Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

Morières-lès-Avignon, Un shooting moustachu au profit de la santé masculine



À l'occasion du mois de Movember, focalisé sur la santé masculine, l'Association Moriéroise des Artisans et Commerçants (AMAC) s'est associée avec le photographe Frédéric Sicard pour proposer une séance photo solidaire : une partie des bénéfices, 300€, a été versée à la cause Movember, afin de sensibiliser aux cancers masculins et à la santé mentale.

Le mois de novembre dévoile une mobilisation particulière dans la petite commune de Morières-lès-Avignon. La campagne Movember -contraction de moustache (mo) et de November – est née en Australie en 2003 et s'est imposée depuis comme un mouvement mondial de sensibilisation à la santé des hommes : cancers de la prostate et des testicules, mais aussi santé mentale et prévention du suicide.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

Humaine dynamique

L'AMAC, a décidé d'inscrire sa dynamique associative dans cet élan. Cette association locale, regroupant artisans et commerçants de la commune, œuvre depuis plusieurs années à valoriser le tissu économique de la ville et à développer des initiatives communautaires. Cette année, l'AMAC reconduit un partenariat avec le photographe Frédéric Sicard : connu dans la région, ce dernier œuvre au studio de portrait à Morières-lès-Avignon et se distingue par son regard artistique et professionnel.

Convivial et original

Le principe est simple et ingénieux : les membres de l'AMAC sont invités à réserver une séance photo auprès de Frédéric Sicard. Une partie des bénéfices de chaque session est reversée à la cause Movember. Une façon originale et conviviale d'aborder un sujet grave -la santé masculine- sans lourdeur, tout en mobilisant la communauté locale. « Notre reconduction de ce partenariat avec Frédéric Sicard témoigne de notre engagement profond envers la santé de nos membres. Le shooting-photo est une manière originale et joyeuse d'aborder des sujets graves », déclare Ornella, présidente de l'AMAC.



Movember Les hommes de l'Amac Copyright Frédéric Sicard

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

La fragilité des hommes
Sur le plan des enjeux, il ne suffit pas de souligner l'altruisme de l'initiative : les statistiques sont édifiantes. À l'échelle mondiale, les hommes décèdent en moyenne six ans plus tôt que les femmes. Par ailleurs, trois quarts des suicides concernent des hommes. Parallèlement, le cancer de la prostate, après celui du poumon, reste le cancer le plus fréquent chez l'homme, tandis que celui des testicules est le plus courant entre 15 et 40 ans. Dès lors, toute action de mobilisation participe non seulement à la collecte de fonds mais aussi à 'faire parler' et 'faire agir' deux leviers essentiels au renversement d'une tendance trop longtemps ignorée.

Un pas après l'autre
Sur le terrain local, cette opération a permis de collecter 300€ à ce jour. Une somme modeste mais symbolique, qui encourage à poursuivre l'effort. Dans une commune où les artisans et commerçants sont les piliers du quotidien, leur engagement pour une cause de santé publique prend une dimension toute particulière. En mobilisant l'image -par l'intermédiaire du photographe- et le réseau de l'AMAC, l'initiative renforce la cohésion et rappelle que la prévention est l'affaire de tous.

Une invitation à la bienveillance
À Morières-lès-Avignon, la moustache de Movember se glisse subtilement mais durablement dans le cadre professionnel et artisanal local. Grâce à l'AMAC et à Frédéric Sicard, l'événement prend un visage concret, et la santé masculine, trop longtemps taboue, gagne en visibilité et en soutien. Au-delà du cliché, c'est une invitation à agir, à discuter, à prévenir — et c'est peut-être là, pour chaque homme, le plus beau portrait à réussir.
Mireille Hurlin

