

Ecrit par le 18 mai 2026

En 2024, les Provençaux prévoient un budget moyen de 543€ pour Noël



Alors que les fêtes de fin d'année et la frénésie de consommation qui l'accompagne approchent à grands pas, [Ankorstore](#), la première plateforme européenne de vente entre professionnels qui connecte 30 000 marques et 300 000 commerçants indépendants, dévoile aujourd'hui les résultats de son étude 'Fêtes de fin d'année et pouvoir d'achat des Français : quel impact sur les commerçants ?'. L'enquête, réalisée auprès de 300 détaillants et 2004 Français, met en lumière un certain stress de part et d'autre quant à cette période, qui représente pour les commerçants le plus gros pic de leur activité annuelle. Quant aux consommateurs, la fin d'année est synonyme de dépenses importantes. Récit d'une fin d'année qui s'annonce tendue en PACA.

Bien que l'inflation soit annoncée en baisse selon les chiffres récemment publiés par l'Insee, 73% des

Ecrit par le 18 mai 2026

habitants de la région PACA déclarent ne pas percevoir d'amélioration de leur pouvoir d'achat (contre 72% des Français). Si l'inflation semble effectivement ralentir, la pression financière demeure forte sur les ménages qui sont 44% à ressentir la période des fêtes à venir comme une source de stress financier (contre 50% des Français).

Les Provençaux ne dépenseront pas plus cette année

Dans ce contexte tendu, le budget moyen (incluant les cadeaux, le repas, les tenues, la décoration, etc) prévu pour les fêtes de fin d'année par les Provençaux en 2024 est néanmoins plus élevé que la moyenne nationale avec 543€ contre 508€ pour les Français. Un budget stable au mieux puisque 84% des habitants de la région PACA n'envisagent pas d'augmenter leurs dépenses cette année (contre 80% des Français). Ce budget est plus élevé que celui de leurs voisins d'Occitanie, pour qui il s'élève à 489€.

À l'échelle nationale, les seniors restreignent leur budget tandis que les *millenials* ne lésinent pas sur les dépenses

Plus de trois quarts des 55 ans et plus (79%) ne ressentent pas la baisse de l'inflation sur leur pouvoir d'achat. En conséquence, cette partie de la population prévoit une réduction de son budget pour les fêtes, avec un budget moyen de 485 €, en baisse de 8,5% par rapport à l'année dernière.

Même tendance chez les 45/54 ans, qui sont 78% à affirmer ne pas ressentir la baisse de l'inflation. Ces derniers disposent par conséquent d'un budget à la baisse pour Noël de 447€, soit une baisse de 9% par rapport à l'année précédente.

A contrario, près de la moitié (48%) des *millenials* (18-34 ans) ressentent les effets de la baisse de l'inflation sur leur pouvoir d'achat (contre 22% pour les plus de 35 ans). Parmi cette tranche d'âge, les plus jeunes (18-24 ans), sont plus optimistes et prévoient même un budget pour Noël estimé à 681€ (soit +34% que le budget moyen des Français). Un budget en augmentation de plus de 31% par rapport à 2023.

D'importantes disparités régionales

Côté budget, toutes les régions ne sont pas logées à la même enseigne. Il y a en effet quelques disparités entre les prévisions budgétaires d'un francilien (601€) et d'un provençal (543€). Un écart cohérent puisque 43 % des franciliens déclarent ressentir la baisse de l'inflation sur leur pouvoir d'achat alors qu'ils ne sont que 27% en région PACA. Les deux régions sont celles dont le budget de Noël 2024 est le plus élevé.

Parmi les autres régions, on retrouve des budgets supérieurs à la moyenne nationale en Auvergne-Rhône-Alpes (581€) et en Provence-Alpes-Côte-d'Azur (543€). Les régions Pays-de la Loire (428€), Centre Val de Loire (426€) et Bretagne (422€), sont celles où le budget Noël des habitants est le plus faible.

Face à une saison qui s'annonce contrastée, les commerçants restent optimistes

Ecrit par le 18 mai 2026

Bien conscients de cette frilosité des Français, 70% des commerçants estiment que leurs dépenses des Français pour les fêtes de fin d'année ne dépasseront pas celles de 2023 sur la même période. Face à cette probable prudence budgétaire, les commerçants restent résilients et sont 67% à se dire optimistes pour la période de fin d'année 2024.

Le Black Friday : entre opportunité et concurrence

Si l'optimisme perdure, les commerçants restent sceptiques, notamment face au Black Friday. En effet, 42 % d'entre eux jugent l'événement commercial comme une concurrence des grandes enseignes et de l'e-commerce, ajoute une pression supplémentaire dans ce contexte de consommation limitée.

Étude réalisée par Ankorstore

Shein ouvre une boutique éphémère en région PACA

Ecrit par le 18 mai 2026



[Shein](#), l'un des leaders mondiaux de la fast fashion, s'installe près du Vieux-Port à Marseille jusqu'au dimanche 3 novembre. Les férus de vêtements de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur pourront y découvrir diverses pièces révélant les tendances du moment.

« Osez la différence ! » C'est le message que veut porter le détaillant chinois de mode en ligne avec cette boutique éphémère qui a ouvert ses portes ce mardi 29 octobre et qui sera ouvert tous les jours jusqu'au dimanche 3 novembre de 10h à 20h. C'est la troisième fois que Shein investit la cité phocéenne.

