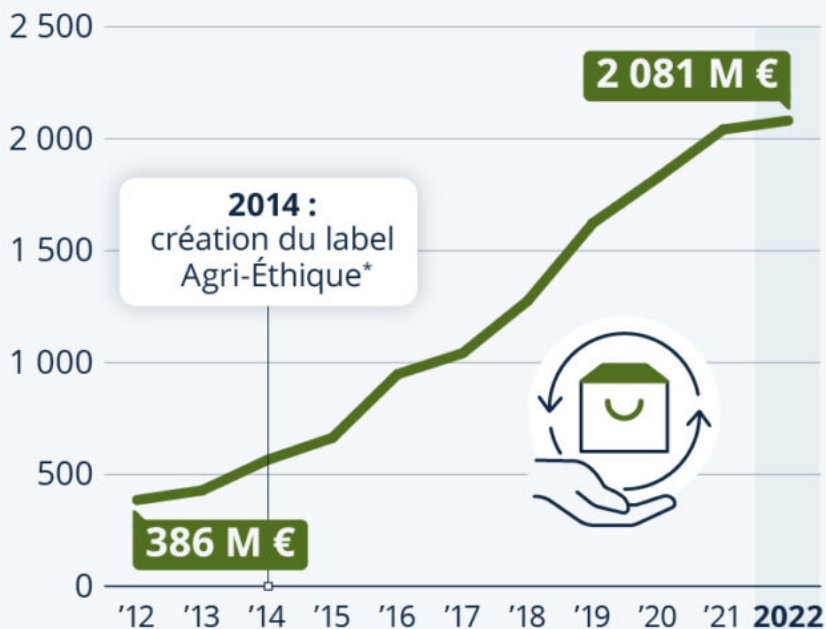
De Valentine Fourreau pour [Statista](#)

L'essor du commerce équitable français

Ecrit par le 16 juin 2026

L'essor du commerce équitable français

Valeur des ventes de produits issus du commerce équitable en France et répartition des ventes par produit en 2022



* Premier label de commerce équitable de produits issus de filières françaises

** Produits alimentaires et non alimentaires

Source : Commerce Équitable France



statista

Les consommateurs sont de plus en plus sensibles aux critères tels que le respect de l'environnement, la santé et les conditions sociales de production dans leurs comportements d'achat. Dans ce contexte, les produits issus du commerce équitable ont connu ces dernières années un essor important en France.

En effet, comme le montrent les données du dernier rapport « [Observatoire du commerce équitable](#) »

Écrit par le 16 juin 2026

publié à ce jour par le collectif Commerce Équitable France, les ventes de produits issus du commerce équitable ont quadruplé en valeur entre 2014 et 2022, dépassant le cap des 2 milliards d'euros pour la première fois en 2021. Comme l'indique notre infographie, cette croissance fulgurante est en partie due à la création du label Agri-Éthique en 2014 - le premier label de commerce équitable de produits issus de filières françaises. Cette certification vise à garantir un prix rémunérateur pour les agriculteurs français en rémunérant la production agricole à sa juste valeur et compte aujourd'hui plus de 2 800 partenaires sur le territoire national (exploitants agricoles, entreprises agroalimentaires, artisans, boulangeries, etc.).

Le marché français du commerce équitable reste actuellement pour l'essentiel concentré sur l'alimentation, qui représentait 95 % de la valeur totale du marché en 2022. Si les deux produits alimentaires phares du commerce équitable, le café et le chocolat, se taillent toujours la part du lion avec environ un tiers des ventes (33,9 % en 2022), les produits de boulangerie, notamment grâce au label Agri-Éthique, contribuent désormais à environ un cinquième du chiffre d'affaires du marché (19,8 % en 2022). Parmi les autres produits équitables les plus achetés en France, on trouve également les bananes (9,9 % des ventes en 2022) et les fruits et légumes frais (6,7 %). Ensemble, ces quatre catégories de produits représentent plus de deux tiers des ventes du marché du commerce équitable en France.

