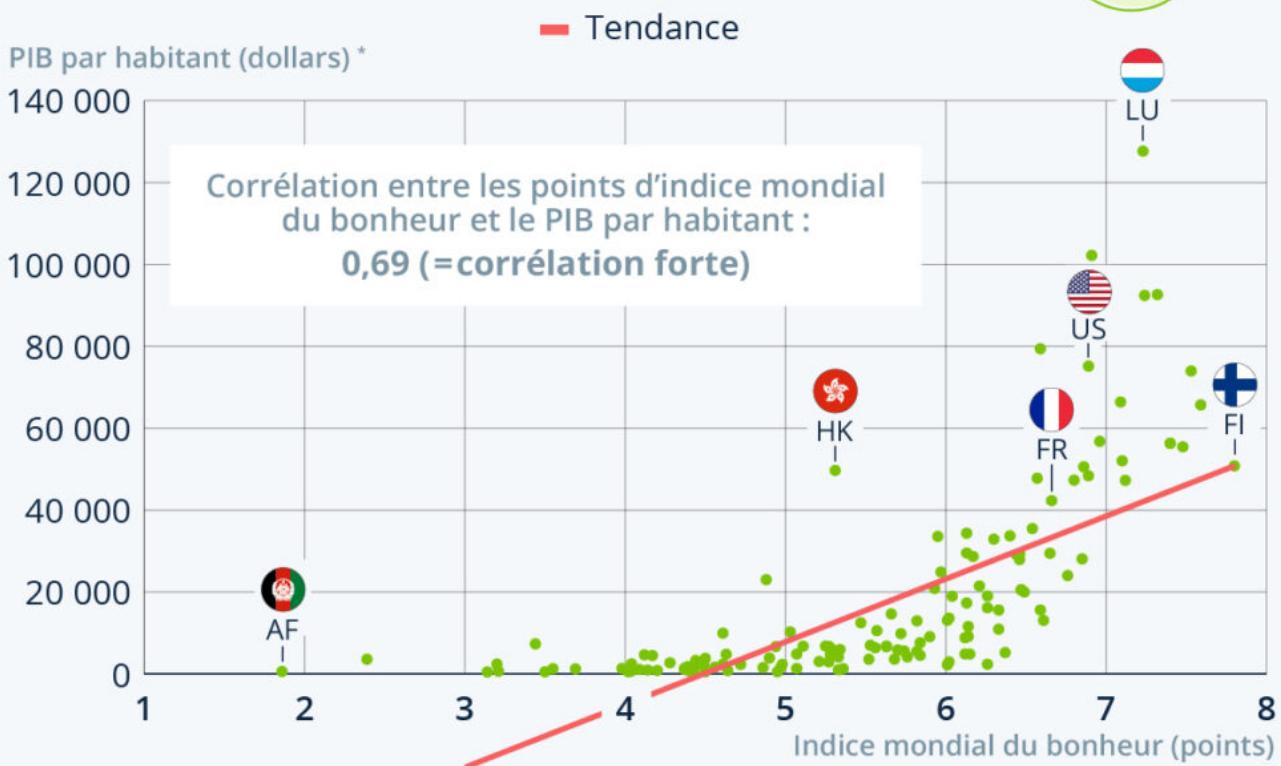


Ecrit par le 17 février 2026

La richesse fait-elle le bonheur ?

La richesse fait-elle le bonheur ?

Classement des pays selon l'indice mondial du bonheur 2023 et le niveau de PIB par habitant



* Estimation pour 2022 ou dernière année disponible.

Sources : World Happiness Report, FMI, calculs Statista




La question de savoir si la [richesse](#) fait le bonheur est présente dans l'esprit de l'humanité depuis

Ecrit par le 17 février 2026

longtemps, probablement au moins depuis l'apparition des premières monnaies, il y a plus de quatre millénaires. Notre infographie tente de s'approcher d'une réponse, tout du moins à l'échelle mondiale. Les données présentées ci-dessous représentent, d'une part, les scores obtenus par les 133 pays étudiés sur l'indice mondial du [bonheur](#) (axe X du graphique) et, d'autre part, leur produit intérieur brut par habitant (axe Y).

Comme l'indique la répartition des pays (points verts) et la ligne de tendance correspondante, il existe une corrélation entre ces deux variables : plus le [PIB](#) par habitant d'un pays est important, plus sa population a tendance à obtenir un indice de bonheur élevé. Le coefficient de corrélation (compris entre -1 et +1) atteint une valeur de 0,69, ce qui traduit une forte association positive entre ces variables.

Toutefois, il existe des écarts importants entre les pays et quelques données dites « aberrantes », qui contrastent grandement avec la plupart des autres valeurs mesurées. Par exemple, le PIB par habitant de Hong Kong (HK), qui s'élève à 49 700 dollars, est relativement important (supérieur à celui de la France : 42 300 dollars), mais son indice de bonheur de 5,3 est en relation plutôt faible : similaire à celui de nombreux pays qui affichent un PIB par habitant inférieur à 10 000 dollars (comme l'Algérie, l'Albanie et l'[Indonésie](#)).

À l'inverse, d'autres pays comme le Costa Rica et la Roumanie, dont le PIB par habitant (13 000 à 15 000 dollars) est plus de trois fois inférieur à celui de la France et du Royaume-Uni, parviennent à obtenir un indice de bonheur relativement élevé, puisque comparable à ces deux derniers (environ 6,6 points contre respectivement 6,7 et 6,8).