Installé au 2 rue Henri Barbusse à Marseille, le pop-up store propose des vêtements mettant en lumière huit tendances mode visant la Gen Z (ndlr : personnes nées entre la fin des années 1990 et le début des années 2010) : Gothique, Balletcore, Clean Girl, Dazzling Diva, Sport Chic, Academia, Gorpcore ainsi qu'Office Siren. Afin de rendre l'expérience encore plus agréable, la boutique proposera aux clients de s'essayer à différentes esthétiques grâce à des jeux interactifs d'habillage virtuel pour tenter d'autres styles, voire oser un look complètement nouveau. Il sera également possible de personnaliser certains articles.

Afin que la visite du pop-up store soit le plus plaisant possible et d'éviter une attente trop importante pour y accéder, il est demandé aux visiteurs de [s'enregistrer en ligne](#) au préalable.

Ecrit par le 18 mai 2026

Jusqu'au dimanche 3 novembre. Ouverture de 10h à 20h. 2 rue Henri Barbusse. Marseille.



Ecrit par le 18 mai 2026



©Shein

Fête de l'alimentation chez Semailles, plus de 325 personnes s'y sont rencontrées

Ecrit par le 18 mai 2026



Cette fête de l'alimentation, qui a eu lieu mercredi 9 octobre, était organisée par le réseau Cocagne et Territoires à vivres accompagnés de nombreuses associations et partenaires venus se retrouver chez Semailles, en ceinture verte d'Avignon. En filigrane ? Une mobilisation en faveur de la consommation responsable, d'une alimentation saine, pour tous et notamment les plus vulnérables, issue d'un environnement préservé grâce à une relocalisation des activités agraires.

Ecrit par le 18 mai 2026



Copyright MMH

A la base de cette grande rencontre ? Le [Collectif Territoires à vivres](#) d'Aix-Marseille, Provence et le Réseau Cocagne -dont fait partie l'association Semailles-, engagé dans la transition agricole, l'accessibilité et la cohésion sociale. Cette grande fête de l'alimentation réunissait des personnes accompagnées par les dispositifs d'accessibilité à l'alimentation, en parcours d'insertion, des représentants d'institutions et associations engagées dans l'aide et la solidarité alimentaire et des partenaires mobilisés pour une agriculture et alimentation durables.

Pour appréhender le sujet de l'alimentation saine, responsable et locale ?

Des visites, des jeux ludiques pour les enfants et adultes, des ateliers thématiques pour échanger, et un important déjeuner partagé-un couscous végétarien- préparé lui aussi à la faveur d'un atelier puis servi à plus de 320 personnes sur fond de concert.

Ecrit par le 18 mai 2026



Les jardins de semailles, Ceinture verte, Avignon

Ils ont dit

Olivier Capgras, directeur de Semailles,

L'association Semailles est une structure d'insertion par l'activité économique. Elle existe depuis 27 ans. Nous accueillons des personnes aux parcours de vie accidentés, très éloignées de l'emploi depuis, parfois, de nombreuses années. Notre quotidien est de les accompagner, de les voir s'épanouir et de revenir vers la formation. C'est un retour à la société et à l'autonomie. Les personnes sont embauchées en contrat à durée déterminée d'insertion (CDDI) de 4 mois renouvelables via un pass France Travail de 24 mois. Ces personnes travaillent dans le maraîchage -nous produisons 80 tonnes de légumes- et aussi la logistique -transport pour aller livrer les paniers en points-relais et autres, et également en vélo cargo, après la mise en panier des fruits et légumes. Nous travaillons aussi à la création et à un important développement des jardins pédagogiques ainsi qu'à la sensibilisation à l'environnement via le pôle éducation. Nous y accueillons des entreprises, des écoles, des centres sociaux, des seniors, des personnes isolées, en situation de handicap...»

«Notre enjeu ?

Etre en lien, quotidiennement, avec le monde économique puisque notre objet est de ramener les gens vers le marché de l'emploi. Nous accueillons régulièrement des entreprises lors de séminaires, formalisons des partenariats qui permettent l'immersion dans ces structures de salariés de Semailles, à l'occasion de stages d'une semaine, de 15 jours, pour, aussi parfois, de futurs emplois. Nous visitons également nombre d'entreprises.»

Ecrit par le 18 mai 2026



Olivier Capgras copyright MMH

Marchés solidaires

«Nous organisons, depuis un an, des paniers solidaires que l'on peut payer tarif plein ou à 50% dans des centres sociaux, comme par exemple, à la Croix des oiseaux à Avignon. Des opérations rendues possibles grâce à la [MSA](#) -Mutuelle sociale agricole- la Politique de la Ville et beaucoup de privés, dans le cadre du mécénat, qui nous permettent de financer ces paniers. L'Objectif ? Que les personnes en situation de précarité aient accès à une nourriture de qualité.»

«Nous travaillons avec une multitude d'acteurs

Aujourd'hui, à l'occasion de la fête de l'alimentation, nous continuons d'être un lieu de rencontres, d'échanges, de partages permettant de créer des ponts, des liens avec le monde économique. Nous sommes co-fondateurs du Collectif pour une sécurité sociale alimentaire. Plus de 110 personnes viennent en bus pour cette fête. Ils viennent chercher du lien, de la rencontre, découvrir les lieux d'où proviennent

Ecrit par le 18 mai 2026

les paniers et les légumes qu'ils consomment. Nous sommes sur de la démocratie alimentaire où les bénéficiaires deviennent acteurs -notamment en créant un marché dans leur quartier- aux côtés des financeurs, donateurs, tous réunis pour mieux se connaître et trouver de nouvelles solutions pour un meilleur accès à de la nourriture de qualité.»