Vendredi 13 : les Françaises, leurs superstitions et les jeux d'argent

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

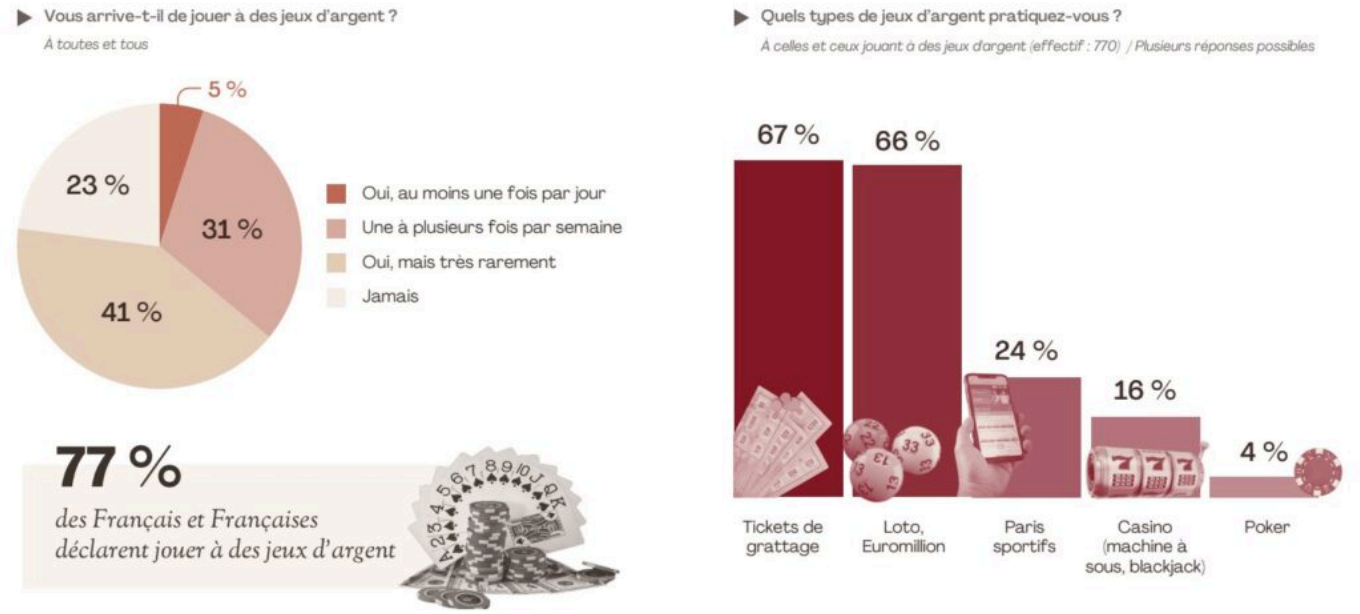


Le vendredi 13 est signe de superstition pour beaucoup. Si nombreux sont ceux qui voient cette journée d'un mauvais œil, d'autres la prennent comme une opportunité pour attirer la chance. À cette occasion, l'organisme spécialisé dans les statistiques FLASHS et le site JeuResponsable.fr se sont associés pour mener une enquête sur l'appétence des Françaises pour les jeux d'argent en cette date symbolique.

FLASHS et JeuResponsable.fr ont réalisé l'enquête auprès de 1 000 personnes âgées de 18 ans et plus. L'étude révèle une sensibilité plus forte des femmes à la superstition qui entoure le vendredi 13 et les motive, plus que les hommes, à miser en cette fin de semaine. Les résultats mettent également en exergue une utilisation plus répandue parmi la gent féminine de rituels préparatoires à l'acte de jouer.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026



©FLASHS / JeuResponsable.fr

Moins joueuses, mais plus sûres

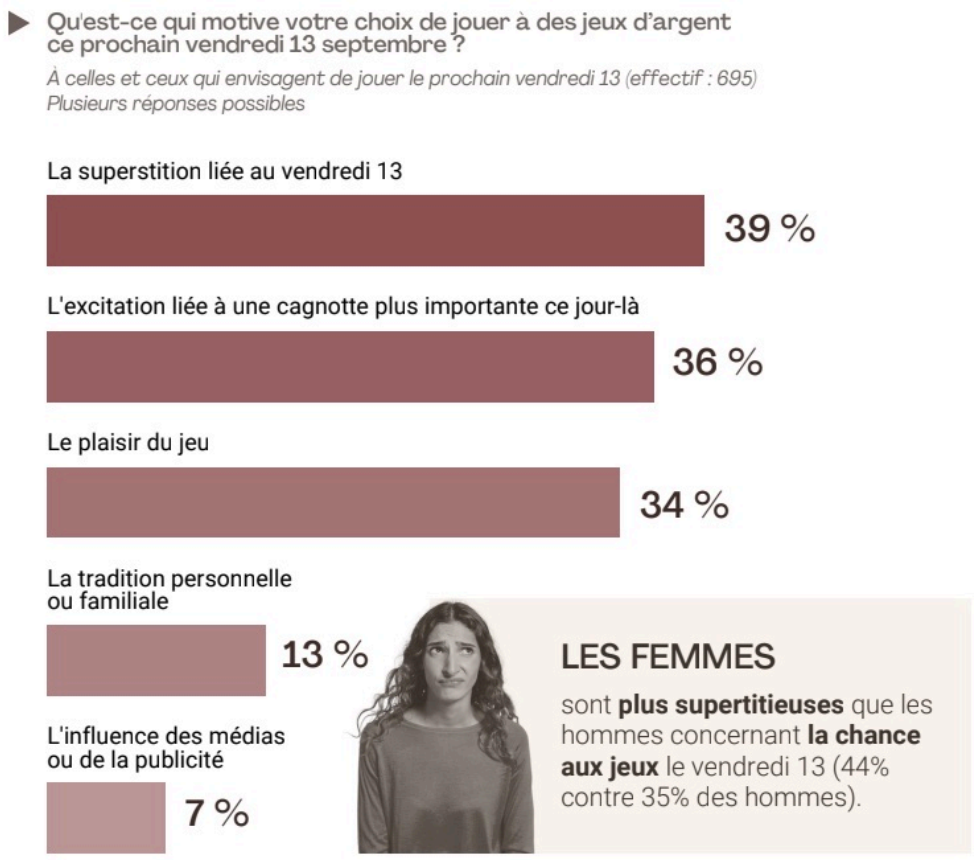
Les femmes sont moins nombreuses que les hommes à envisager de jouer à des jeux d'argent le vendredi 13 septembre. 66% d'entre elles sont dans ce cas contre 73% parmi la gent masculine. En revanche, celles qui sont sûres de jouer sont plus nombreuses que les hommes (18% contre 15%).