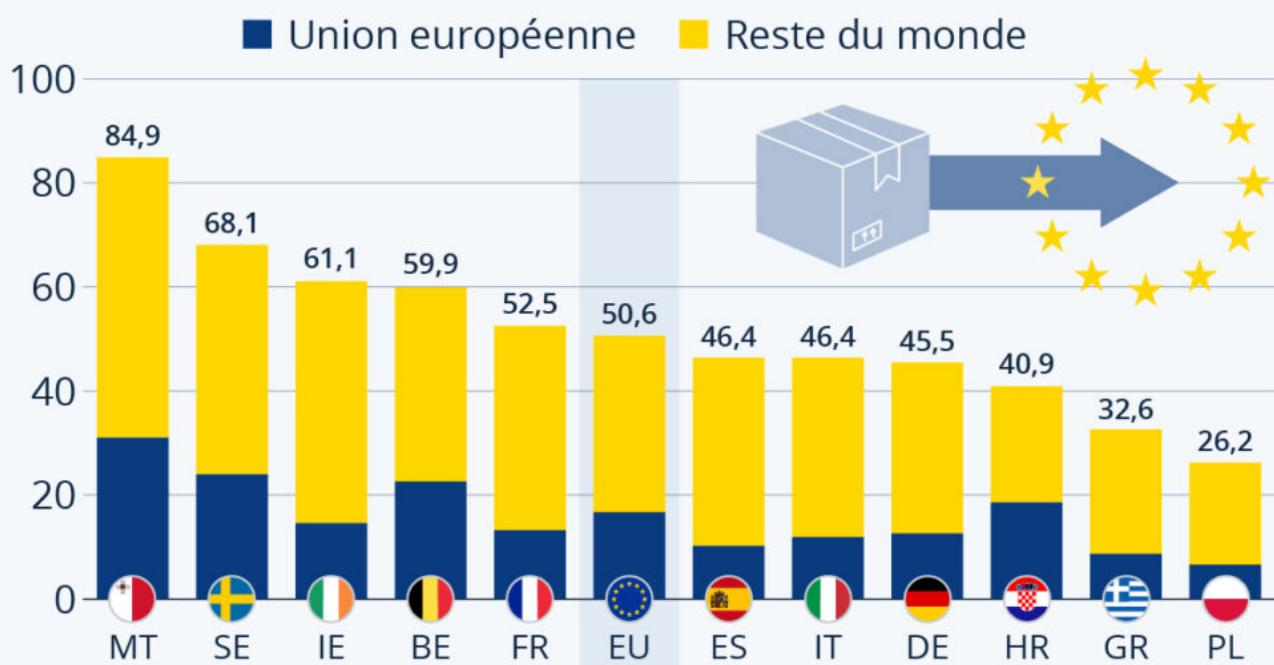
En conclusion, s'il existe bien un lien entre le niveau de richesse de la population et le bonheur ressenti dans un pays, d'autres facteurs sont également déterminants, tels que le contexte sociopolitique, le cadre et les [conditions de vie](#) (santé, éducation, libertés, etc.), ou encore la façon dont les richesses nationales sont utilisées et [redistribuées](#).

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

Les importations pèsent lourd dans l'empreinte carbone de l'UE

Les importations pèsent lourd dans l'empreinte carbone de l'UE

Part des émissions de CO₂ des pays liée aux importations de biens et services, par région d'origine (2018) *



* Production et transport des importations. La part restante correspond à l'ensemble des émissions domestiques (y compris les émissions directes des ménages).

Source : Insee



statista 

Le Parlement européen vient d'approver une législation visant à introduire progressivement une taxe sur les importations de produits à forte teneur en carbone, basée sur le CO₂ émis lors de leur production. Ce projet de loi, qui cible notamment les importations d'acier, de ciment, d'aluminium, de fertilisants et d'électricité, est une première mondiale et n'attend plus que l'approbation finale des pays de l'UE dans les prochaines semaines.

Ecrit par le 17 février 2026

Cette taxe vise à faire pression sur les pays extérieurs à l'UE pour qu'ils fixent un prix du carbone, tout en contrant les avantages que peuvent avoir les industries de l'UE qui délocalisent leur production dans des régions où la législation environnementale est moins stricte. Comme l'explique Les Échos : « Les importateurs devront acheter des certificats d'émission basés sur le prix du carbone qu'ils auraient dû acquitter si les biens avaient été produits dans l'UE. Car les entreprises européennes doivent acheter des quotas de CO2 sur le marché européen du carbone lorsqu'elles polluent ».

Si l'on tient compte de la taille de la population, la Chine émet 2 fois plus de dioxyde de carbone par habitant que la moyenne mondiale, l'UE 1,5 fois plus et les États-Unis 3 fois plus. Mais ces chiffres ne comptabilisent pas les émissions associées aux biens et services importés, dont une grande partie de la production (et de l'empreinte écologique) est localisée dans des [pays manufacturiers](#) qui dépendent encore beaucoup des énergies fossiles. En intégrant l'impact des produits utilisés localement mais fabriqués à l'étranger, l'[empreinte carbone](#) par habitant devient plus élevée dans l'UE qu'en Chine : 11 tonnes d'équivalent CO2 par an, contre 8. Le chiffre pour les États-Unis est de 21 tonnes.

Comme le révèlent des données de l'[Insee](#) reprises dans notre graphique, la part de l'empreinte carbone associée aux importations varie de 26 % à 85 % dans les pays de l'UE - la moyenne étant de 51 % (dont 34 % hors-UE). Avec un mix énergétique carboné qui gonfle ses émissions territoriales, la Pologne affiche la part la plus faible. À l'inverse, c'est Malte, une petite île dépendante du commerce extérieur, qui présente la part d'empreinte CO2 importée la plus élevée. L'Allemagne, l'Italie et la France se trouvent dans une situation intermédiaire (46 % à 53 %, dont 33 % à 39 % hors-UE).