En savoir plus sur Semailles

Le jardin de Cocagne est implanté sur 16 hectares, en ceinture verte d'Avignon depuis 1997. La mission de Semailles ? L'insertion par l'activité économique. Plus précisément, accompagner, chaque année dans l'emploi durable, 70 personnes vulnérables. 15 salariés permanents y travaillent. 350 personnes s'y engagent depuis de nombreuses années en consommant bio, local et solidaire, en participant aux ateliers, en y étant bénévoles ou en y faisant des dons. Le taux d'entrée en formation ou dans la vie active est de plus de 67%.

Association Semailles. 2 370 avenue de la Croix Rouge à Avignon 04 90 16 05 05
contact@semailles.asso.fr



Copyright Graines de soleil

Jonathan Monserat, directeur de l'association Graines de soleil

«Je suis également représentant du [Collectif Territoires à Vivres](#) qui regroupe des structures à vocation sociale et administrateur national du réseau Jardins de Cocagne qui ont organisé cette journée, avec comme lieu d'accueil Semailles également membre des jardins de Cocagne. Nos missions ? Accompagner

Ecrit par le 18 mai 2026

par le maraîchage des personnes ayant subi des accidents de la vie vers une insertion sociétale via une formation puis et un travail pérenne. Nous militons pour une alimentation de qualité pour tous. Nous animons également des jardins pédagogiques auprès de publics en situation d'exclusion, tout en soutenant l'agriculture biologique locale dont nous ne sommes pas les concurrents. C'est ainsi qu'avec Territoires à vivres nous avons créé une plateforme avec 23 autres agriculteurs locaux qui vendent leurs légumes, au prix qu'il ont eux-mêmes fixé, à nos publics en précarité.»

L'objectif de la journée ?

«Que tous -partenaires, public en situation de précarité, opérationnels et financiers- se rencontrent autour de l'alimentation pour partager une journée ensemble. Pour aller plus loin ? Il est peut-être aussi important de changer, progressivement, les méthodes de distribution de l'aide alimentaire, qui, pour moi, doit se compléter avec une offre un peu plus locale, de saison, afin soutenir les agriculteurs locaux et impulser des effets positifs sur les publics mangeurs, avec des effets durables sur la santé. C'est aussi une action citoyenne puisque nous accompagnons, ainsi, 600 personnes par semaine. C'est une action importante sur leur propre façon d'agir et leur émancipation.»

Ecrit par le 18 mai 2026



Jonathan Monserat Copyright MMH

Graines de soleil

est un jardin d'insertion créé en 2004. L'association est adhérente au réseau national des jardins de Cocagne et agréée Atelier et Chantier d'Insertion par l'activité économique par la Direction Régionale des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi de la Région Provence Alpes Côte d'Azur, l'association est située sur la commune de Châteauneuf-les-Martigues dans le département des Bouches-du-Rhône (13). L'association lutte contre les exclusions et la précarité et se mobilise pour le retour à l'emploi durable de femmes et d'hommes en difficultés sociales et professionnelles, dans le cadre du maraîchage bio. Près de 50 personnes y sont accueillies pour une durée moyenne de 12 mois, accompagnées d'une dizaine de personnes. Depuis 2006, plus de 56% de personnes accompagnées ont accédé à une formation ou un emploi durable à l'issue de leur parcours au sein de l'association.

[Graines de soleil](https://www.grainesdesoleil.org) 895, Chemin de l'Etang, 13 220 Châteauneuf-les-Martigues 04 42 09 03 15

Ecrit par le 18 mai 2026

Une journée centrée sur le bien manger

A la faveur de multiples visites et ateliers tels que la visite des jardins nourriciers et pédagogiques de Semailles ; Un jeu de l'oie géant de l'alimentation ; La théorie du pois chiche ; Un bar à jus ; La confection de sels aromatiques ; Qu'est-ce-que le bien manger ? Des injustices alimentaires au droit à l'alimentation ; La sécurité sociale de l'alimentation, solutions aux limites du système ; La justice alimentaire, échange autour du film Territoires à vivre(s) ; Des recettes de piments à l'huile ; des échanges sur le rapport 'L'injuste prix de notre alimentation ; Réaliser des semis pour son jardin et l'arbre des saisons.



Les ateliers thématiques ont rencontré un réel succès Copyright MMH

Ils étaient là

Face au questionnement d'une alimentation de qualité pour tous, de nombreux représentants et responsables avaient fait le déplacement comme L'[Ugess](#) (Union nationale des groupements des

Ecrit par le 18 mai 2026

épicerie sociale) qui accompagne les épicerie et groupements d'épicerie pour un accès digne à une alimentation de qualité. [Les Jardins de Cocagne](#), réseau d'ACI (Ateliers et chantiers d'insertion)-Maraîcher travaillant sur les questions d'accessibilité alimentaire et ancrage territorial. [ACF](#) (Action contre la faim), Présentation Projet 15eme : Lien entre public usager de l'aide alimentaire et institution / marchés solidaires, lien social, alimentation, accès aux droits. La Caisse des dépôts qui accompagne et soutient financièrement le projet '[Access Alim](#)' Comment donner accès à tous à une alimentation de qualité. [Cité de l'agriculture de Marseille](#) : Laboratoire pour la transition écologique des villes Former et accompagner les futurs professionnels pour concrétiser leur projet d'agriculture urbaine et d'alimentation durable. Collectif TAV Démocratie alimentaire, Plateforme Bio local, plaidoyer, liens avec les producteurs et mangeurs. [Le Village](#), cueillettes solidaires, aller dans les champs cueillir des fruits et légumes non récoltés pour les redistribuer. [Gem Vrac](#), organisation de groupements d'achat d'habitants et d'habitantes au cœur des quartiers populaires. Collectif pour une '[Sécurité Sociale de l'Alimentation](#)' Avignon, initiative citoyenne pour une alimentation de qualité pour tous à Avignon, une initiative de 'Au Maquis' Comité local de l'alimentation, Café Villageois, dispositif "Sécurité Sociale de l'Alimentation", Cantine solidaires, Cité vivante de l'alimentation. [Loubatas](#), association d'éducation à l'environnement qui aspire à co-construire d'autres manières d'habiter la Terre pour mieux vivre, mieux manger et mieux coopérer, en harmonie avec le Vivant.

Ecrit par le 18 mai 2026



La boutique Semailles copyright MMH

2e trimestre 2024 : l'économie du Vaucluse enregistre la plus forte baisse régionale

Ecrit par le 18 mai 2026



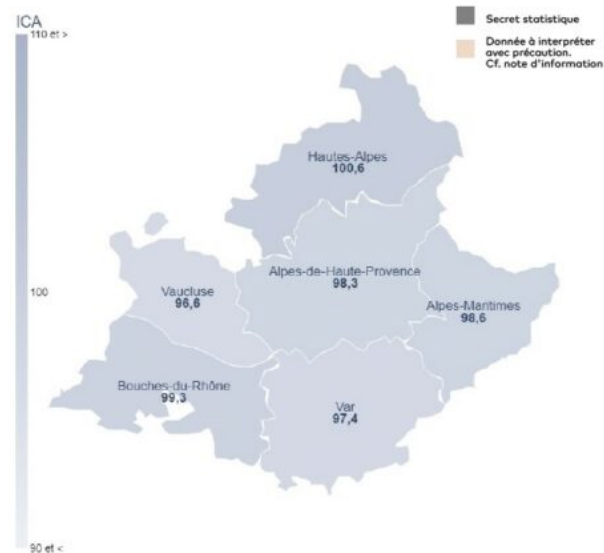
L'Ordre des Experts-comptables de Provence-Alpes-Côte d'Azur et son président Nicolas Férand viennent de dévoiler le baromètre du 2^e trimestre 2024 pour les entreprises de la région. Ce dernier fait notamment apparaître une diminution de l'activité des TPE-PME dans tous les départements, à l'exception des Hautes-Alpes. Le Vaucluse enregistre la plus forte baisse.

« Depuis le début de l'année, les TPE-PME de Provence-Alpes-Côte d'Azur ont vu leur activité se réduire : - 1,3% du chiffre d'affaires, comparativement à la même période en 2023, explique [l'Ordre des Experts-comptables de Provence-Alpes-Côte d'Azur](#). Sur ce 2^e trimestre 2024, l'activité des entreprises régionales a diminué de 1,6% par rapport au 2^e trimestre 2023. Il s'agit du troisième trimestre consécutif de baisse d'activité. Néanmoins, quelques signaux laissent présager une légère reprise dans certains secteurs. »

Lors du 2^e trimestre 2024, seul un département sur les six que compte la région a enregistré une progression d'activité par rapport au 2^e trimestre 2023 : les Hautes-Alpes avec une croissance de 0,6% de leur chiffre d'affaires, comme au trimestre précédent. Les entreprises des Bouches-du-Rhône voient leur activité légèrement diminuer de 0,7%. Viennent ensuite celles des Alpes-Maritimes (-1,4%), des Alpes-de-Haute-Provence (-1,7%), du Var (-2,6%) et du Vaucluse (-3,4%).

Ecrit par le 18 mai 2026

La carte de la région



*L'indice de chiffre d'affaires (ICA) mesure l'évolution du CA moyen par entreprise entre une période (ici un trimestre) et la même période de l'année précédente, avec correction des jours ouvrés.
 **L'indice de chiffre d'affaires cumulé (ICAC) mesure l'évolution du CA moyen par entreprise de la période du 1er trimestre de l'année N au dernier trimestre présenté de l'année N, par rapport au CA moyen par entreprise de la même période de l'année N-1, avec correction des jours ouvrés.

L'évolution de l'activité trimestrielle par département

- Lors du 2e trimestre 2024, seul un département sur les six que compte la région a enregistré une progression d'activité par rapport au 2e trimestre 2023.
- Les entreprises des Hautes-Alpes (+0,6% en valeur) affichent une croissance de leur CA, comme au trimestre précédent.
- Les structures des Bouches-du-Rhône (-0,7%) voient leur activité légèrement diminuer. Viennent ensuite celles des Alpes-Maritimes (-1,4%). Les entreprises des Alpes-de-Haute-Provence (-1,7%), du Var (-2,6%) et du Vaucluse (-3,4%) affichent des performances inférieures à la moyenne régionale (-1,6%).

Crédit : Ordre des Experts-comptables de Paca

Résilience dans la boulangerie et la restauration

Les TPE-PME de boulangerie-pâtisserie enregistrent une légère hausse d'activité au 2^e trimestre 2024 comparativement au 2^e trimestre 2023 (+0,2%). En cumulé sur l'année, la hausse d'activité atteint 2,6%, et ce malgré un contexte d'inflation, pour un secteur très consommateur d'énergie et de matières premières. Par ailleurs, les boulangeries-pâtisseries artisanales résistent bien face à la concurrence grandissante des boulangeries industrielles, notamment grâce à un élargissement de leur offre en restauration salée et boissons. Certaines font également le choix de monter en gamme avec le développement de pains spéciaux ou issus de farines biologiques, à plus forte valeur ajoutée.

Le secteur de la restauration voit son chiffre d'affaires se réduire au 2^e trimestre 2024 par rapport au 2^e trimestre 2023 (-3,9%). Néanmoins, ce ralentissement de l'activité doit être analysé avec un certain recul, le chiffre d'affaires du secteur ayant significativement augmenté en début d'année 2023, période de comparaison. Selon une étude du cabinet Food Service Vision, en dépit de la mauvaise météo du printemps, le secteur a tout de même fait preuve de résilience sur la période. Dans la restauration indépendante, le prix des cartes aurait augmenté de 4,5 % au 2^e trimestre 2024 par rapport à la même période de l'année précédente, ce qui a pu participer à faire croître le chiffre d'affaires en valeur.

Ecrit par le 18 mai 2026



Boulangerie et boulangerie-pâtisserie (1071C)

Les 697 TPE-PME de boulangerie-pâtisserie de notre échantillon enregistrent une légère hausse de CA au 2e trimestre 2024 comparativement au 2e trimestre 2023 (+0,2% en valeur). En cumulé sur l'année, la hausse d'activité atteint 2,6%. Si le taux d'inflation tend à se réduire, les prix restent à un niveau élevé et impactent toujours le secteur, très consommateur d'énergie et de matières premières. Par ailleurs, les boulangeries-pâtisseries artisanales font face à la concurrence grandissante des boulangeries industrielles ou des grandes surfaces alimentaires, qui proposent des produits à des prix moins élevés. Cependant, l'élargissement de l'offre, notamment le développement de la restauration salée et des boissons, constitue un moteur de croissance pour toutes les structures du secteur. De plus, de nombreuses boulangeries-pâtisseries montent en gamme avec le développement de pains spéciaux ou issus de farines biologiques, à plus forte valeur ajoutée.



+2,6 %
de hausse cumulée de CA sur
la période du 1er au 2e
trimestre 2024 par rapport à
la période du 1er au 2e
trimestre 2023

Crédit : Ordre des Experts-comptables de Paca

Un pouvoir d'achat fragile

Alors que les entreprises de coiffure enregistrent en cumulé depuis le début de l'année une hausse de 0,2% de leur chiffre d'affaires, elles voient leur activité repartir à la baisse au cours de ce 2^e trimestre 2024 (-2,7%). Cette tendance devrait se poursuivre sur l'ensemble de l'année, témoin des pressions sur le pouvoir d'achat des foyers. Effectivement, face à la forte inflation, certains ménages pourraient continuer de limiter ou de réduire leurs dépenses, y compris sur les prestations de coiffure, même si ces dépenses sont en partie contraintes. Cela pourrait se traduire par un espacement des visites, un arbitrage vers des prestations moins onéreuses ou encore par le recours au faire soi-même.

Même son de cloche du côté des commerces de détail de viandes et de produits à base de viande en magasin spécialisé qui voient pour la première fois depuis six trimestres consécutifs de hausse d'activité, leur chiffre d'affaires baisser de 3,4% au 2^e trimestre 2024. Le secteur continue d'être impacté par l'inflation avec des ménages qui réduisent leurs achats de viande. A cela, s'ajoute un mouvement plus global de recul en matière de consommation de viande, lié à des changements d'habitudes.

Les débits de boissons enregistrent également une baisse de chiffre d'affaires de 1% au 2^e trimestre 2024 par rapport au 2^e trimestre 2023. En cumulé, sur le 1er semestre, le chiffre d'affaires reste toutefois en hausse (+0,3%). À l'image des restaurateurs, les résultats du secteur des débit de boissons avaient été bons au 1er semestre 2023, période de comparaison, ce qui peut en partie expliquer cette baisse. Les Français ont aussi pu moins fréquenter les bars en raison des tensions actuelles qui pèsent sur leur pouvoir d'achat.

Ecrit par le 18 mai 2026



Coiffure (9602A)

Après la hausse du précédent trimestre, les 1 705 entreprises de coiffure de l'échantillon voient leur activité repartir à la baisse au cours du 2e trimestre 2024 (-2,7%). En cumulé depuis le début d'année, le CA reste en hausse (+0,2%). Le cabinet d'études Xerfi anticipe un nouveau ralentissement de l'activité des salons de coiffure sur l'ensemble de l'année. L'indicateur resterait en effet pénalisé par les pressions sur le pouvoir d'achat. Face à la forte inflation, certains ménages pourraient continuer de limiter ou de réduire leurs dépenses, y compris sur les prestations de coiffure, même si ces dépenses sont en partie contraintes. Cela pourrait notamment se traduire par un espacement des visites, un arbitrage vers des prestations moins onéreuses ou encore par le recours au faire soi-même.



+0,2 %

de hausse cumulée de CA sur la période du 1er au 2e trimestre 2024 par rapport à la période du 1er au 2e trimestre 2023

Crédit : Ordre des Experts-comptables de Paca

Immobilier, maçonnerie, gros œuvre, plomberie, aménagement paysager... toujours en difficultés

Dans les secteurs liés à l'habitat, au sens large, la tendance baissière persiste. Les agences immobilières voient leur activité continuer de se dégrader et ce, pour le septième trimestre consécutif. La baisse de chiffre d'affaires atteint 15% en valeur sur le trimestre et 17,9% en cumulé depuis le début d'année. La chute des ventes de logements pèse lourdement sur le secteur immobilier. Le marché du crédit immobilier montre toutefois des signes encourageants lors de ce 2^e trimestre, avec des taux d'intérêt qui poursuivent leur baisse après une période difficile pour les potentiels acheteurs.

Les entreprises de maçonnerie et gros œuvre continuent de subir de plein fouet la crise du marché de la construction neuve dont elles sont intrinsèquement dépendantes. Elles affichent un chiffre d'affaires en recul de 5,8% en valeur au 2e trimestre 2024, comme au 1er trimestre 2024 et de 5,7% en cumulé sur le 1er semestre. C'est d'ailleurs le corps de métier du bâtiment qui affiche les baisses d'activité les plus importantes.

Les secteurs de la plomberie, comme des services d'aménagement paysager sont eux aussi tributaires de la situation du marché immobilier. Tous deux voient leur activité se réduire une nouvelle fois au 2^{ème} trimestre 2024 : -2% pour les TPE-PME de la plomberie et -1,7% pour celles de l'aménagement paysager.

Ecrit par le 18 mai 2026



Agences immobilières (6831Z)

Au 2^e trimestre 2024, les 2 058 agences immobilières de l'échantillon voient leur activité continuer de se dégrader et ce, pour le septième trimestre consécutif. La baisse de CA atteint 15% en valeur sur le trimestre et 17,9% en cumulé depuis le début d'année. La chute des ventes de logements pèse lourdement sur le secteur immobilier. En un an, le nombre de faillites d'agences immobilières a ainsi plus que doublé (+114%), constate la Fnaim. Entre mai 2023 et avril 2024, plus de 1 100 d'entre elles (1 agence sur 24) ont ainsi mis la clé sous la porte. Le marché du crédit immobilier montre toutefois des signes encourageants au 2^e trimestre 2024 avec des taux d'intérêt qui poursuivent leur baisse après une période difficile. Ainsi, ils atteignent en juin leur niveau le plus bas depuis un an (3,66% en juin 2024 après 4,20% en décembre 2023).



-17,9 %
de baisse cumulée de CA sur la période du 1^{er} au 2^e trimestre 2024 par rapport à la période du 1^{er} au 2^e trimestre 2023

Crédit : Ordre des Experts-comptables de Paca

Des défaillances d'entreprises en hausse

Les défaillances d'entreprises croient de manière inquiétante, dans des secteurs très différents. C'est le cas de l'entretien et de la réparation de voitures. Plus 25,6% au 2^e trimestre 2024 selon une note Altares de juillet 2024. Toujours d'après cette même information, le nombre de défaillances d'entreprises du secteur des transports de fret de proximité a augmenté de 23,4% au 2^e trimestre 2024.

Ecrit par le 18 mai 2026



Nicolas Férand. Crédit : Ordre des Experts-comptables de Paca/DR

« Les résultats du deuxième trimestre confirment nos préoccupations. »

[Nicolas Férand](#), président du Conseil régional de l'ordre des experts-comptables Paca

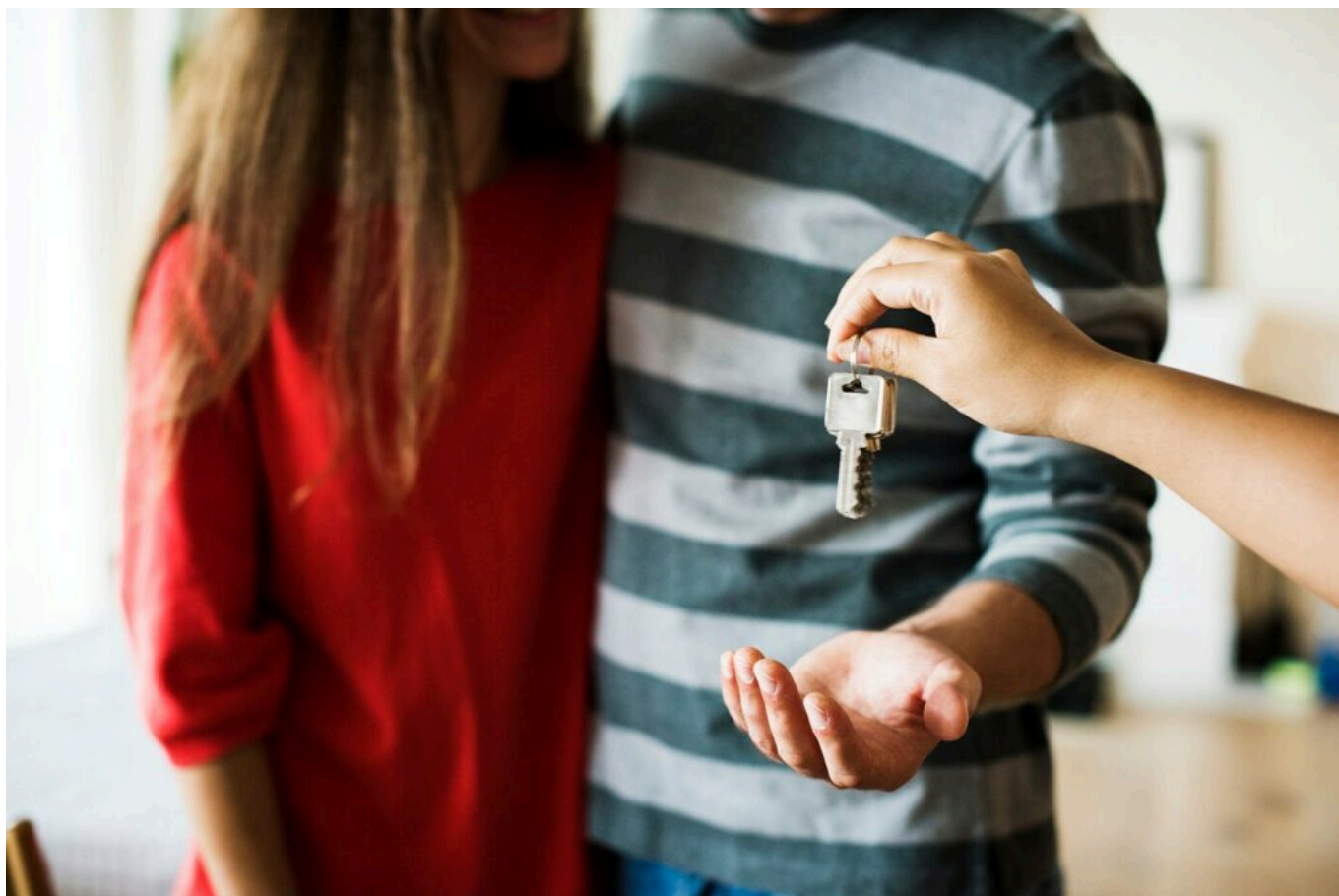
« Comme prévu au premier trimestre, les résultats du deuxième trimestre confirment nos préoccupations, constate [Nicolas Férand](#), président du Conseil régional de l'ordre des experts-comptables Paca. La croissance demeure globalement faible et les secteurs de l'immobilier et de la construction peinent toujours face à un marché morose. Néanmoins, je reste optimiste quant à la capacité de la saison estivale à soutenir l'activité dans les secteurs de l'alimentation et de l'hôtellerie-restauration, malgré un contexte difficile sur le marché de l'emploi. »

[Les experts-comptables de Paca prêtent serment](#)

Ecrit par le 18 mai 2026

L.G.

PACA est la 2e région de vacances où les Français aimeraient investir dans l'immobilier



Quels sont les objectifs immobiliers des Français à la rentrée ? [Bricks.co](#), PropTech française d'investissement participatif en ligne spécialisée dans les projets d'investissement immobilier, a interrogé 3 624 Français pour savoir si la fin des vacances allait sonner la reprise

Ecrit par le 18 mai 2026

des investissements immobiliers.

Quelle que soit leur destination durant leurs congés, la grande majorité des Français aimerait bien pouvoir y déménager pour y vivre. En effet, 86% des Français rêveraient de pouvoir acheter un bien immobilier dans la région de leurs vacances.

Parmi toutes les destinations possibles, trois régions sont clairement plébiscitées par les Français. C'est en Occitanie / Pyrénées-Méditerranée que plus de 17% seraient prêts à investir dans l'immobilier ou déménager. La deuxième région préférée est Provence-Alpes-Côte d'Azur avec près de 16% de votes, juste devant la Nouvelle Aquitaine avec 13%.

Où aimeriez-vous investir ou déménager ?	
Réponses	Pourcentages
Occitanie / Pyrénées-Méditerranée	17 %
Provence-Alpes-Côte d'Azur	16 %
Nouvelle Aquitaine	13 %
Corse	10 %
Auvergne Rhône-Alpes	9 %
Bretagne	8 %
Normandie	7 %
Pays-de-Loire	4 %
Bourgogne Franche-Comté	4 %
Ile-de-France	3 %
Centre - Val de Loire	3 %
Grand Est	2 %
Hauts-de-France	1 %
DROM-COM	1 %
A l'étranger	1 %
Nulle part	1 %

©Bricks.co

Est-ce aussi la rentrée de l'immobilier ?

À la question « Prévoyez-vous d'investir dans l'immobilier à la rentrée ? », presque 1 Français sur 2 répond par l'affirmative. Ainsi, près de 47% des Français envisagent de se lancer dans la pierre avant la fin de l'année.

Pour les personnes qui souhaitent se lancer dans l'immobilier, plus de 37% vont opter pour un investissement locatif. Pour 29%, ce sera dans le cadre d'une résidence principale et pour 14% une résidence secondaire.

Quels freins ?

Écrit par le 18 mai 2026

De nombreux facteurs peuvent empêcher la concrétisation d'un projet immobilier. Sans surprise, c'est le manque de budget pour 57% des Français qui arrive en tête, juste devant l'impossibilité de contracter un prêt bancaire à 49%. Plus surprenant, c'est le manque de temps qui bloque près de 42% des personnes interrogées.

Si non, quels sont les principaux freins qui vous empêchent d'investir dans l'immobilier ?	
Réponses	Pourcentages
Le manque de budget	57 %
L'impossibilité de contracter un prêt bancaire	49 %
Le manque de temps à y consacrer	42 %
Le manque de connaissances	41 %
Un taux d'endettement trop élevé	36 %
Les prix trop élevés de l'immobilier	35 %
Pas envie d'investir	32 %
Autre	3 %

©Bricks.co

Quid du financement participatif ?

Près de 47% des Français ignorent encore les rouages et l'intérêt du crowd funding pour investir dans l'immobilier. Pour les 53% qui en ont déjà entendu parler, plus de 29% seraient prêts à investir et contribuer à ce type de financement participatif.