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

Marie Blachère parmi les enseignes dans lesquelles les Français ont le plus augmenté leurs dépenses en 2024

Écrit par le 16 juin 2026

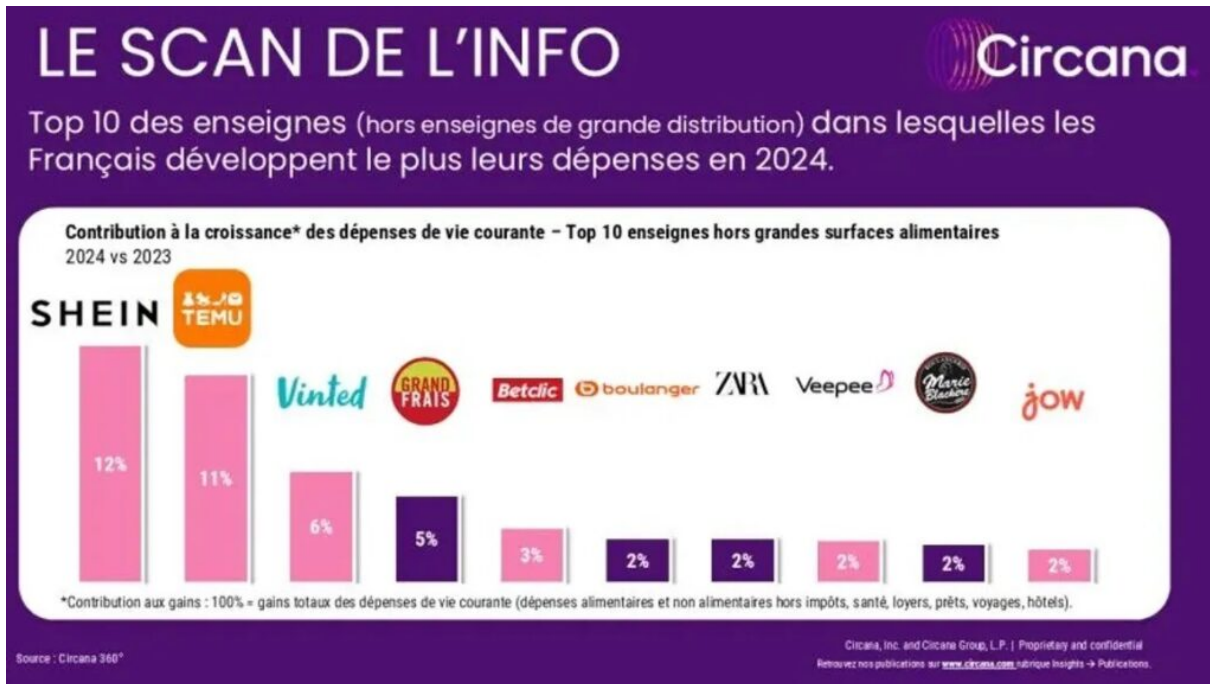


L'entreprise [Circana](#) a révélé en février dernier que l'enseigne de boulangerie [Marie Blachère](#), dont le siège est basé à Châteaurenard, figure parmi les enseignes dans lesquelles les Français ont le plus développé leurs dépenses au cours de l'année 2024.

En 2023, une enquête d'[UFC-Que Choisir](#), comparant les produits des chaînes de boulangerie, révélait que Marie Blachère proposait les meilleurs produits pour la santé, avec le moins de sel et d'additifs. Un argument non négligeable auprès de la clientèle qui, aujourd'hui encore, semble beaucoup apprécier cette enseigne puisqu'elle se situe parmi celles dans lesquelles les Français ont le plus augmenté leurs dépenses en 2024.