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

Inflation : zoom sur la flambée des prix alimentaires

Ecrit par le 17 février 2026

Alimentation : zoom sur la flambée des prix

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

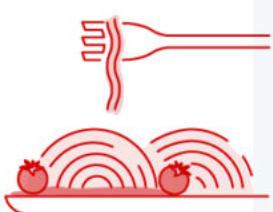
Petit-déjeuner

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



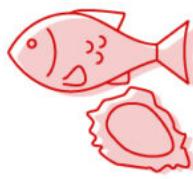
Plat de pâtes

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



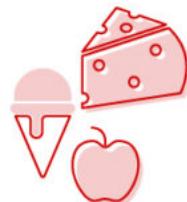
Poissons & Fruits de mer

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




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 :

Ecrit par le 17 février 2026

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 %.

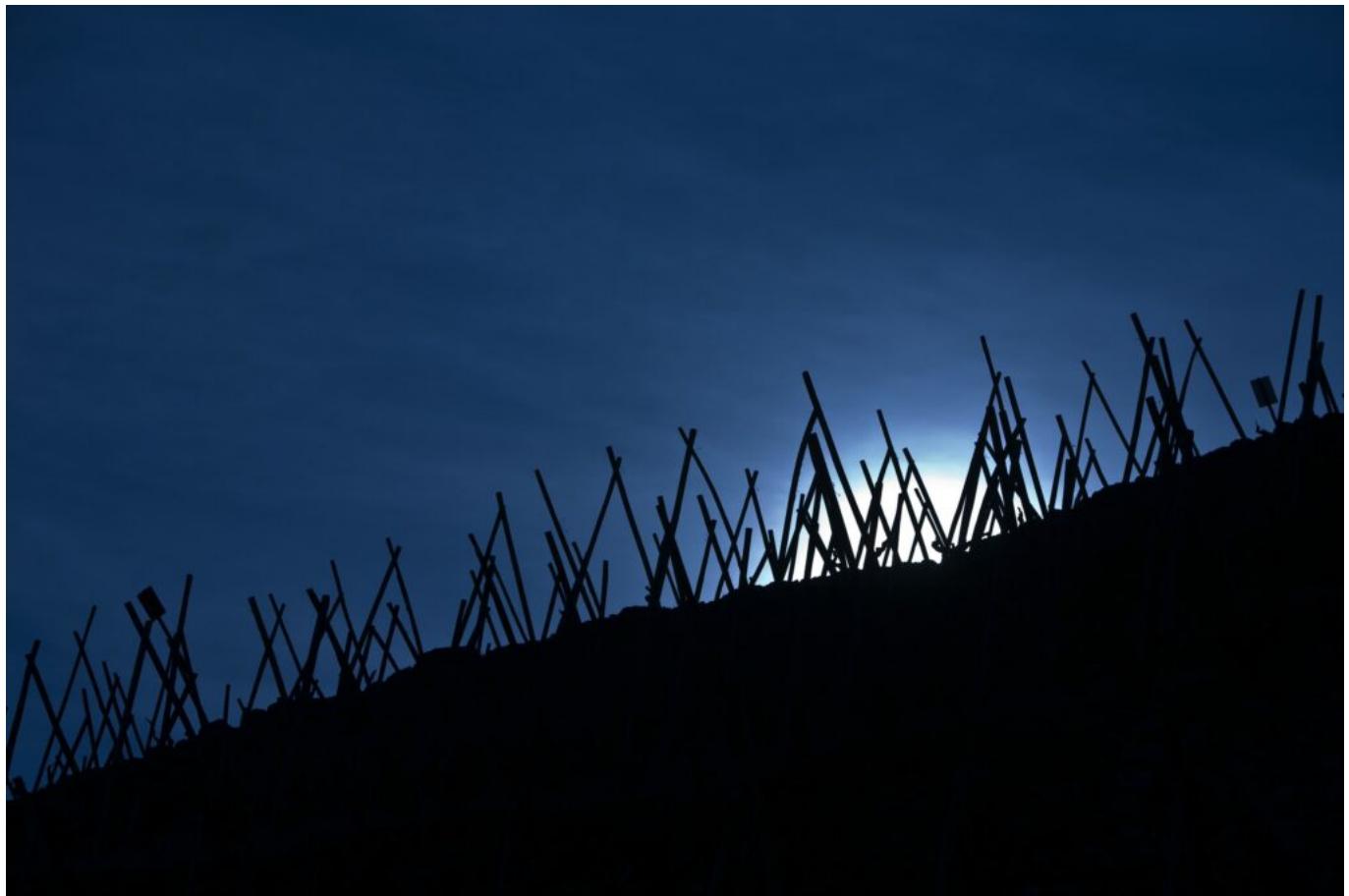
Les raisons de l'inflation alimentaire sont multiples. D'une part, on peut citer les effets de la guerre en Ukraine, qui a provoqué des hausses inévitables sur certaines matières premières (huile de tournesol, céréales, etc.). D'autre part, la hausse des prix de l'énergie a impacté l'agriculture, puisque 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](#).

Les vins de la Vallée du Rhône prêts à relever les défis de la mutation de la consommation

Ecrit par le 17 février 2026



Jusqu'au jeudi 6 avril c'est la 12^e édition de [Découvertes en Vallée du Rhône](#), le plus grand salon des vins avec 521 exposants d'Ampuis à Avignon, capitale des Côtes du Rhône. L'occasion pour l'interprofession de dresser le bilan de l'année écoulée et d'évoquer les pistes de développement de l'Appellation.

Du nord au sud, de Condrieu au Duché d'Uzès, en passant par la Côte Rôtie, Saint-Joseph, Cornas, Saint-Péray, Crozes, Hermitage, Tain, Visan, Cairanne, Sainte-Cécile-les-Vignes, Beaumes-de-Venise, Sablet, Roaix, Suze-la-Rousse, Gigondas, Vacqueyras, Rasteau, les Costières de Nîmes, Lirac, Chusclan, Laudun ou bien encore Valréas tout le monde de la vigne est réuni sous la même bannière, celle du 2^e vignoble de France qui occupe à lui seul 6 départements.

L'ensemble de la profession à la découverte des vins de la Vallée du Rhône

Ces 'Découvertes' sont l'occasion de montrer la richesse et la diversité des appellations Côtes-du-Rhône », de rencontrer vignerons, œnologues, cavistes, négociants, metteurs en marchés, sommeliers et restaurateurs, de déguster des cuvées, d'échanger, de s'informer sur la stratégie économique de la profession et de goûter en toute convivialité le travail des viticulteurs qui longent les rives du fleuve-roi, le Rhône. Avec en commun une mosaïque de terroirs sculptés par la géologie, le climat, le gel, la

Ecrit par le 17 février 2026

sècheresse, les orages diluviens, les rafales de mistral et le soleil parfois caniculaire.

Master-class pour visiteurs internationaux

Lundi 4 avril, la journée a débuté par une Master-class sur l'appellation Côte-Rôtie dans la salle polyvalente d'Ampuis, au sud de Lyon. Classée AOC depuis 1940, cette référence des Côtes-du-Rhône septentrionales existe dans une seule couleur, le rouge avec un cépage quasi-unique, la Syrah, agrémentée ou pas de quelques gouttes de Viognier. 333 hectares lui sont réservés, avec un rendement de 35 hectolitres par hectare et une production de 11 467hl en 2022.



Le thème de la dégustation à laquelle participaient œnologues et journalistes Chinois, Canadiens, Japonais, Allemands, Britanniques, Américains, Belges ou Italiens était : 'La grappe entière, un gage de fraîcheur ?' Une question que chacun se pose quand on voit, avec le réchauffement climatique, les températures estivales grimper, la pluie se faire rare, la sécheresse sévir, la vigne stresser. « Heureusement les nuits sont plutôt fraîches ici, en altitude, les vignes sur des coteaux escarpés et pentus, des restanques de pierre où le vigneron se faufile pour vendanger à la main » explique Philippe Guigal, actuel patron de la maison éponyme réputée dans le monde entier depuis plus de 6 décennies, grâce à ses grands-parents et à son papa Marcel. « Quand on encuve le raisin, on ne doit pas le déchirer, triturer la rafle. Grâce à elle, on met de l'eau dans notre vin naturellement. La rafle est une solution

Ecrit par le 17 février 2026

parmi d'autres face à la canicule. Ensuite on peut aussi jouer sur l'assemblage des cépages. Mais le choix de la date des vendanges est absolument crucial. En quelques jours, les degrés d'alcool grimpent, ils s'envolent de 2° par semaine, donc on ne peut pas partir en vacances en août. Il faut avoir les saisonniers sous la main dans les parcelles pour vite ramasser les grappes ».

Place au Condrieu

Autre dégustation, celle de Condrieu l'après-midi avec Pierre-Jean Villa, président de l'appellation depuis un an. Après une vie dans la banque, il a eu le mal du pays, il est revenu dans le Rhône où il possède avec ses enfants Hugo et Pauline, 21 hectares de Condrieu, Côte Rôtie, Saint-Joseph et Crozes-Hermitage, le meilleur des AOC septentrionales des Côtes-du-Rhône. Il commercialise environ 100 000 bouteilles par an, leur prix varie de 20€ à 120€ en moyenne, « Un bon Condrieu est vertigineux et unique mais il reste accessible à 50€ environ ».



Pierre-Jean Villa, président des AOC Condrieu.

Il apprend à l'auditoire que le Condrieu a failli disparaître. « A la fin de la 2ème Guerre mondiale, il n'en

Ecrit par le 17 février 2026

restait plus que 7 hectares. Quelques intrépides ont replanté des céps sur ce terroir de granit, on en a recensé 80 hectares dans les années 90, 220 ha aujourd'hui. » Il ajoute : « Attention, il n'existe que du Condrieu blanc, si on vous propose du rouge, c'est une escroquerie! » Composé à 100% de Viognier, son rendement est de 36 hectolitres par hectare et sa production totale de 7074 hectolitres annuels. « C'est un cru majeur, structuré, équilibré avec des parfums d'abricot, de pêche, de mangue, mais aussi minéral, puissant qui peut vieillir pendant 10 à 15 ans en cave ».

Parallèlement à ces dégustations, à quelques pas de là, se déroulait le salon avec 62 exposants, dont le Domaine Chapoutier, propriété de l'ancien et charismatique président d'Inter-Rhône, Michel Chapoutier. Mais là, c'est sa fille Mathilde qui tenait le stand. « Nous proposons 3 blancs, 'Combe-Pilate' en biodynamie, 'Invitare', frais et fruité et 'Coteau de Chéry', une petite production minérale, légèrement amère qu'on trouve dans notre boutique de Tain. »

Le point sur la situation économique du vignoble

Enfin, l'après-midi de ce premier jour de Découvertes en Vallée du Rhône à Ampuis, Philippe Pellaton avec ses deux vice-présidents (Denis Guthmuller et Samuel Montgermont) a fait le point sur la situation économique des Vignobles de la Vallée du Rhône. « Une situation en demi-teinte pour 2022, avec des tensions internationales, de l'inflation et une consommation qui évolue, on boit moins mais mieux ».

En détails, « Le millésime 2022 est beau, malgré un épisode de gel en avril et un été sec, notre vigne a bien résisté, la production est restée à l'équilibre avec 2,6Mhl sur 65 346 hectares ». Le rouge est stable (76%), comme le rosé (13%) seul le blanc progresse (11%). Côté commercialisation, les sorties de chais enregistrent une baisse de -6%, les Ventoux reculent de -11%, les Costières de Nîmes de -13%. En revanche, les Côtes du Rhône Village grimpent, +5%, le Luberon-vrac progresse de + 7%, le Duché d'Uzès de + 3%.



Ecrit par le 17 février 2026

« En France, on boit de moins en moins, s'ajoute à ce constat, le recul du pouvoir d'achat des ménages, du coup, les volumes et transactions baissent » ajoute Philippe Pellaton. « Heureusement, on constate une progression des productions sous labels, +18% des volumes contre 12% en 2021 et +20% des surfaces contre 13% en 2021. En tout, entre caves particulières et coopératives et négociants-vinificateurs on identifie 900 opérateurs labellisés, soit 45% » conclut-il sur ce sujet.

L'axe majeur de l'export

Autre axe majeur, l'export qui représente environ 35% de la production. Après le Covid, le confinement, la fermeture des restaurants en 2021, les problèmes de matières premières, de verre, d'étiquettes, de colle, de bouchons, de palettes et de containers, c'est l'augmentation du prix de l'énergie qui a impacté nos exportations. Mais la baisse des volumes sur le marché américain a été compensée par la hausse des prix (-10% des volumes mais +9% des valeurs), + 4% pour le Canada, + 10% pour le Japon. L'Europe a été encore plus touchée (-15% en valeur en Belgique, - 7% en Norvège, -2% au Royaume-Uni), à l'exception de l'Allemagne, +6%.

En France, le marché est en perte de vitesse avec la disparition progressive de consommateurs de vins au quotidien « Les grands-parents, papas et tontons n'apprennent plus à apprécier nos bouteilles aux ados, ils ne donnent plus l'envie de vin aux jeunes générations » regrette le président d'Inter-Rhône. Toutefois, les vins de la Vallées du Rhône restent une valeur sûre des circuits traditionnels. Par exemple, l'AOC des CDR arrive en tête des AOC en France. Elles sont présentes dans 9 caves sur 10, avec notamment les Saint-Joseph et Crozes-Hermitages dans le Top 5. Et toutes les tranches de prix sont représentées : 7% des offres à moins de 10€ la bouteille, 9% entre 10 et 20€, 11% entre 20 et 30€, 14% entre 40 et 50€ et 13% à plus de 50€ la bouteille. Il y en a donc pour tous les goûts et toutes les bourses.

Une consommation en plein mutation

Une question se pose autour du rouge, sa consommation est en pleine mutation quand le blanc progresse. « D'abord, il nous faut éduquer les jeunes, il y a une rupture de génération. Ils ne boivent plus du vin mais de la bière, même s'il n'y a pas de transfert total entre les deux. En plus on compte de plus en plus de familles mono-parentales où il y a des canettes de sodas en tous genres dans le frigo, mais pas de bouteille. Dans les festivals, avant on concluait la soirée par un cocktail convivial avec nos trois couleurs, rouge, rosé et blanc. Maintenant, plus que des jus de fruits et de l'eau avec ou sans bulle. Nous devons aussi aider nos entreprises à exporter, en s'adaptant au goût des consommateurs à leurs attentes. On ne veut pas déshabiller Pierre pour habiller Paul » explique Philippe Pellaton. « On veut ajouter des moyens pour réinvestir la Chine par exemple, il faut que nos exportations grimpent à 50% d'ici 2035, comme on l'a dessiné dans notre Plan Stratégique des Côtes du Rhône. Et il conclut en un sourire : « On ne va pas aller jusqu'à produire du vin rosé à pois bleus pour faire plaisir aux consommateurs ».

Ecrit par le 17 février 2026



Le Vignoble des Côtes-du-Rhône en 2022

- 65 346 hectares
- 2,6M hl commercialisés
- 1682 unités de production (1 592 caves particulières, 90 coopératives)
- 329 millions de bouteilles
- 18% de bio en volume et 20% en surface
- 24% de HVE (Haute valeur environnementale) en volume et 28% en surface
- 10 bouteilles sont dégustées chaque seconde dans le monde (186 pays)

3 ans après le début de la crise sanitaire,

Ecrit par le 17 février 2026

94% des entreprises disposent d'une politique de télétravail



Les DRH ont tourné la page de la crise sanitaire et le télétravail est désormais devenu la norme au sein des entreprises avec des règles bien établies pour assurer le bon fonctionnement de l'organisation et répondre aux attentes des salariés et candidats. Optimistes en 2022, les DRH se montrent prudents en 2023 tout en faisant preuve de détermination. C'est ce que révèle la nouvelle édition du [Baromètre des DRH*](#) réalisée par [WTW](#), [ABV Group](#) et [RH&M](#).

« En 2023, les DRH doivent s'adapter à la volatilité croissante de l'environnement des entreprises et se focaliser sur la gestion de l'humain tout en ayant à cœur d'accompagner la transformation de leur organisation, souligne [Laurent Termignon](#), directeur de l'activité Work & Rewards chez WTW. Ils pilotent la contribution de leur fonction dans une double échelle de temps : le court terme avec le climat social, l'impact de l'inflation, les enjeux d'attractivité tout en l'inscrivant dans la durée sur les thématiques de la RSE, du climat voire de la question du partage de la création de valeur. Plus que jamais, les DRH confirment ainsi leur rôle à la fois stratégique et opérationnel dans la conduite des entreprises. »

Ecrit par le 17 février 2026

Changement du rapport au temps

« Le rapport au temps a changé. Les temps stratégiques et opérationnels se sont réduits ; le temps des organisations se réduit aujourd’hui, ajoute [Damien Riso](#), directeur associé d’AVB Group. Les salariés s’adaptent et attendent des entreprises qu’elles s’adaptent en retour. Si 80% des DRH font de la maîtrise des coûts un enjeu extrêmement important, ils mettent aussi en valeur que la transformation des entreprises passe par cette gestion de l’humain. Et cette édition 2023 du Baromètre des DRH témoigne de ces changements ! »

Parmi les principaux enseignements de cette édition :

- Pour 83% des DRH (vs 93% en 2022), soutenir et accompagner la transformation de l’entreprise reste la première priorité de leur fonction et même une priorité absolue pour 62% d’entre eux. Dans un marché du travail dynamique, rendre plus attractive leur entreprise arrive en deuxième position (52%), suivi par l’amélioration de l’expérience salarié qui reste capitale pour 39% (vs 53%) des DRH.
- La transformation de l’entreprise passe pour 64% des répondants (vs 78%) par la mise en place d’une organisation favorisant l’innovation et l’agilité. La dématérialisation des tâches et la robotisation (44% vs 46%), ainsi que la mise en place d’une démarche de Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels (GEPP) ou de Strategic Workforce Planning (44% vs 52%) arrivent ensuite. A 40%, la redéfinition de la culture d’entreprise connaît une augmentation de 7 points par rapport à 2022.
- En matière de RSE, Diversité et Inclusion, les DRH se mobilisent toujours en tout premier lieu sur la qualité de vie au travail et le bien-être des collaborateurs (85% vs 87%). La promotion de l’inclusion, l’équité et la diversité (77% vs 83%) reste également une priorité absolue. L’amélioration de la transparence et de la gouvernance (46% vs 38%) occupe la 3ème position.
- Trois thématiques occupent une place privilégiée dans la politique de gestion des talents, considérées chacune comme très importantes par 88% des DRH : l’engagement et la fidélisation des collaborateurs, l’attractivité et la marque employeur, ainsi que le développement des compétences. Dans un contexte de marché de l’emploi dynamique et concurrentiel, les DRH ont à cœur de faire progresser l’expérience de leurs salariés et de l’inscrire dans la durée.
- En termes de politique de rémunération, en lien avec le contexte inflationniste et l’impact sur le pouvoir d’achat, 74% des DRH considèrent la gestion du salaire de base comme la priorité de l’année 2023, un score en forte progression (62% en 2022) ; la part variable et la rémunération de la performance (64% vs 63%) passe en deuxième position, suivi de près par l’équité de traitement entre les salariés (64%). L’égalité Femmes / Hommes (57% vs 64%) et la rémunération des compétences ou des métiers en tension (53% vs 74%), demeurent présentes dans les préoccupations de plus de la moitié des DRH mais avec des scores inférieurs. Pour faire face aux conséquences de l’inflation sur la rémunération, 74% des DRH envisagent le ciblage sur les populations critiques.
- Concernant l’efficacité de la fonction RH, la qualité du dialogue social reste l’enjeu majeur

Ecrit par le 17 février 2026

pour les DRH, en baisse néanmoins de 7 points (70% vs 77%). Les priorités se portent ensuite sur l'évolution de la fonction RH, notamment sur le volet digital pour les deux tiers des répondants, avec l'évolution du SIRH (stable à 67%), l'analyse des données RH (65% vs 61%), et la digitalisation des processus RH (60% vs 63%). Le recrutement (76% vs 75%) est pour les DRH le processus RH à digitaliser en priorité.

- L'absentéisme impacte l'engagement des collaborateurs selon 75% des DRH mais aussi l'organisation et la gestion des ressources (62%), et génère des risques psychosociaux (62%). Pour le réduire, les DRH privilégient l'amélioration de l'environnement de travail (71%), l'écoute des salariés (69%), la prévention (64%), ainsi que la formation et la sensibilisation des managers (56%).
- Pour 2023, les DRH anticipent clairement une croissance moins forte du recrutement même si elle reste en tête des réponses (47% vs 61% en 2022). Les anticipations économiques pourraient être la première cause de ce ralentissement attendu du recrutement.
- 94% des PME, ETI et Grandes Entreprises disposent d'une politique ou d'un ensemble de principes pour organiser le télétravail ; 54% des entreprises l'ont définie en 2020 ou avant, 40% en 2021 et 2022. Seules 6% des organisations n'ont déployé aucune mesure.
- Selon les DRH, le télétravail permet d'améliorer l'attractivité de l'entreprise (87% vs 82%), et de favoriser un meilleur équilibre de vie pour les salariés (79% vs 81%). Ces résultats montrent que ce mode de travail s'installe durablement comme facteur d'attraction et de rétention.
- Cependant pour 87% des DRH, le télétravail n'apporte rien à la collaboration (lien social, esprit d'équipe, innovation collective...), voire la dégrade. En outre, s'ils sont 32% à affirmer que cette pratique a permis d'améliorer la productivité, 62% estiment que son impact est très faible.
- Pour 59% des participants, la politique est de deux jours de travail à distance par semaine alors que 17% proposent 3 jours. Seuls 12% n'envisagent qu'une journée alors que 8% ont opté pour 5 jours. La semaine condensée en quatre jours, plus contraignante à mettre en place, fait peu partie des mesures prises (3%).
- 96% des entreprises ont pris position concernant l'indemnisation ou non des salariés en télétravail. Ainsi, si 50% (vs 51%) d'entre elles n'ont pas prévu d'indemniser leurs télétravailleurs, 46% (vs 35 %) ont l'intention d'instaurer une compensation.
- Selon les DRH, la situation géopolitique (34%) et les phénomènes de grande démission et de quiet quitting ou démission silencieuse (30%) sont les thématiques qui influencent le plus le climat de l'entreprise en 2023.

« Comme nous pouvons le constater à la lecture des résultats 2023 du Baromètre des DRH, les injonctions sont grandissantes pour les DRH, tenus plus que jamais de résoudre l'équation développement économique et développement des femmes et hommes de l'entreprise, dans un monde subissant de grandes ruptures. Nous commençons seulement à comprendre que nous vivions dans un monde 'VUCA' (Volatile et incertain, complexe et ambigu), et le monde glisse tout schuss vers un univers 'BANI' (Brittle -fragile-, anxieux, non linéaire et incompréhensible). Les enjeux en sont d'autant plus

Ecrit par le 17 février 2026

lourds de conséquences, le champ d'actions du DRH plus étendu et ses responsabilités plus grandes » conclut [Delphine Lancel](#), directrice associée du groupe RH&M.

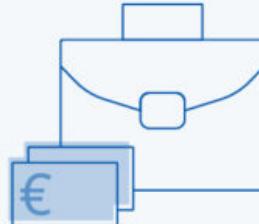
* Méthodologie : L'édition 2023 du Baromètre des DRH a été menée du 1 décembre 2022 au 31 janvier 2023 à l'aide d'un questionnaire en ligne auquel 108 DRH d'entreprises de toutes tailles et industries confondues ont répondu.

Les pays où l'on gagne le mieux sa vie

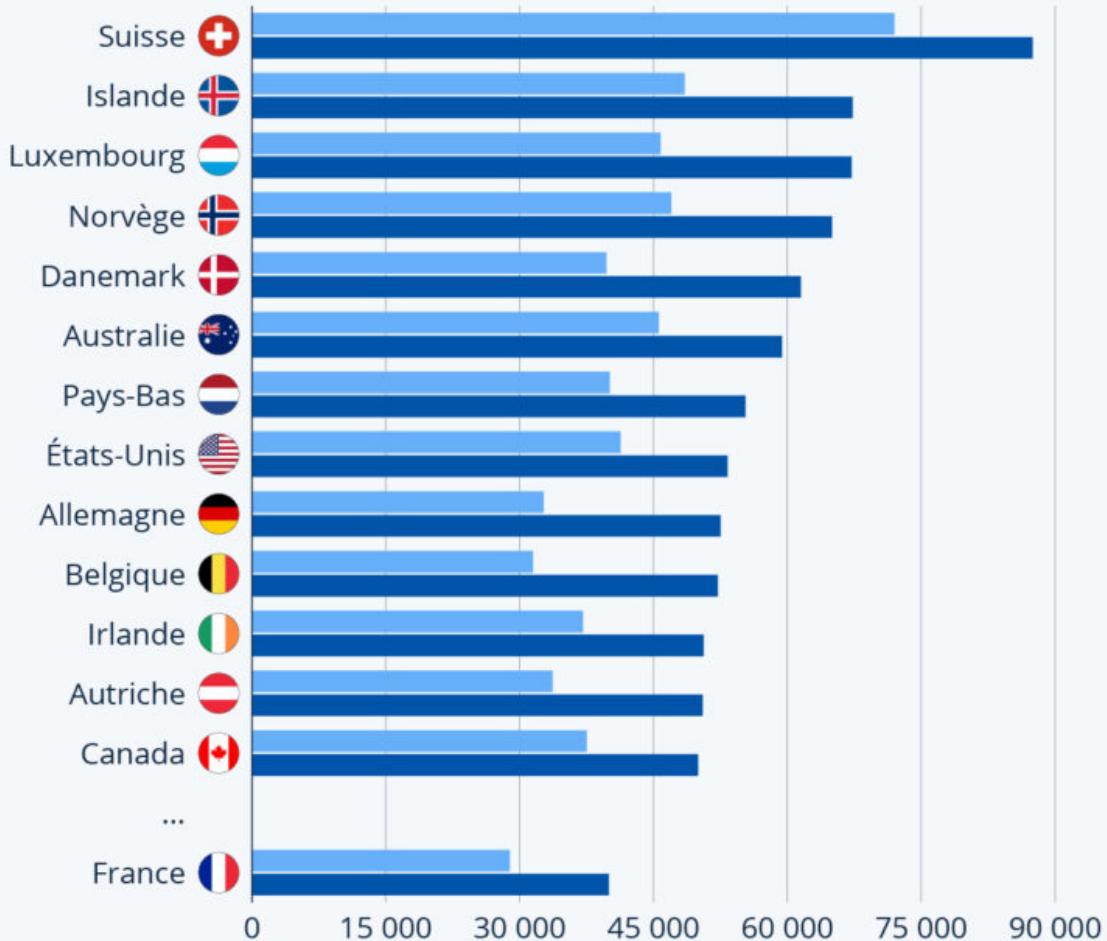
Ecrit par le 17 février 2026

Les pays où l'on gagne le mieux sa vie

Salaire moyen brut/net dans une sélection de pays de l'OCDE en 2021, en euros *



Net Brut



* pour un célibataire sans enfants. Données arrondies.

Source : OCDE



statista 

Ecrit par le 17 février 2026

En 2021, un célibataire sans enfant en Suisse a gagné environ 72 000 euros nets pour un salaire brut d'environ 87 500 euros par an. C'est ce que montrent les [données](#) collectées par l'OCDE sur la situation du marché du travail dans les pays membres, converties en euros par Statista avec les taux de change applicables. On trouve ainsi en Suisse des salaires se situant parmi les plus élevés d'Europe (et du monde).

Comme le montre notre graphique, les écarts entre les [salaires](#) bruts et nets sont particulièrement importants en Belgique, en Allemagne et au Danemark. En Belgique, les employés à temps plein ne perçoivent en moyenne que 60 % de leur salaire brut, contre 62 % en Allemagne et environ 65 % au Danemark. Cela explique en partie la position de la Suisse dans ce classement : dans ce pays, les prélèvements ne s'élèvent en moyenne qu'à 18 % du salaire brut.

En [France](#), un célibataire sans enfant gagne en moyenne 40 000 euros bruts et reçoit 72 % de ce montant net, soit 28 900 euros, ce qui place le pays assez loin derrière ses voisins du Nord et de l'Est.

Bien entendu, ces chiffres sont à mettre en relation avec le [coût de la vie](#) dans les différents pays. En Suisse par exemple, il est particulièrement élevé : en 2021, le coût de la vie y était de 47,7 % supérieur à celui de l'Allemagne et 41,2 % à celui de la France, selon les chiffres de l'OCDE. Néanmoins, ce pays reste l'un de ceux où le [pouvoir d'achat médian de la population est le plus élevé en Europe](#).

De Claire Villiers pour [Statista](#)

Westfalia vient d'inaugurer sa nouvelle mûrisserie de fruits exotiques à Graveson

Ecrit par le 17 février 2026



Comme nous l'avions annoncé il y a 1 an, le groupe [Westfalia fruit international](#), spécialiste de l'importation, du murissage et de la distribution de fruits tropicaux et subtropicaux toute l'année, vient d'inaugurer sa nouvelle mûrisserie de fruits exotiques située à Graveson.