Motivation superstition

Lorsqu'on les interroge sur leur motivation à jouer à des jeux d'argent en ce jour symbolique qu'est le vendredi 13, les femmes placent nettement en tête la superstition qui y est liée. 44% indiquent que c'est un moteur important pour elles, soit près de 10 points de plus que les hommes (35%). Par ailleurs, femmes et hommes se rejoignent pour dire qu'ils sont excités par la perspective de gros gains grâce aux cagnottes plus conséquentes proposées le vendredi 13 (36% pour elles, 37% pour eux).

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026



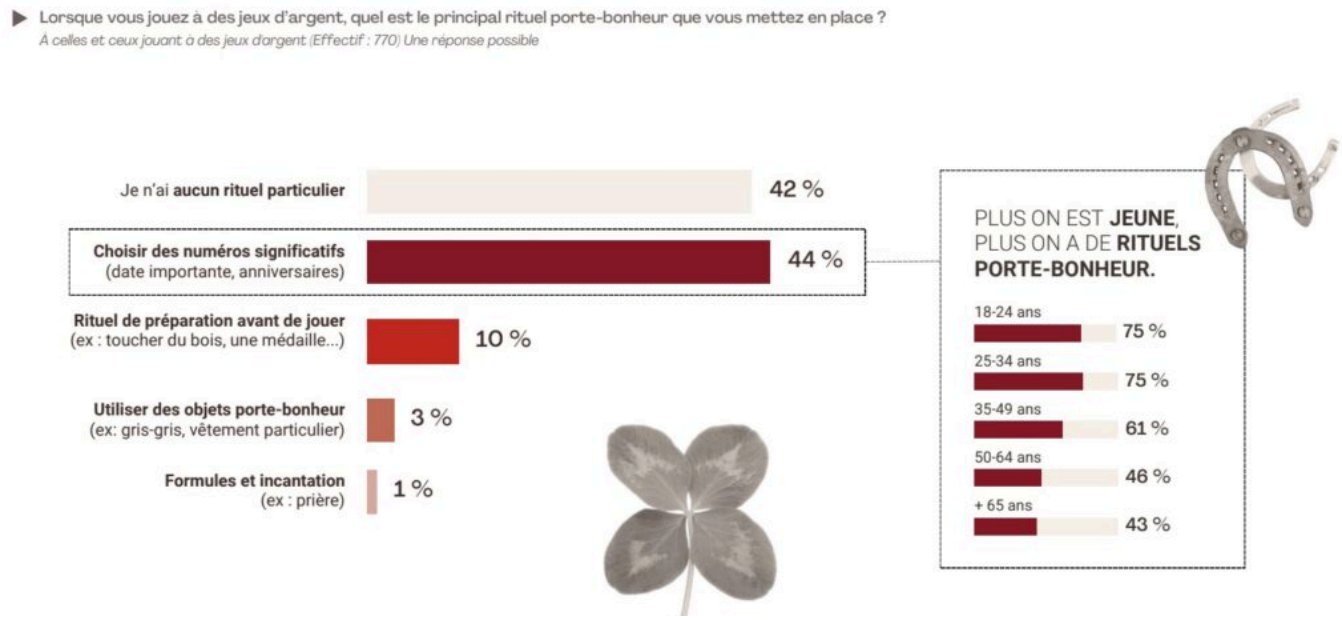
©FLASHS / JeuResponsable.fr

Rituels au féminin

Ce rapport plus fort des femmes à la superstition se confirme dans la mise en place de rituels ou le respect d'habitudes avant de jouer à des jeux d'argent. Ainsi, elles sont clairement plus nombreuses que les hommes à adopter des rituels préparatoires : 62% sont dans ce cas contre un peu plus de la moitié des hommes (54%). Elles sont également plus nombreuses à choisir des numéros spécifiques et des dates importantes puisque la moitié d'entre elles (50%) indiquent le faire contre un peu plus du tiers des hommes (37%).

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026



©FLASHS / JeuResponsable.fr

1/3 croit à l'efficacité des rituels

Les femmes pensent-elles que les rituels peuvent être efficaces ? À cette question, 33% répondent par l'affirmative, estimant que leur utilisation augmente les chances de gagner aux jeux d'argent. Une croyance partagée par les hommes dans des proportions similaires puisqu'ils sont 32% à y souscrire. Enfin, quand un rituel ne semble pas fonctionner, les femmes l'abandonnent moins facilement que les hommes : 30% y ont déjà renoncé, une proportion qui monte à 37% chez leurs homologues masculins.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !