Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Argent de poche : les adolescents de PACA disposent en moyenne de 28€ par mois



28€ d'argent de poche par mois en Provence-Alpes-Côte d'Azur, une première épargne et des missions rémunérées à la maison. Loin du cliché du consommateur impulsif, l'adolescent de 2026 s'impose en gestionnaire lucide. Mais derrière cette maturité naissante s'opère un basculement plus profond. Deux paiements sur trois se font désormais par smartphone. La nouvelle étude réalisée par le Teenage Lab de Pixpay dessine le portrait d'une génération charnière : la dernière à avoir appris la valeur de l'argent par le billet, la première à la mesurer dans la mémoire immédiate de la donnée.

L'argent de poche ne se résume plus à la « petite pièce pour acheter un bonbon ». Il est devenu un véritable outil d'éducation financière. Plus d'un adolescent sur deux (52%) reçoit désormais une somme fixe, versée chaque mois dans l'immense majorité des cas (95%). Les parents posent un cadre prévisible.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

L'adolescent sait combien il recevra et à quel moment. C'est le point de départ de tout apprentissage budgétaire.

Le montant de l'argent de poche repart à la hausse après deux années de baisse consécutive : 27€ par mois, contre 26€ en 2025. Cette moyenne cache toutefois de fortes disparités selon les régions, et plus encore selon l'âge. De 23€ pour les 8-10 ans à 35€ pour les 16-18 ans. La quête d'un juste équilibre. Une trentaine d'euros permet de financer quelques sorties au cinéma, un fast-food et de constituer un début d'épargne, mais oblige aussi à faire des choix.

« L'argent de poche est une école à double sens. Les enfants apprennent à gérer un budget, à patienter et à faire des choix. Les parents apprennent à faire confiance, à lâcher prise et ajustent progressivement leur façon d'accompagner leurs enfants. Au sein d'une même fratrie, le troisième enfant reçoit son premier argent de poche à 9 ans, soit près de deux ans plus tôt que l'aîné. » explique Caroline Ménager, CEO de Pixpay.

En PACA, les ados perçoivent 28€ par mois, soit 1€ de plus que la moyenne nationale. Les jeunes d'Occitanie, quant à eux, reçoivent 29€ par mois.

Self-made ados

Recevoir de l'argent de poche n'est que la première étape. C'est l'autonomie qui responsabilise.

64% des adolescents ont aujourd'hui de l'argent sur leur coffre-fort. Ce premier capital progresse avec l'âge : 6€ en moyenne pour les 8-10 ans, plus de 45€ pour les 16-18 ans. Les adolescents épargnent plus volontiers qu'on ne l'imagine. Lorsqu'ils peuvent agir concrètement sur leur argent, la majorité choisit spontanément la prudence et la projection plutôt que la consommation impulsive. Au total, près de 3,5 millions d'euros ont été placés sur les coffres-forts Pixpay.

Tout aussi révélateur : les ados ont formulé 37 208 demandes de « missions » rémunérées à leurs parents, proposant leur aide en échange d'un complément d'argent de poche. Chaque mission rapporte en moyenne 11€. L'argent n'est plus seulement un dû ou un don. Il devient aussi la contrepartie d'un effort. Comme tout apprentissage, la gestion d'un budget passe aussi par quelques faux pas : 35% des adolescents de 14 ans et plus sollicitent une rallonge une fois leur argent de poche épuisé.

De l'argent liquide à l'argent lucide

Enfin, l'étude menée par Pixpay met en lumière un bouleversement majeur, peut-être le plus important : l'extinction progressive de la pièce de monnaie au profit du tap-to-pay et du paiement mobile. Apple Pay, Google Pay, PayPal… Plus de deux paiements sur trois (68%) sont aujourd'hui réalisés via smartphone.

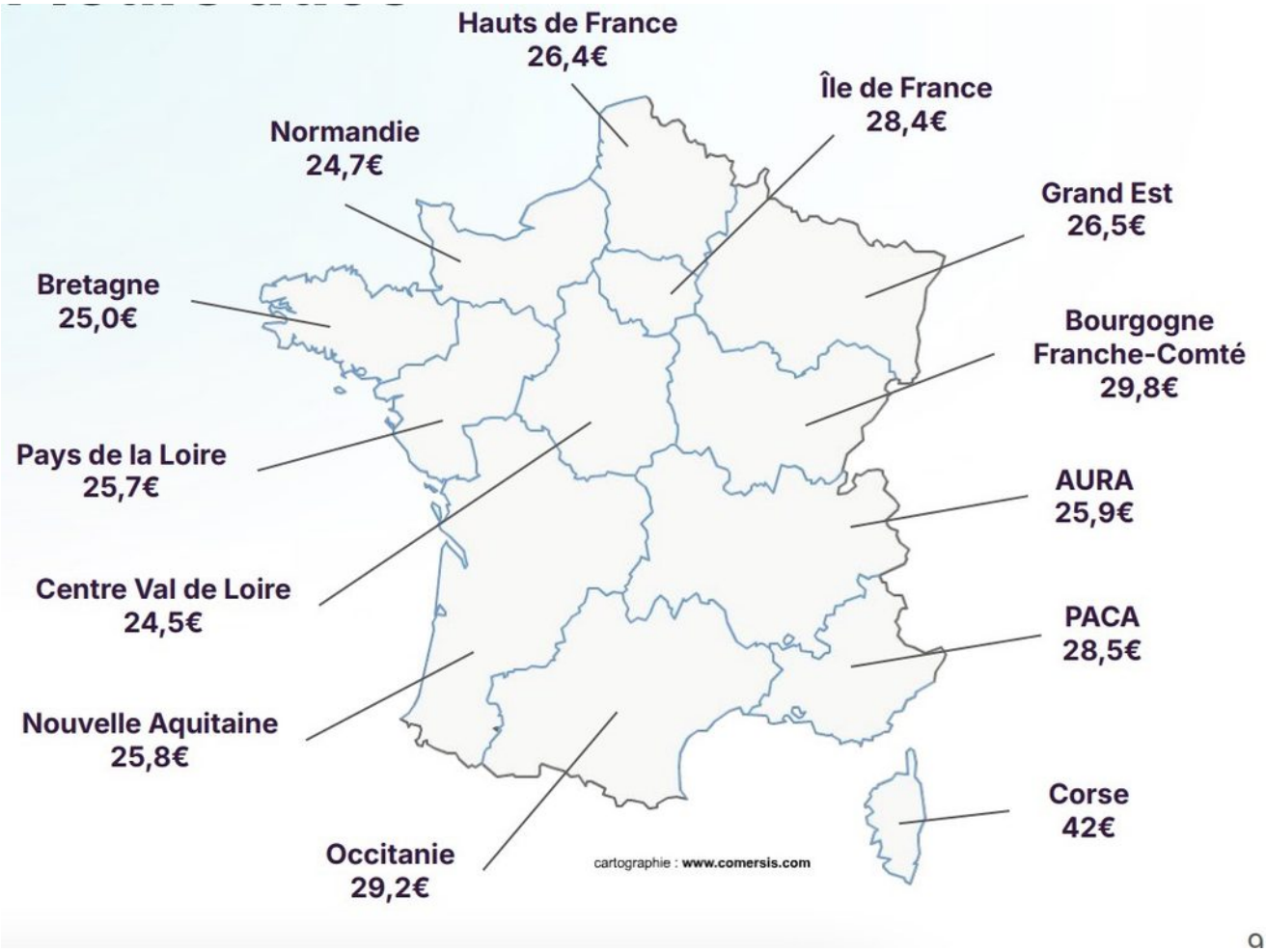
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Un bond de 45% en un an.

Au-delà de la simple facilité technologique, l'adoption massive du paiement mobile transforme profondément la relation que les adolescents entretiennent avec leur argent. Un porte-monnaie peut être lourd de centimes ou léger d'un billet. Le numérique, en revanche, impose une clarté radicale. Chaque paiement est enregistré, catégorisé et daté. Là où le cash autorisait l'oubli – un trou noir –, le numérique impose la mémoire. Une notification. Une ligne dans l'historique. Une fiche détaillée. C'est la fin d'un monde et le début d'un autre : le passage d'une pédagogie du toucher à une pédagogie de la donnée.

« Le paiement mobile est souvent perçu comme une fuite hors du réel. Il marque peut-être au contraire l'entrée dans un cadre de contrôle bien plus strict et omniprésent que celui du cash. Le smartphone ne rend pas la dépense invisible, il la rend inoubliable », précise Caroline Ménager



Les adolescents français reçoivent en moyenne entre 24,5€ et 42€.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Comment les entreprises enquêtent-elles sur le harcèlement au travail ?



Et si le problème n'était plus seulement la hausse des signalements de harcèlement, mais la difficulté des organisations à les traiter avec méthode, traçabilité et robustesse ? Les entreprises sont-elles réellement outillées pour conduire des enquêtes éthiques internes sensibles, documenter les décisions et produire des rapports capables de résister à une contestation ? Pour le comprendre, Reversens, cabinet de psychologues fondé par Anne-Sophie Chéron et dédié aux enquêtes éthiques, a interrogé 2 011 professionnels amenés à recevoir, traiter, superviser, conseiller ou auditer des signalements internes liés au harcèlement moral ou sexuel, aux violences internes, aux agissements sexistes ou aux situations assimilées, au

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

travail : DRH, RRH, juristes sociaux, référents harcèlement, compliance officers, enquêteurs internes en entreprise, cabinets externes RH/RPS/avocats, psychologues du travail en interne, , déontologues, ainsi qu'élus et membres du CSE ou de la CSSCT. Leur constat est clair : les signalements progressent, les dossiers deviennent plus complexes, mais les méthodes, les outils et la formation des enquêteurs ne suivent pas toujours.

« Les entreprises ne sont plus seulement confrontées à une hausse des signalements : elles sont confrontées à une crise de méthode face à la complexité croissante des dossiers et à leur judiciarisation, explique Anne-Sophie Chéron, ingénieure, psychologue clinicienne et fondatrice du cabinet Reversens. Les professionnels veulent mieux traiter ces dossiers, mais ils manquent encore trop souvent de méthode, de temps, d'outils, de traçabilité et de cadres partagés entre enquêteurs. L'enjeu est de rendre plus robustes les méthodes d'enquête et de les outiller. Sur ce dernier point, il ne s'agit pas de remplacer l'humain dans l'enquête, mais de lui donner les moyens de travailler avec plus de puissance, de rigueur et de sécurité. »

Plus de 9 professionnels sur 10 impliqués dans des signalements de harcèlement dans les 24 derniers mois

92% des professionnels interrogés (dont 80% d'enquêteurs internes entreprise) déclarent avoir été impliqués directement dans le traitement, le pilotage ou l'analyse de signalements liés au harcèlement ou à des violences internes au travail au cours des 24 derniers mois.

Les fonctions RH arrivent évidemment en tête (24%), devant les référents harcèlement, éthique ou compliance (17%) et les représentants du personnel / CSE-CSSCT (12%).

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Au cours des 24 derniers mois, avez-vous été impliqué(e) dans le traitement, le pilotage ou l'analyse de signalements liés au harcèlement ou à des violences internes au travail ?	
Réponses	**Pourcentages**
Oui, en tant que responsable RH / DRH / RRH	24 %
Oui, en tant que juriste droit social / relations sociales	9 %
Oui, en tant que référent harcèlement, éthique, compliance, alerte interne	17 %
Oui, en tant que membre du CSE / CSSCT ou représentant du personnel	13 %
Oui, en tant qu'enquêteur interne ou auditeur interne	7 %
Oui, en tant que consultant externe RH / RPS / QVCT	6 %
Oui, en tant qu'avocat ou conseil juridique externe	6 %
Oui, en tant que psychologue du travail, médecin du travail, préventeur ou IPRP en interne entreprise	5 %
Oui, ponctuellement, en tant que dirigeant ou manager	5 %
Non, je reçois parfois des alertes mais je ne participe pas aux enquêtes	4 %
Non, je ne suis pas concerné par ce sujet	1 %
Autre : préciser	1 %
Je préfère ne pas répondre	2 %

©Reversens

46 % des professionnels interrogés ont traité entre 3 et 10 signalements ces 2 dernières années

L'enquête montre que 86% des professionnels interrogés déclarent avoir traité, supervisé ou audité au moins un signalement au cours des 24 derniers mois. 46% des répondant déclarent en avoir traités entre 3 et 10 et 22% plus de 10 (entre 11 et 50, soit de 1 tous les 2 mois à 2 par mois environ) ces 24 derniers mois.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Combien de signalements ou situations suspectées de relever de harcèlement, violences internes, agissements sexistes ou comportements délétères avez-vous traités, supervisés ou audités au cours des 24 derniers mois ?	
Réponses	**Pourcentages**
Aucun	4 %
1 à 2 dossiers	18 %
3 à 5 dossiers	24 %
6 à 10 dossiers	22 %
11 à 20 dossiers	12 %
21 à 50 dossiers	8 %
Plus de 50 dossiers	2 %
Je ne sais pas / je n'ai pas de suivi chiffré	7 %
Je préfère ne pas répondre	3 %

©Reversens

Des signalements en forte augmentation depuis 4 ans

Entre 2022 et 2025, il existe une hausse flagrante des signalements, observée par 81% des professionnels interrogés.

Cette progression est le plus souvent comprise entre 20% et 50% (pour 31% des interviewés), ce qui suggère à la fois une augmentation des situations remontées ainsi qu'une meilleure formalisation via des dispositifs d'alerte.

Comment le nombre annuel de signalements a-t-il évolué entre 2022 et 2025 ?	
Réponses	**Pourcentages**
Aucune évolution	13 %
Diminution de moins de 20 %	4 %
Diminution comprise entre 20 % et 50 %	1 %
Diminution comprise entre 50 % et 100 %	1 %
Augmentation de moins de 20 %	24 %
Augmentation comprise entre 20 % et 50 %	31 %
Augmentation comprise entre 50 % et 100 %	17 %
Augmentation comprise entre 100 % et 200 %	8 %
Augmentation de plus de 200 %	1 %

©Reversens

Un harcèlement moral prédominant

Les dossiers traités sont surtout dominés par le harcèlement moral, qui représente plus d'un quart

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

des signalements pour 68% des professionnels, et par les conflits managériaux ou interpersonnels initialement qualifiés de harcèlement, cités au-dessus de ce seuil par 50%.

Le harcèlement sexuel, le cyberharcèlement, les agissements sexistes et les propos discriminatoires restent le plus souvent moins représentés, avec respectivement 77%, 78%, 69% et 73% des répondants les situant entre 0% et 25% de leurs dossiers.

Dans les dossiers que vous avez traités, quelle est la répartition approximative des types de signalements ?

Réponses	Pourcentages						
	0 %	1 à 10 %	11 à 25 %	26 à 50 %	51 à 75 %	Plus de 75 %	NSP / non mesuré
Harcèlement moral	2 %	7 %	18 %	**38 %**	24 %	6 %	5 %
Harcèlement sexuel	14 %	**35 %**	28 %	10 %	2 %	1 %	10 %
Agissements sexistes	9 %	**29 %**	31 %	17 %	4 %	1 %	9 %
Agissements / propos discriminatoires ou stigmatisants	11 %	**33 %**	29 %	13 %	3 %	1 %	10 %
Violence verbale, intimidation, menace ou humiliation publique	5 %	19 %	**30 %**	27 %	9 %	2 %	8 %
Cyberharcèlement ou comportements problématiques via messageries internes, SMS, WhatsApp, Teams, Slack, réseaux sociaux	25 %	**35 %**	18 %	6 %	1 %	0 %	15 %
Conflit managérial ou conflit interpersonnel initialement qualifié de harcèlement	4 %	14 %	25 %	**33 %**	14 %	3 %	7 %
Signalement insuffisamment documenté	6 %	22 %	**30 %**	22 %	8 %	2 %	10 %
Autre situation	**34 %**	32 %	13 %	4 %	1 %	0 %	16 %

©Reversens

Quelles catégories de signalements ont le plus augmenté ?

Pour 58% des personnes interrogées, la catégorie qui augmente le plus dans les signalements est celle des conflits managériaux ou interpersonnels initialement qualifiés de harcèlement. En effet, les violences internes recouvrent un spectre large, allant de relations conflictuelles dégradées à des situations de harcèlement caractérisées, mais tous les conflits ne relèvent pas juridiquement du harcèlement.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Le harcèlement moral et les violences verbales, intimidations, menaces ou humiliations publiques sont également considérés comme ayant nettement augmentés dans les signalements (pour 54% et 47% des personnes interrogées). Ces catégories sont souvent les plus visibles dans les organisations, car elles recoupent des situations de management dégradé, de tensions collectives, de surcharge, de conflits non régulés ou de climat social détérioré.

Les agissements sexistes progressent plus fortement que le harcèlement sexuel (36% des personnes interrogées les jugeant comme ayant augmenté dans les signalements contre 24% pour le harcèlement sexuel). Les signalements discriminatoires ou stigmatisants sont également considérés comme ayant augmenté pour 33% des personnes interrogées. Le cyberharcèlement (31%) progresse, mais reste derrière les catégories plus classiques.

L'augmentation élevée de signalements insuffisamment documentés (41% les estiment en augmentation) est symptomatique à la fois du recours au signalement mais aussi de la forte disparité des pratiques de recueil de la plainte qui ne permet pas toujours de transformer une remontée en signalement recevable et analysable. Enfin, il est intéressant de noter que seuls 11% des répondants jugent la situation stable, signe d'une progression nette des signalements quels que soient leur contenu.

Selon vous, quelles catégories de signalements ont le plus augmenté au cours des deux dernières années ? (Plusieurs choix possibles)	
Réponses	**Pourcentages**
Conflits managériaux ou interpersonnels initialement qualifiés de harcèlement	58 %
Harcèlement moral	54 %
Violence verbale, intimidation, menace ou humiliation publique	47 %
Signalements insuffisamment documentés	41 %
Agissements sexistes	36 %
Agissements, propos discriminatoires ou stigmatisants	

©Reversens

Anne-Sophie Chéron, Reversens

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

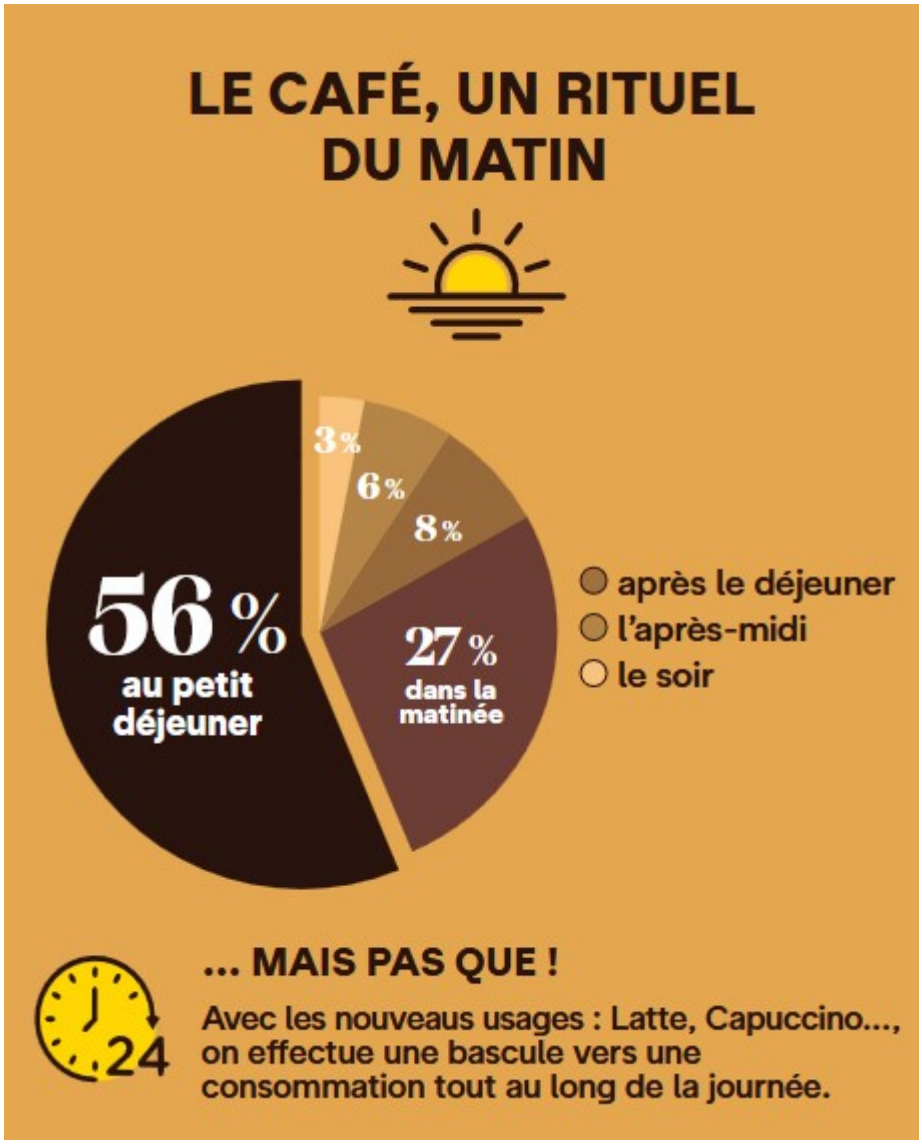
Ecrit par le 1 novembre 2026



Selon une étude de la marque De'Longhi c'est dans le Sud-Est de la France que l'on trouve les 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%).

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839



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%

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 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…).



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. ».

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Inégalités d'argent de poche : PACA parmi les régions les plus égalitaires de France



L'égalité s'apprend-elle… ou se chiffre-t-elle ? Derrière les tirelires des adolescents, une réalité demeure : les filles et les garçons ne sont pas logés à la même enseigne. À l'occasion de la Journée internationale des droits des femmes, le 8 mars, la 6e édition du baromètre 'Argent de poche et inégalités' du Teenage Lab by Pixpay révèle une disparité encore bien ancrée année après année.

Une volonté d'égalité… mais une réalité différente

Les inégalités commencent dès l'enfance, et se creusent d'année en année. Bien que les parents prévoient des montants d'argent de poche régulier équivalents entre les filles et les garçons, des écarts apparaissent au niveau des extras perçus par ces derniers. Les filles reçoivent en moyenne 9€ en moins

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

par mois par rapport aux garçons. Une différence plus importante que l'année précédente où l'écart était de 6,7€ en faveur des garçons. Cette tendance se creuse chez les 16-17 ans : les garçons perçoivent en moyenne 141,1€, soit près de 19€ de plus que les filles (122€). Un écart annuel moyen de 229€ (vs 186€ en 2025).

Les filles demandent, les garçons empochent

Derrière les chiffres de l'argent de poche, une dynamique intéressante se reconfirme entre filles et garçons. 58% des demandes de rallonges proviennent des filles, mais les garçons (42% des demandes de rallonges) demandent des montants légèrement plus élevés à leurs parents (34€ contre 32€). Une tendance similaire à l'année précédente au niveau des demandes de rallonges, mais avec une légère augmentation des montants demandés (29,7€ pour les filles, 31,1€ pour les garçons en 2025). Ces données montrent ainsi que, même s'ils sollicitent moins souvent leurs parents, les garçons se montrent plus audacieux dans les montants qu'ils demandent.

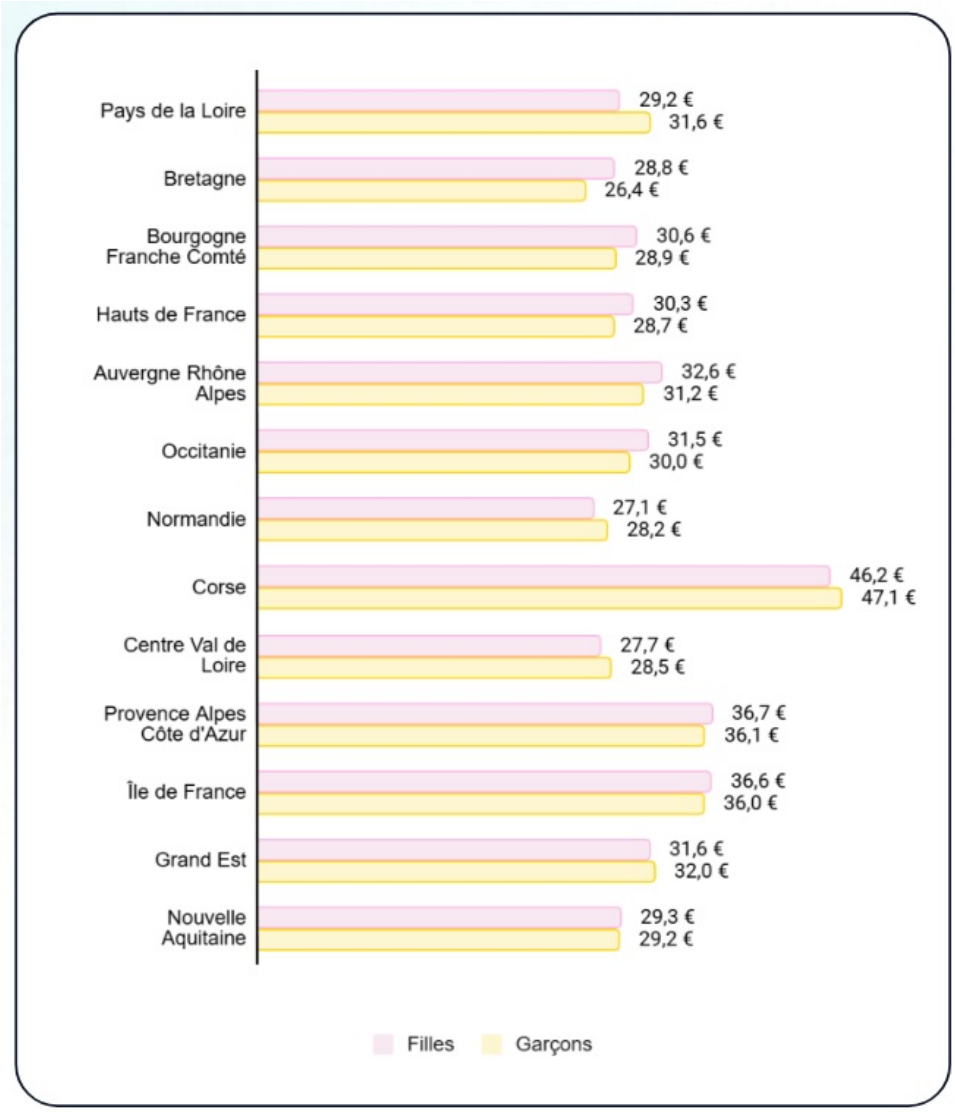
Les filles prennent les devants pour gagner davantage

La fonctionnalité « Missions » de l'application révèle une tendance : cette année, 59% des adolescents ayant demandé une mission rémunérée sont des filles, contre 41% de garçons. Un signal fort qui montre qu'elles n'hésitent pas à s'engager activement pour compléter leur argent de poche.

« Pour cette 6e édition, le constat est clair : malgré des intentions parentales équitables, les écarts d'argent de poche entre filles et garçons persistent et se creusent à l'adolescence. Ces différences, en apparence anodines, constituent en réalité les premières marches d'inégalités qui se prolongent à l'âge adulte. L'argent de poche façonne le rapport à l'autonomie, à la négociation et à la valeur que l'on s'accorde. Si nous voulons une société plus égalitaire demain, c'est dès l'adolescence qu'il faut agir pour corriger ces écarts », souligne Caroline Ménager, cofondatrice de Pixpay.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



Argent de poche mensuel moyen reçu par genre et par région de l'écart le plus grand à l'écart le plus faible. ©Pixpay

---

Parcoursup : 4 lycéens sur 10 regrettent d'avoir trop écouté leurs parents pour leur

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

orientation



Comment les jeunes construisent-ils aujourd'hui leurs choix d'orientation ? À qui font-ils confiance pour décider de leur avenir scolaire et professionnel ? Et quelle place l'intelligence artificielle est-elle en train de prendre dans ce parcours souvent complexe ? Pour y répondre, Diplomeo publie les résultats de son enquête réalisée auprès de 1 001 jeunes Français âgés de 16 à 25 ans.

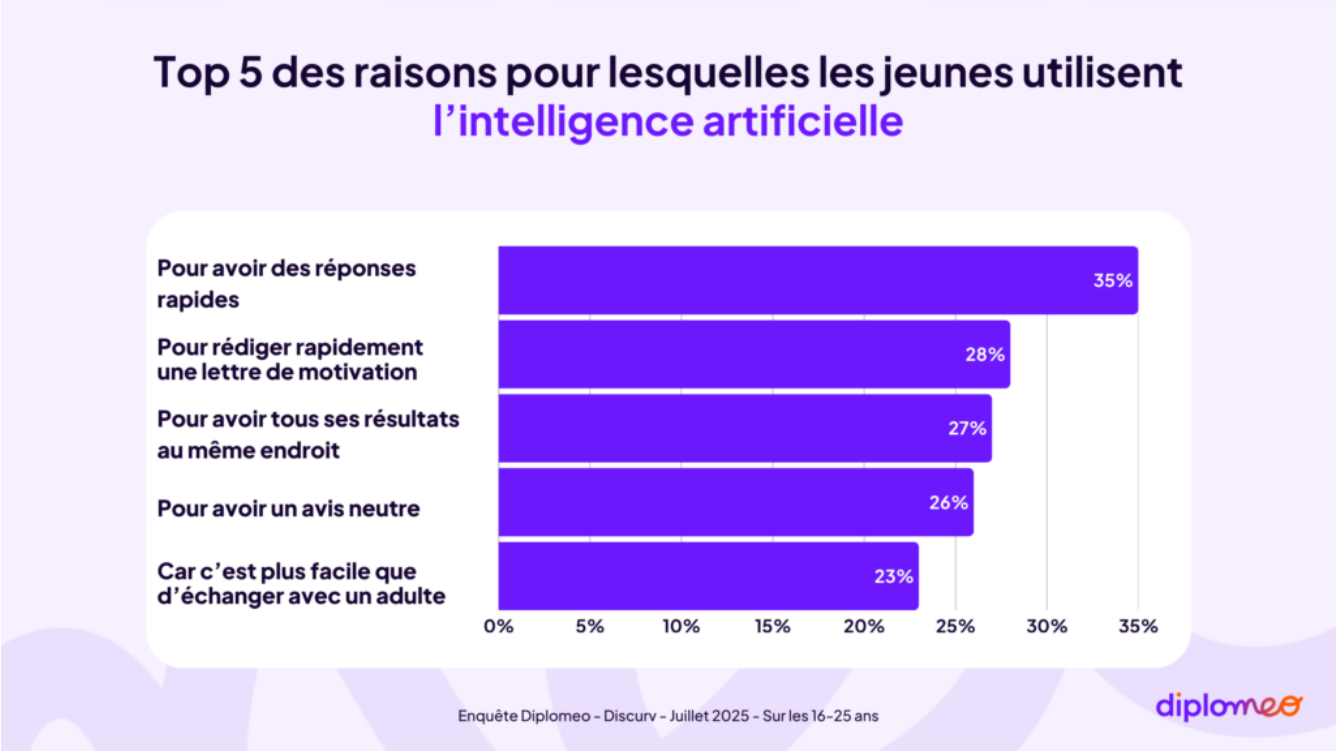
L'IA largement testée dans son orientation, mais…

L'intelligence artificielle s'installe progressivement dans les usages d'orientation des jeunes : 61 % des lycéens et étudiants déclarent avoir utilisé au moins une fois l'IA pour les aider à s'orienter. Une adoption massive, qui traduit à la fois l'attrait pour ces nouveaux outils et la complexité croissante des choix d'orientation.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Les jeunes qui se sont tournés vers l'IA l'ont d'abord fait pour avoir des réponses rapidement (35 %) ou pour faciliter la rédaction de lettres de motivation (28 %). L'outil est aussi apprécié pour sa capacité à centraliser l'information (27 %) et à fournir un avis perçu comme neutre (26 %). Dans certains cas, l'IA a été utilisée par défaut, faute d'interlocuteur humain disponible (19 %) ou simplement par curiosité. Si l'IA est devenue un réflexe, elle reste surtout utilisée comme un outil d'éclairage ponctuel plutôt qu'un guide principal de l'orientation.



©Diplomeo

Parmi les 16-18 ans, son usage est déjà bien ancré : 31 % utilisent l'IA pour se renseigner sur les métiers, 30 % pour rédiger leur lettre de motivation et 27 % pour s'informer sur les formations et les établissements. Des usages très concrets, directement liés aux étapes clés de l'orientation et de Parcoursup. L'attrait pour l'IA repose avant tout sur le gain de temps.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



©Diplomeo

Une orientation qui commence dès le collège

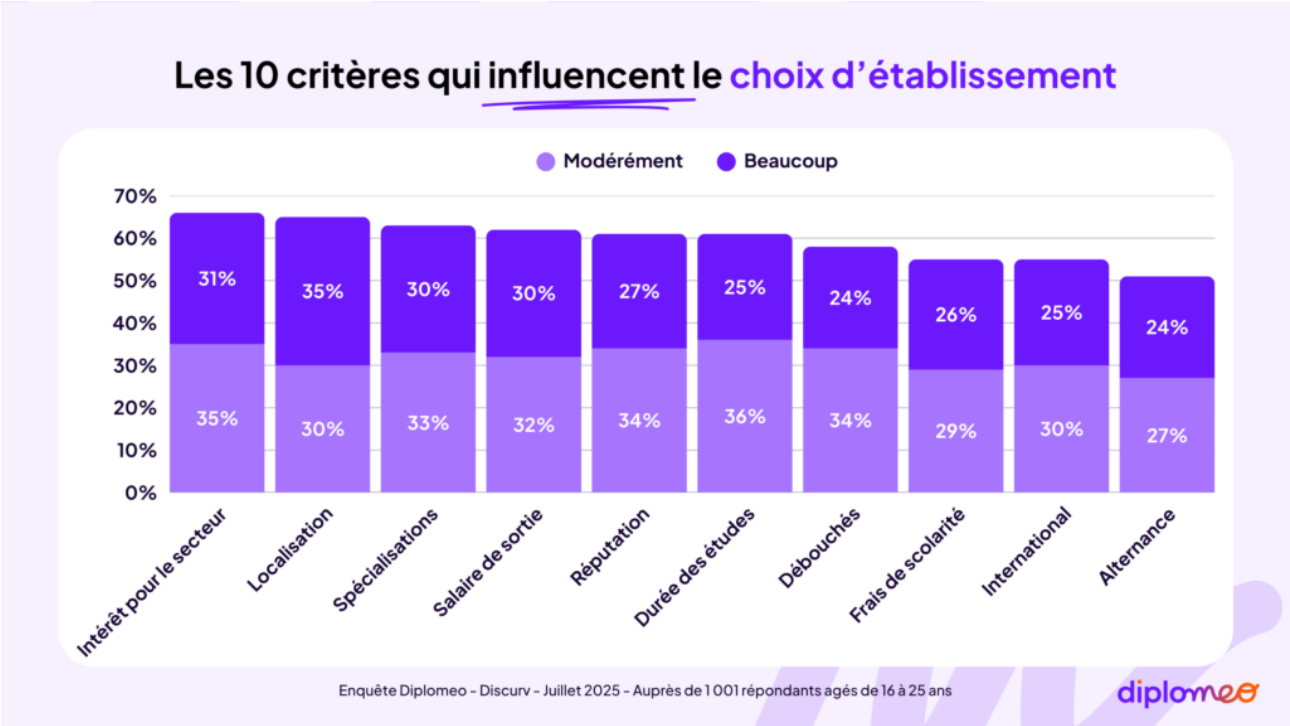
L'étude confirme que l'orientation débute bien avant le lycée. 34 % des jeunes commencent à s'interroger sur leur avenir dès le collège, avec un moment charnière en fin de troisième, lorsque se pose le choix entre voie générale, technologique ou professionnelle. Une étape structurante, souvent perçue comme insuffisamment accompagnée. En effet, si l'accompagnement existe bel et bien, il laisse une impression mitigée 8% le jugent franchement insuffisant et, plus préoccupant encore, 20 % déclarent n'avoir bénéficié d'aucun accompagnement à l'école, ni par l'institution ni par leur entourage familial.

Des critères multiples, rarement tous réunis

Les choix d'orientation reposent sur une combinaison de critères. La localisation influence fortement les décisions (35%), tout comme l'intérêt pour le secteur (31%), le salaire à la sortie (30%), la spécialisation de la formation (30%) ou encore la réputation de l'établissement (27%). Si les frais d'inscription entrent également en ligne de compte, seuls 17 % des jeunes déclarent avoir renoncé à une formation pour des raisons budgétaires.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



©Diplomeo

Malgré cette pluralité de critères, seuls 27 % des répondants estiment avoir trouvé une formation qui cochait toutes les cases. Les compromis portent le plus souvent sur la recherche d'un choix jugé sûr (19 %), l'intégration d'une formation à leur niveau même si elle était moins attractive (18 %) ou la volonté de ne pas perdre une année d'études (18 %).

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



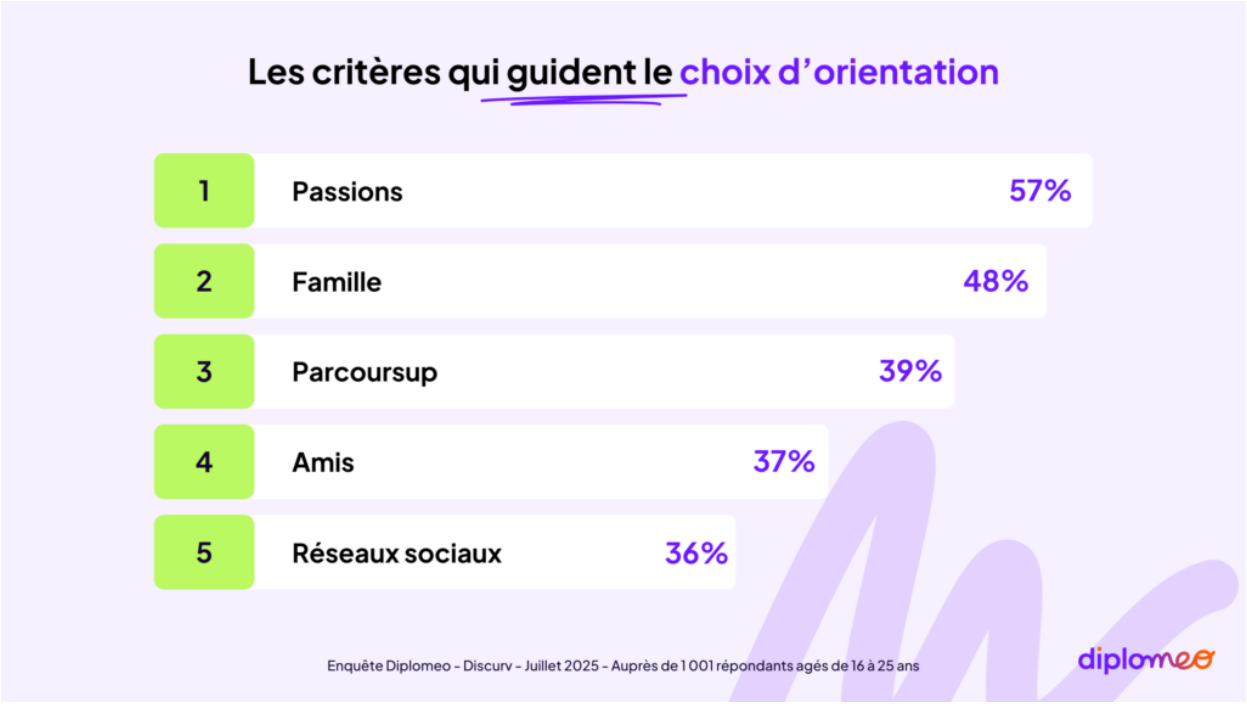
©Diplomeo

Parents et proches des soutiens privilégiés, mais parfois questionnés

Malgré la montée en puissance de l'IA, les jeunes continuent de s'appuyer d'abord sur leurs proches et les sources institutionnelles. Les passions et centres d'intérêt restent le premier facteur d'influence (57%), devant la famille (50%), Parcoursup (39%), les médias et sites d'information (37%), les amis (37%) et les réseaux sociaux (36%). Une hiérarchie qui montre que l'IA ne remplace pas l'entourage, mais vient s'y ajouter.

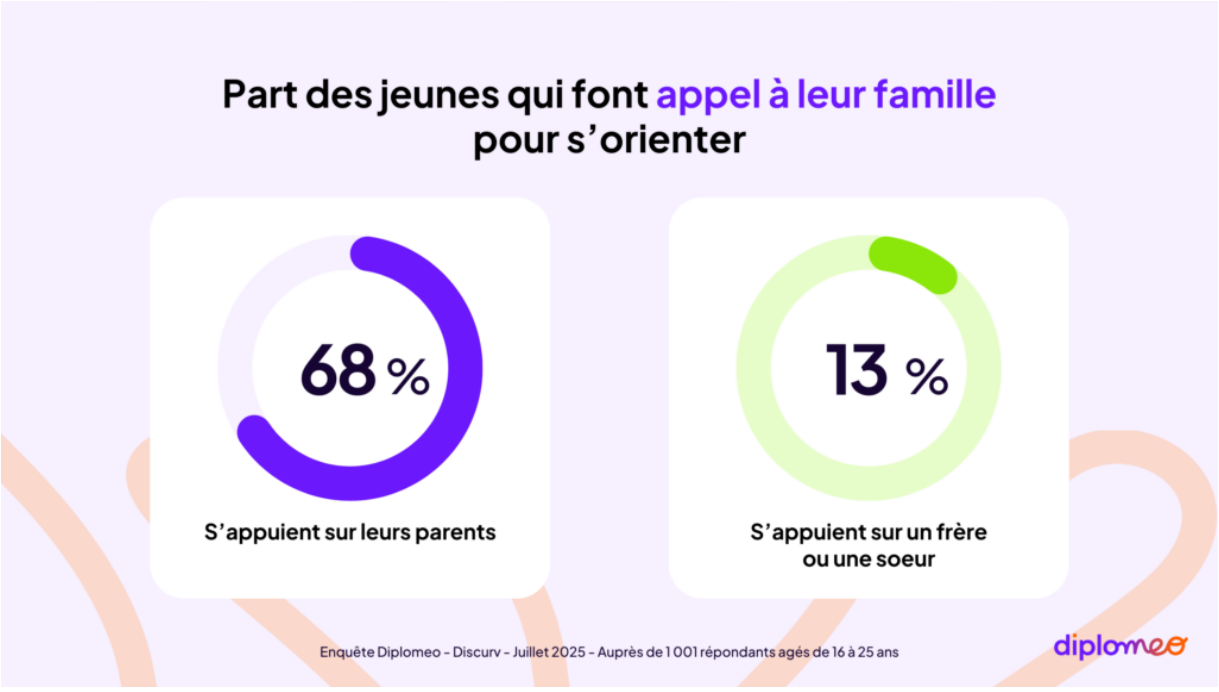
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



©Diplomeo

D'ailleurs, l'accompagnement parental demeure central dans les choix d'orientation. 68 % des jeunes déclarent être aidés par leurs parents, et 13 % par un frère ou une sœur.

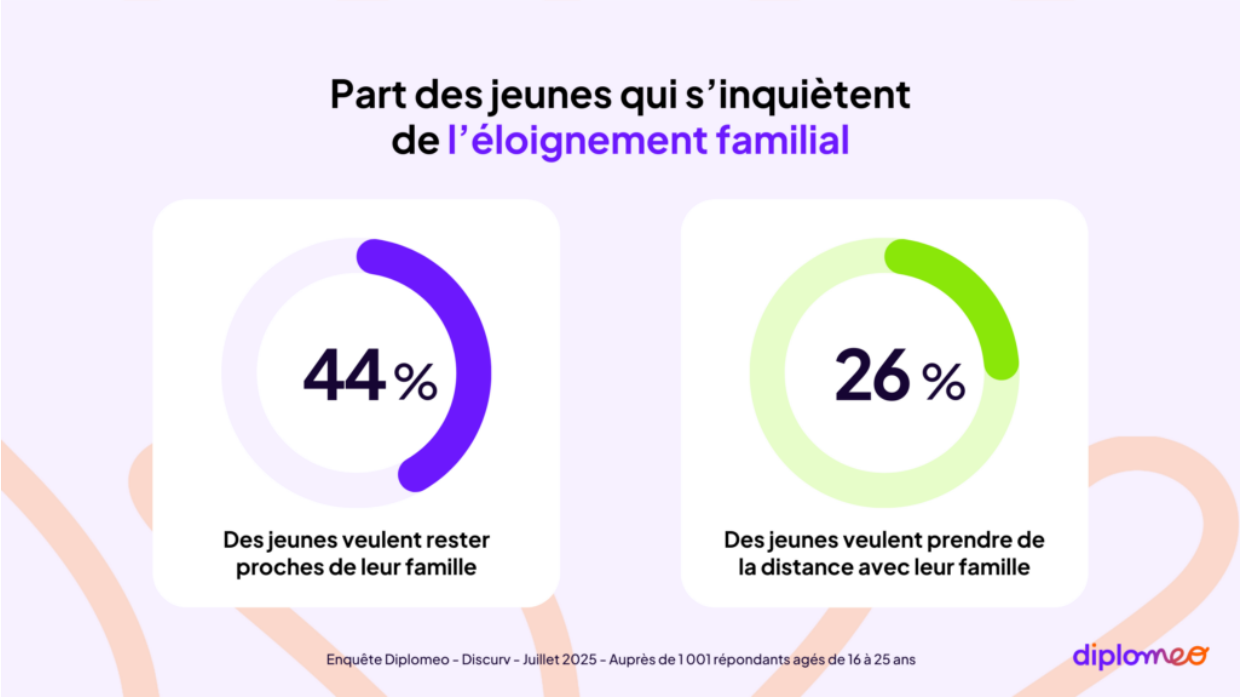


Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

©Diplomeo

La proximité géographique avec la famille joue également un rôle important dans les décisions : 44% préfèrent rester proches de leur famille contre 26% qui cherchent au contraire à s'en éloigner.



©Diplomeo

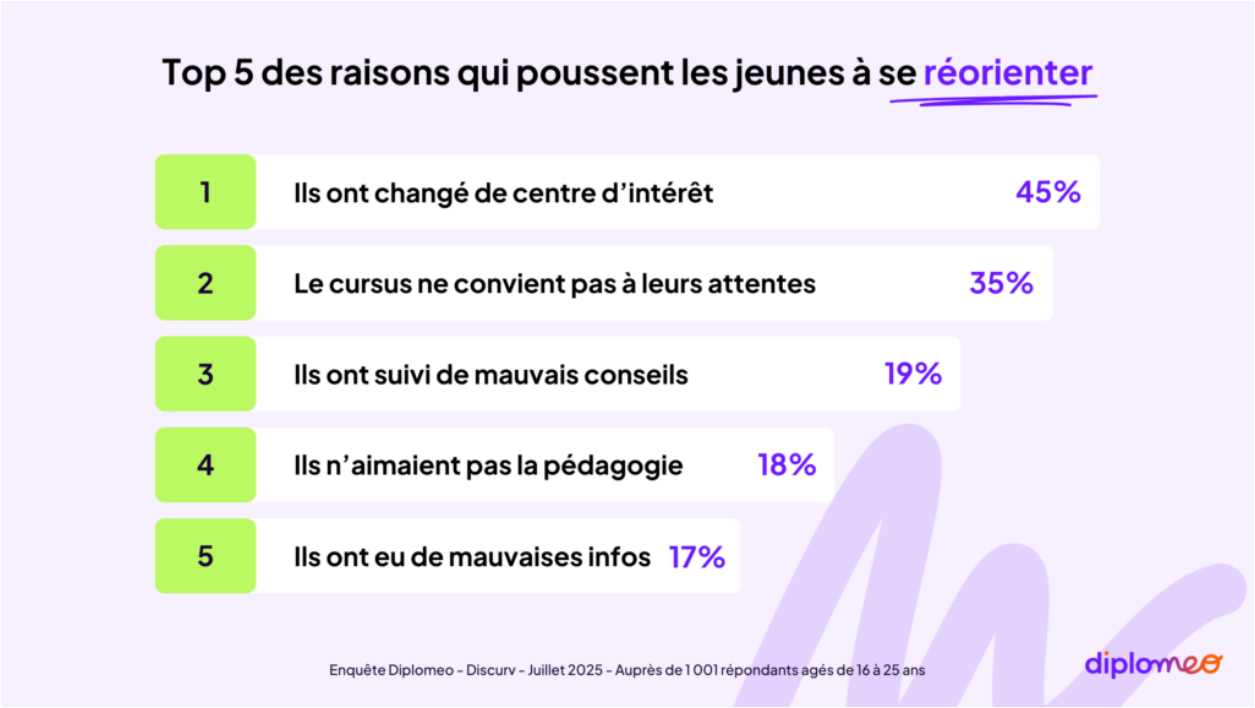
Toutefois, cette influence est parfois remise en question, notamment lors des réorientations. Parmi les jeunes concernés, 25 % estiment qu'ils auraient dû davantage suivre leurs propres envies que l'avis de leurs parents, une proportion qui atteint 41 % chez les 16-18 ans, illustrant une volonté croissante d'émancipation.

La réorientation, un ajustement plus qu'un échec

Enfin, l'étude montre que la réorientation est rarement vécue comme une erreur. Elle est avant tout motivée par un changement de centres d'intérêt ou de projet (45 %) ou par un manque d'intérêt pour le cursus suivi (35 %), loin devant les mauvais conseils reçus l'année précédente (19 %) ou les informations erronées sur une formation (17 %). Des parcours de plus en plus évolutifs, dans un contexte où 13 % des jeunes jugent toujours difficile, voire très difficile, de trouver des informations pertinentes sur l'orientation.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



©Diplomeo

« L'orientation n'a jamais été aussi déterminante, ni aussi complexe avec Parcoursup. Ce que montre cette étude, c'est que les jeunes ne cherchent pas une réponse toute faite, mais des repères pour décider. L'IA devient un nouvel outil d'éclairage, au même titre que les proches ou les sources officielles, mais elle ne remplace pas l'accompagnement humain. Avec Diplomeo, notre ambition est précisément d'aider chaque jeune à mieux se connaître, à mieux comprendre les formations et à faire des choix éclairés, dans un moment clé de leur parcours », déclare Jérémy Plasseraud, directeur exécutif de Hellowork.

Étude réalisée par Diplomeo

Saint-Valentin : en Provence-Alpes-Côte d'Azur, les couples ont passé le plus de temps à table

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



sunday, leader des solutions de paiement au restaurant, sort ce matin une étude réalisée sur l'ensemble des repas pris dans ses restaurants partenaires pour le dîner de la Saint-Valentin. Avec 2h13 passées à table et des notes moyennes de 4,8 sur 5, les couples de la région PACA affichent la plus longue soirée et la plus grande satisfaction de France.

Le dîner en amoureux de la Saint-Valentin, c'est un peu un incontournable du 14 février. Pour célébrer leur amour, cette année encore, les couples étaient de sortie au restaurant. En moyenne, ils ont dépensé 49 euros par personne, confirmant que cette soirée reste un moment particulier où l'on accepte plus facilement de se faire plaisir. C'était 54 € l'an dernier et c'est 41€ en moyenne pour une table de deux un soir ordinaire. Certaines tables ont vu les choses en grand : une addition record de 1 872 € a été enregistrée lors de cette soirée.

Contrairement aux habitudes observées le reste de l'année, seulement 21 % des couples ont partagé l'addition, contre un tiers habituellement. Le dîner de la Saint-Valentin reste donc un moment où l'on invite plus volontiers l'autre. La générosité s'est aussi exprimée envers les équipes en salle : 43 % des tables ont laissé un pourboire, avec un record de 56 euros.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Des disparités régionales marquées

Au jeu des comparaisons régionales, l'Auvergne-Rhône-Alpes affiche la dépense moyenne la plus élevée, avec 91 € par personne À l'opposé, la Bretagne affiche le panier moyen le plus bas (41€). La plus grosse addition a été enregistrée en Île-de-France, avec un montant culminant à 1 872€. À l'autre bout du spectre, la Bretagne affiche une addition record de 249 €, bien en deçà du pic francilien. Les couples de Nouvelle-Aquitaine ont le plus partagé l'addition (33%). À l'inverse, le partage a été le moins fréquent en Bourgogne-Franche-Comté et dans le Grand Est (19%), où le repas a été plus souvent réglé par une seule personne qui a choisi plus volontiers d'inviter l'autre. Les restaurateurs d'Île-de-France ont le plus souvent reçu un pourboire (48% des additions). En Provence-Alpes-Côte d'Azur, en revanche, seuls 34% des tables ont laissé un pourboire. Les couples ont passé près de deux heures à table en moyenne (1h55). Les soirées ont été particulièrement longues en Provence-Alpes-Côte d'Azur (2h13), alors qu'elles ont été plus rapides dans les Hauts-de-France (59 minutes). Enfin, côté satisfaction, les notes restent élevées dans l'ensemble, avec une moyenne nationale de 4,5 / 5, et un pic à 4,8 en Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Région	Dépense moyenne par pers. 2026	Plus grosse addition 2026	% d'additions partagées 2026	Fréquence pourboire moyen 2026	Plus gros pourboire 2026	Note moyenne 2026	Durée à table 2026
France	**49€**	**1 872€**	**21%**	**43%**	**56€**	**4,5**	**1h55**
Auvergne-Rhône-Alpes	91€	832€	24%	45%	33€	4,5	1h41
Bourgogne-Franche-Comté	47€	578€	19%	39%	12€	4,6	1h53
Bretagne	41€	249€	31%	42%	13€	4,7	1h47
Centre-Val de Loire	42€	438€	22%	35%	11€	4,6	1h51
Grand Est	54€	947€	19%	40%	15€	4,3	2h02
Hauts-de-France	43€	421€	22%	41%	11€	4,2	59min
Ile-de-France	66€	1 872€	22%	48%	56€	4,6	1h58
Normandie	50€	284€	31%	39%	9€	4,5	1h46
Nouvelle-Aquitaine	62€	374€	33%	42%	12€	4,5	2h05
Occitanie	55€	712€	27%	39%	9€	4,5	2h03
Pays de la Loire	47€	456€	23%	37%	8€	4,7	1h58
Provence-Alpes-Côte d'Azur	43€	613€	26%	34%	10€	4,8	2h13

©sunday

43% des Français déclarent aller travailler même en étant malades

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



Les comportements face aux maladies respiratoires au travail restent largement insuffisants. Selon une nouvelle enquête OberA, le présentéisme est un risque car malgré les symptômes, beaucoup continuent de venir travailler. De plus, seuls les réflexes les plus simples sont privilégiés, tandis que les mesures les plus efficaces restent minoritaires. Enfin, à l'arrivée de l'hiver, on hésite, on improvise… et les microbes circulent. Entre réponses partielles et inaction, la prévention repose encore trop souvent sur un jugement individuel peu efficace.

Malade au travail : le réflexe français qui met tout le monde à risque

En France, quand on a un rhume ou une toux, la réponse reste trop souvent la même : on vient quand même. 43% déclarent travailler malgré la maladie, contre 25% qui restent chez eux (29% tranchent selon le contexte). Ce flou nourrit le présentéisme : d'après la Dares, 27% des jours de maladie se traduisent par une présence au travail.

Pourtant, le bon sens et la santé publique sont clairs : avec des symptômes, on limite la transmission (masque au travail, gestes barrières). Ces chiffres montrent surtout une urgence : ne plus laisser la prévention reposer sur l'arbitrage individuel. Il faut des règles simples et applicables : télétravail si possible, masque en cas de symptômes, aération/ventilation renforcée.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Quand un collègue est malade (toux/rhume), que se passe-t-il le plus souvent ?	
Réponses	**Pourcentages**
Il/elle reste chez lui/elle	25 %
Il/elle vient quand même (par obligation)	**43 %**
Ça dépend des équipes / périodes	29 %
Je ne sais pas	3 %

©OberA

Collègue malade : les bons réflexes… mais pas les bons leviers

Face à un collègue malade, les Français réagissent surtout par des gestes réflexes : hygiène des mains/désinfection (53%) et distanciation (41%). Mais les mesures les plus déterminantes en milieu clos restent minoritaires : aération renforcée (27%), masque (18%).

Plus inquiétant encore : 37% parlent d'inaction (25% ne changent rien, 12% ne font rien). Un signal cohérent avec le recul général des gestes barrières et du masque dans la population.

Ces chiffres appellent un cadre simple en entreprise : aérations courtes répétées, visio quand nécessaire, masques à disposition, règles en cas de symptômes, et purification de l'air.

Quand un collègue est malade (toux/rhume), que faites-vous le plus souvent ?	
Réponses	**Pourcentages**
Je garde mes distances et je limite les échanges en face à face	41 %
Je porte un masque (au moins en réunion/à proximité)	18 %
J'aère davantage (j'ouvre la fenêtre quand c'est possible)	27 %
Je me lave/désinfecte les mains plus souvent et je désinfecte mon poste	53 %
J'évite les réunions en présentiel / je demande une visio	18 %
Je demande au collègue de rentrer / de télétravailler (si possible)	16 %
Je demande à rentrer chez moi pour télétravailler (si possible)	12 %
Je le signale à un manager/RH (si la situation pose problème)	6 %
Je ne change rien / je fais avec	25 %
Je ne fais rien du tout	12 %
Autre	3 %

©OberA

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

Contre les microbes beaucoup d'hésitation et peu de stratégie complète

Les microbes circulent, mais les réponses montrent surtout… l'incertitude. La solution la plus efficace — aérations courtes + purificateur — n'est choisie que par 31% des personnes.

La majorité fait "au minimum" : 50% se limitent à une seule action (29% purificateur seul, 21% fenêtre ouverte malgré froid/pollution). Et 19% ne passent pas à l'action (11% ne savent pas quoi faire, 8% ne font rien).

Pourtant, la logique est simple : renouveler l'air, même en hiver, via des ouvertures brèves et répétées pour réduire l'accumulation d'aérosols. Et si possible, compléter avec une filtration HEPA.

Pour réduire les risques liés aux microbes respiratoires dans l'air (aérosols), la meilleure réponse est selon vous :	
Réponses	**Pourcentages**
Ouvrir la fenêtre même si l'air extérieur est très froid et peut-être pollué	21 %
Utiliser un purificateur d'air (type HEPA, à charbon actif, à saturation, régénérable)	29 %
Procéder à de courtes aérations régulières et l'utilisation d'un purificateur d'air	31 %
Ne rien faire du tout	8 %
Je ne sais pas	11 %

©OberA

Un salarié sur trois recherche activement un nouvel emploi par crainte d'être remplacé par l'IA

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



L'IA génère un éventail d'émotions complexes, souvent contradictoires, chez les salariés. Si beaucoup en perçoivent les opportunités, la réalité est plus nuancée : stress accru, crainte de perdre son emploi, recherche active d'un nouveau poste et incertitude quant à son impact sur leur fonction. C'est ce que révèle le rapport '[People at Work 2025]' d'[ADP Research], qui dresse un état des lieux des perceptions de l'IA dans le monde du travail, à partir d'une enquête menée auprès de près de 38 000 salariés dans 34 pays, dont plus de 1 000 en France.

« L'impact de l'IA n'est pas seulement technologique, il est aussi émotionnel pour de nombreux salariés, souligne Carlos Fontelas De Carvalho, Président d'ADP en France et Europe centrale. Beaucoup perçoivent l'IA comme un levier de progrès, mais elle peut susciter aussi de l'incertitude. Les employeurs qui sauront reconnaître cette dimension émotionnelle, expliquer les implications concrètes de l'IA, répondre aux préoccupations et mettre en place des pratiques de formation et d'organisations seront les mieux préparés pour une intégration positive des nouvelles technologies dans le cadre de travail. »

Entre optimisme et incertitude, les travailleurs peinent à se projeter

Les sentiments vis-à-vis de l'IA sont partagés : 50% des salariés dans le monde considèrent qu'elle aura un impact positif sur leur emploi dans l'année à venir, dont 17% se disent tout à fait d'accord. Seuls 10% expriment une forte crainte d'être remplacés par cette technologie.

L'IA suscite, en effet, une forme d'ambivalence : elle est à la fois source d'enthousiasme pour son

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

potentiel et d'inquiétude quant à ses conséquences. Ainsi, 27% des travailleurs qui anticipent un impact positif de l'IA sur leur emploi redoutent également qu'elle puisse les remplacer. Certains des pays les plus optimistes, comme l'Égypte (36%) ou l'Inde (34%), affichent aussi les plus fortes proportions de salariés craignant d'être remplacés (22% et 17% respectivement). Cette anxiété est renforcée par l'incertitude : 44% des répondants dans le monde reconnaissent ne pas savoir, à ce jour, comment l'IA va transformer leur travail (dont 12% disent n'en avoir strictement aucune idée).

La crainte d'un remplacement accentue également le stress professionnel. Les salariés qui redoutent que l'IA prenne leur place sont deux fois plus susceptibles de subir un stress élevé au travail, que ceux qui sont plus confiants. Autre conséquence notable, cette fois en matière de rétention des talents : plus de 30% des salariés qui pensent pouvoir être remplacés par une IA sont activement à la recherche d'un nouvel emploi, contre 16% parmi ceux qui se disent moins préoccupés.

Des salariés français peu concernés par les impacts de l'IA

En France, seuls 11% des travailleurs se disent tout à fait d'accord avec l'idée que l'IA aura un impact positif sur leur emploi. Ce chiffre est aligné sur la moyenne en Europe (11%), région où les salariés sont les plus pessimistes vis-à-vis de l'IA, derrière le Moyen-Orient/Afrique (27%), l'Amérique latine (19%), l'Asie-Pacifique (16%) et l'Amérique du Nord (13%).

Cependant, les salariés français ne sont que 8% à craindre d'être remplacés par l'IA, une proportion identique à celle des Européens (8%). De même, 11% en France comme en Europe sont tout à fait d'accord avec l'affirmation qu'ils ne savent pas comment l'IA va changer leur emploi.

Les professions intellectuelles, comme les ingénieurs, chercheurs ou développeurs, sont à la fois les plus optimistes et les plus préoccupés : 24% à l'échelle mondiale et 15% en France sont tout à fait d'accord sur le fait que l'IA aura un impact positif sur leur emploi, mais ils sont aussi respectivement 13% et 11% à craindre qu'elle ne les remplace. Ces travailleurs du savoir sont également les plus nombreux à exprimer des incertitudes quant à l'évolution de leur métier : 14% dans le monde et 13% en France.

Les salariés les plus jeunes sont à la fois enthousiastes et les plus inquiets vis-à-vis de l'IA, en raison de son impact potentiel à long terme sur leur carrière. En France, 12% des 18-26 ans et 18% des 27-39 ans anticipent des effets positifs sur leur travail, tandis que respectivement 13% et 11% redoutent d'être remplacés par la technologie. À l'inverse, les plus de 55 ans apparaissent plus détachés, considérant que l'impact de l'IA sur leurs dernières années d'activité sera limité : seuls 5% d'entre eux craignent d'être remplacés.

Une perception de l'IA qui diffère selon les secteurs d'activité

Les salariés des secteurs qui adoptent rapidement les nouvelles technologies sont les plus optimistes. En Europe comme dans le reste du monde, ce sont les professionnels des services technologiques (19% contre 28% au niveau mondial), de la finance et de l'assurance (18% contre 25%), ainsi que de l'information (17% contre 20%) qui se montrent les plus enclins à percevoir positivement l'impact de

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

l'IA. Pourtant, ils sont quand même 12% dans le monde et 10% en Europe à craindre d'être remplacés, dans ces secteurs où l'IA est perçue comme un levier majeur d'efficacité et d'avantage concurrentiel.

À l'inverse, les secteurs à forte dimension humaine, comme la santé et l'assistance sociale, font preuve de plus de prudence : seuls 7% des salariés en Europe et 10% dans le monde estiment que l'IA aura un impact positif sur leur travail.

« Je pense réellement que les nouvelles technologies comme l'IA générative ont pour but de donner des capacités augmentées aux équipes pour gagner du temps, simplifier leur quotidien et les libérer des tâches chronophages, mais absolument pas pour les remplacer. L'IA permet d'automatiser des tâches, mais pas d'automatiser des emplois ! » explique Carlos Fontelas de Carvalho.

Il conclut : « Il faut bien sûr expliquer le sens de l'intégration de l'IA dans le cadre du travail, et respecter l'équilibre entre l'humain et la technologie, notamment dans le secteur RH : une heure gagnée grâce à l'IA correspond à une heure de plus passée à s'occuper du développement et de l'engagement des collaborateurs. »

Étude sur l'exposition aux pesticides PestiRiv : les viticulteurs réagissent

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026



Les résultats de l'étude nationale sur l'exposition aux pesticides des riverains en zones viticoles, appelée 'PestiRiv', ont été publiés ce lundi 15 septembre. La filière viticole défend être déjà mobilisée dans la réduction de l'usage des pesticides mais se dit aussi du côté de la science et prête à entendre ce que dévoileront de prochaines études.

Lancée en octobre 2021 par l'ANSES (Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail) et par Santé Publique France, l'étude PestiRiv vise à mieux connaitre l'exposition aux pesticides des personnes vivant près de vignes. Le but était de mesurer l'exposition aux pesticides, et non d'en évaluer les effets sur la santé.

Cette étude avait pour objectif de répondre à quatre questions :

- Les personnes vivant à proximité des vignes sont-elles plus exposées aux pesticides que celles vivant dans des zones éloignées de toute culture ?
- Quels sont les facteurs qui influencent cette exposition (par exemple : distance aux vignes, comportements du quotidien) ?
- Comment cette exposition évolue-t-elle selon les périodes de l'année (comparaison entre

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 1 novembre 2026

période de traitements phytosanitaires et période sans traitement) ?
- Quels sont les liens entre les différents niveaux de contamination des milieux et les niveaux d'imprégnations des personnes ?

Les résultats de l'étude

2 700 personnes, âgées de 3 à 79 ans, réparties dans six régions (Auvergne-Rhône-Alpes, Bourgogne-Franche-Comté, Grand Est, Nouvelle-Aquitaine, Occitanie, Provence-Alpes-Côte d'Azur), ont participé aux deux périodes de l'étude : pendant les traitements et hors traitement des vignes.

Ainsi, les analyses ont révélé que l'exposition aux pesticides était effectivement plus élevée en zones viticoles, et plus forte pendant la période de traitement. « Même si PestiRiv ne livre pas d'enseignements spécifiques sur les risques (sanitaires et sur la santé) associés aux expositions observées, l'influence de la proximité des cultures sur la contamination des milieux et l'imprégnation des personnes montrée par ses résultats incite à agir pour limiter l'exposition des riverains », indique l'étude.

Les viticulteurs se placent du côté de la science

Face aux résultats de PestiRiv, la filière viticole tient à rappeler qu'elle attendait avec intérêt ces résultats. « Le sujet de l'utilisation des pesticides s'inscrit dans un débat de société qui nous concerne tous : pouvoirs publics, chercheurs, viticulteurs, parties prenantes et citoyens », déclare Bernard Farges, Président du Comité National des Interprofessions des Vins à appellation d'origine et à indication géographique (CNIV).

Les viticulteurs affirment qu'ils limitent l'usage des pesticides quand ils le peuvent et ont déjà fait de gros progrès concernant leurs pratiques, mais que les progrès se feront en collaboration avec les fabricants de pesticides qui doivent trouver des solutions alternatives. « L'État a aussi un rôle à jouer en améliorant dès à présent les procédures d'homologation de substances, en particulier celles de biocontrôle », ajoute le président du CNIV.

« Depuis dix ans, la dynamique est là : la France s'impose parmi les tout premiers vignobles bio au monde avec plus de 20 % des surfaces désormais conduites en agriculture biologique et 88% des surfaces viticoles sont engagées dans une certification environnementale », insiste-t-il. Malgré les progrès, la filière viticole se dit du côté de la science et attend des études plus poussées qui indiqueront plus finement si ces niveaux d'exposition présentent ou non des risques sanitaires potentiels.

Pour en savoir plus sur l'étude PestiRiv, cliquez ici.