C'est en tout cas ce qu'a révélé l'entreprise Circana, qui fournit diverses données et analyses incluant des informations sur les distributeurs, les tendances du marché et les préférences des consommateurs. Dans le top 10 de ces enseignes, on trouve les deux Chinois Shein et Temu en tête, suivis du site de seconde-main Vinted. Marie Blachère se situe en 9e position de ce classement avec +2% d'augmentation des dépenses des Français dans cette enseigne entre 2023 et 2024.

Ecrit par le 16 juin 2026



©Circana 360°

L'enseigne aux plus d'1 milliard d'euros de chiffre d'affaires comptabilise aujourd'hui plus de 850 boutiques en France et à l'étranger, 12 000 collaborateurs, et vend plus de 380 millions de baguettes par an.

Les smartphones et les réseaux sociaux responsables de troubles anxieux chez les enfants

Ecrit par le 16 juin 2026



On savait que l'abus d'écrans pouvait avoir chez les enfants des effets néfastes. Mais l'essor encore récent des smartphones n'avait pas permis jusqu'alors de conduire de réelles études d'impacts sur la santé mentale. [Jonathan Haidt](#), professeur à la New-York University Stern School of business, spécialiste de psychologie sociale, vient de publier le fruit de ses travaux dans un ouvrage traduit en français : « [Génération anxieuse](#) » paru aux éditions [Les Arènes](#).

Le constat est alarmant : « les réseaux sociaux menacent la santé mentale des jeunes » affirme Jonathan Haidt. Les chiffres sur l'anxiété, la dépression et l'automutilation grimpent en flèche avec le développement de la fréquentation des réseaux sociaux. Ce phénomène touche particulièrement les filles. Ainsi, en 2008, 12 % des adolescentes américaines avaient souffert d'un épisode dépressif au cours de l'année écoulée. Ce chiffre était proche de 30 % en 2020. Ce chercheur américain pointe notamment l'apparition d'Instragram, en 2010. La publication et le partage de photos de soi, où l'on se compare devant des centaines de milliers de personnes a des effets néfastes. Pour Jonathan Haidt , « il devient impossible pour ces jeunes filles de rencontrer les standards fixés ». « Leur miroir ne leur renvoi pas une image digne de ces standards ». Concernant les garçons les problèmes viennent d'avantage de la surconsommation de jeux vidéo et de la consultation de sites pornographiques. Les travaux conduit par le chercheur montrent que les enfants de la génération Z (nés entre 1990 et 2010) ont tendance à moins faire d'études supérieures, à trouver un emploi plus difficilement ou encore à ne pas quitter le domicile parental.

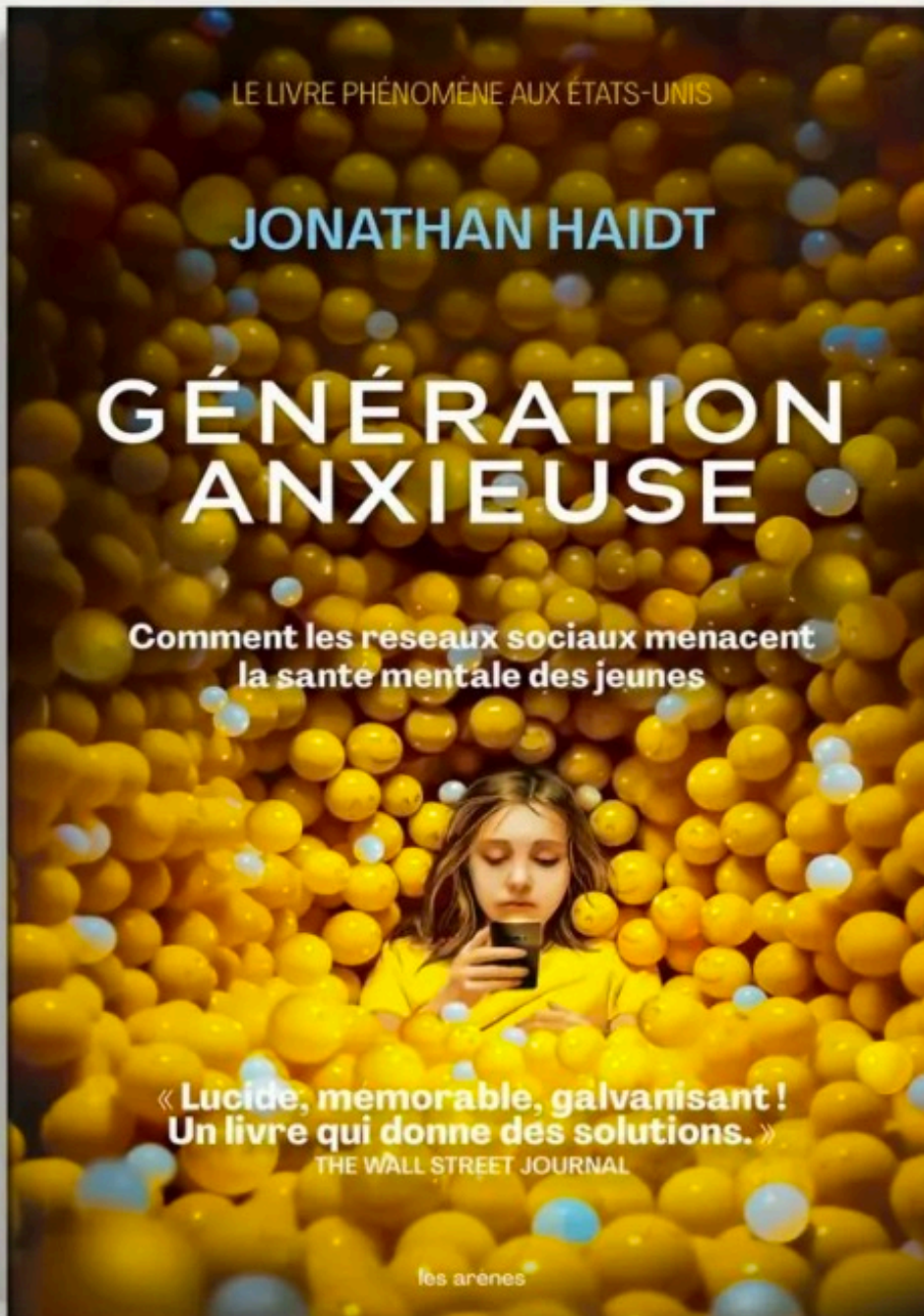
« Tout ce qui est nécessaire au développement des enfants s'évanouit »

Ecrit par le 16 juin 2026

D'une manière plus générale le fait d'être connecté en permanence « empêche les enfants d'être pleinement présents aux autres dans le monde réel ». « Ils ne jouent pas, ne courent pas, ne prennent pas de risque et n'apprennent donc pas de quoi ils sont capables. La lecture disparaît. Tout ce qui est nécessaire au développement des enfants s'évanouit ». « Et le jour où ces enfants doivent faire face au monde, ils sont alors pris d'anxiété » conclut Jonathan Haidt. Avec l'avènement de l'IA les écrans vont devenir encore plus attractifs prédit l'universitaire. « Des faux amis encore plus empathiques rendront leurs vies « plus faciles » et le développement de leurs attitudes sociales en pâtira », « tout cela se terminera mal » ajoute-t-il. Mais le chercheur américain reste optimiste et son livre se veut aussi un manuel à l'usage des parents. Il propose quelques solutions : pas de smartphone pour les moins de 14 ans, interdiction d'utilisation des téléphones dans les écoles, avoir au moins 16 ans pour pouvoir créer un compte sur un réseau social (mesure mise en place en Australie).

[« Génération anxieuse » paru aux éditions Les Arènes. 448 pages, 24,90 €](#)

Écrit par le 16 juin 2026



Écrit par le 16 juin 2026

© [« Génération anxieuse » paru aux éditions Les Arènes](#)