D'une surface totale de 5 450m², bâti sur un terrain de 21 232m², le nouveau site regroupe plusieurs chambres de mûrissement bénéficiant des dernières technologies. Le bâtiment intègre également des bureaux et locaux sociaux (750m²), un atelier de conditionnement et de stockage de produits (4 600m²), ainsi que des locaux techniques (100m²).

Réalisé par l'avignonnais [GSE](#), le bâtiment est doté d'une centrale photovoltaïque de 1 450m² installée sur le toit. Exploitée en autoconsommation, elle doit permettre de compenser une majeure partie de la consommation électrique du site.

Des avocats pour approvisionner le marché méditerranéen

Inauguré par Terry Moore, président du conseil d'administration de [Westfalia Fruit](#), le site se trouve « à la pointe de la technologie est moderne à tous points de vue, explique le groupe. Des méthodes de stockage de haute technologie aux salles de maturation les plus modernes pour garantir des avocats de la plus haute qualité. L'ouverture de Graveson permet à Westfalia Fruit d'approvisionner localement nos clients, notamment dans le sud de la France, l'Espagne et l'Italie. »

L.G.

Ecrit par le 17 février 2026



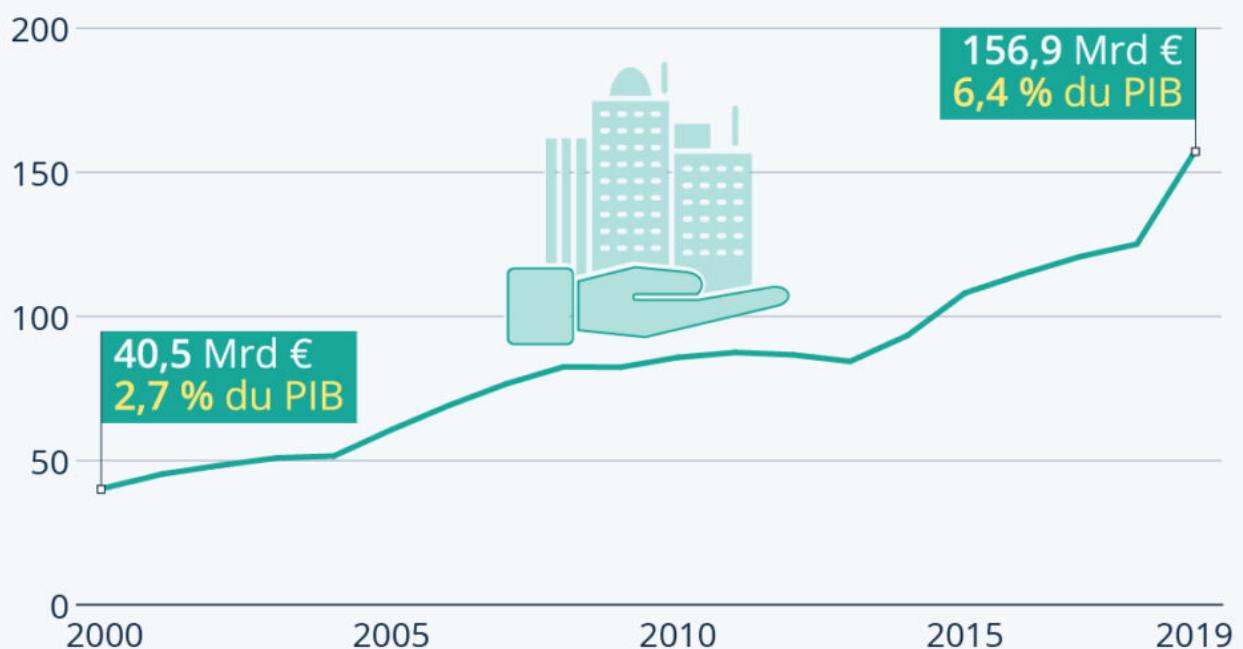
© DR

Les entreprises françaises accros aux aides publiques ?

Ecrit par le 17 février 2026

L'aide publique aux entreprises ne cesse d'augmenter

Évolution du montant annuel des aides publiques reçues par les entreprises en France



Total des dépenses fiscales classées, dépenses socio-fiscales et dépenses budgétaires

Source : IRES




Lorsqu'on évoque les [dépenses publiques](#), on pense souvent en premier lieu aux [prestations de sécurité sociale](#) et aux dépenses de fonctionnement des services et organismes publics. Mais comme le met en avant une [étude](#) récemment publiée par l'Institut de recherches économiques et sociales (IRES), l'État français consacre également une part importante de son budget à l'aide aux entreprises - et ce avant même le déploiement des dispositifs massifs de soutien en réponse à l'[impact du Covid-19](#).

Ecrit par le 17 février 2026

Avec près de 160 milliards d'euros versés en 2019, les subventions aux entreprises sont devenues le premier poste de dépenses de l'État. Pour se faire une idée de ce que représente un tel montant, il correspond environ au double du budget de l'[Éducation nationale](#), qui reste par ailleurs le premier [employeur](#) de France (1,2 millions de personnes au service de 12 millions d'élèves en 2021).

Comme le montre également notre graphique, l'aide publique aux entreprises n'a cessé d'augmenter au cours des dernières décennies, le montant total des subventions accordées (non ajusté de l'inflation) ayant plus que quadruplé en vingt ans. Entre 2000 et 2019, la part des aides de l'État reçues par le secteur privé dans le PIB français est ainsi passée de 2,7 % à 6,4 %.

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

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

Ecrit par le 17 février 2026



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

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

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

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

Ecrit par le 17 février 2026

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

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

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

Accélération de la croissance d'ici 2024

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

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