La mise en place d'un projet immobilier avec un financement participatif peut être proposé par n'importe qui. Cependant, seulement 7% des Français ressentent l'envie de se lancer un jour dans ce type de projet alors que 46% ne sont pas du tout encore prêts.

Les vacances d'été ne sont pas finies pour tous, et PACA est la 1e destination

Ecrit par le 18 mai 2026



Selon le [baromètre des tendances pour les vacances d'été 2024 d'Easy Voyage](#), 27% des Français partent en vacances en septembre, soit autant qu'en juillet.

1 225€ de budget moyen par personne pour les vacances d'été

Le budget moyen par personne pour les vacances d'été 2024, incluant le transport, l'hébergement et les activités/sorties, s'établit à 1225 €.

Cette répartition budgétaire diffère selon les destinations choisies : ceux qui partent en France dépensent en moyenne 931 € par personne, tandis que ceux qui voyagent à l'étranger allouent environ 1516 € par personne.

Parmi les répondants, 64% prévoient de maintenir le même budget que l'année précédente, 19% prévoient de le réduire et 17% envisagent de le dépasser.

Émergence de septembristes

Une tendance notable pour l'été 2024 est l'émergence des « septembristes », des vacanciers choisissant de partir en septembre.

Ce choix, représentant 27% des départs, est motivé par des considérations budgétaires, climatiques et de confort, permettant d'éviter les pics de fréquentation touristique des mois de juillet et août.

Ecrit par le 18 mai 2026

Les départs sont ainsi répartis avec 30% en août, 27% en juillet, et 16% en juin. Cette répartition montre un changement dans les habitudes de voyage, avec une préférence croissante pour des périodes moins fréquentées.

Une durée de séjour estivale modérée de 13,7 jours

La durée moyenne des séjours estivaux reste modérée avec une moyenne de 13,7 jours. La majorité des vacanciers (75%) partent pour une à deux semaines.

La répartition par tranche d'âge montre que les jeunes actifs (18-34 ans) optent pour des séjours d'une durée moyenne de 12,6 jours, les actifs (35-64 ans) pour 13,4 jours, et les seniors (65 ans et plus) pour 15,2 jours.

Les préférences en matière de transport montrent que 76% des vacanciers utiliseront la voiture pour leurs déplacements, favorisant ainsi les destinations accessibles par la route. La voiture reste en effet le moyen de transport privilégié car son coût est resté relativement stable par rapport à l'année précédente.

Les types d'hébergement préférés en France incluent les locations de vacances (38%), le camping (26%) et l'hébergement chez des amis ou en famille (21%).

Les destinations en France sont largement privilégiées, avec la Provence-Alpes-Côte d'Azur (19,1%), l'Occitanie (17,6%) et la Nouvelle-Aquitaine (15,4%) en tête des choix des vacanciers.

Provence-Alpes-Côte d'Azur, la destination n°1



Ecrit par le 18 mai 2026



© Easy Voyage

35% des habitants de la région PACA ressentent le besoin de repartir en vacances dès leur retour

Ecrit par le 18 mai 2026



Selon une étude récente réalisée par [OnePoll](#) et [72 Point Media](#) pour la marque japonaise de design [MUJI](#), 25% des Français ressentent encore le besoin de repartir en vacances dès leur retour. En région PACA, ce besoin est particulièrement prononcé, avec 35% des habitants qui ressentent l'envie de repartir en vacances immédiatement après leur retour.

Les vacances, ce moment tant attendu pour se détendre et enfin se reposer, ne parviennent pas toujours à combler nos attentes en matière de sommeil. En région PACA, 47% des habitants admettent se sentir tristes ou moroses au moment de revenir à leur quotidien, et 17% se disent même anxieux à l'idée de reprendre le travail ou leurs activités habituelles.

86% des habitants de la région considèrent qu'il est très important ou assez important de se sentir reposés à leur retour de vacances. Pourtant, malgré cette attente, 31% des habitants de la région PACA ne parviennent pas à se sentir pleinement revigorés.

Si ces chiffres vous parlent, c'est tout simplement qu'il est peut-être temps de repenser votre façon d'organiser vos prochaines vacances. Pour ce faire, MUJI a réalisé un quiz '[Journey to Better Sleep](#)', conçu pour vous aider à évaluer l'impact réel de vos vacances sur votre sommeil et par conséquent, sur votre bien-être.

Ecrit par le 18 mai 2026

Châteaurenard : la Région PACA distribue une tenue unique dans un lycée de la ville



Suite à la proposition du gouvernement français d'introduire des tenues communes dans les établissements scolaires du territoire, la Région Sud a proposé aux lycées de son territoire d'essayer cette expérience dès la rentrée 2024. Deux lycées ont répondu favorablement dont le lycée Jean d'Ormesson à Châteaurenard qui ont distribué les tenues communes dès le mercredi 28 août 2024.

En janvier 2024, le gouvernement français a proposé d'intégrer une tenue vestimentaire commune dans certains établissements du territoire national qui se porteraient volontaires. Sensible au sujet, [la Région Sud](#) a répondu à l'appel de l'Élysée et a proposé à deux lycées de son territoire de tenter l'expérience dès

Ecrit par le 18 mai 2026

la rentrée 2024.

Après consultation de toutes les parties concernées : parents, professeurs et élèves, deux lycées pacaiens ont pris la décision de répondre favorablement à cette offre. C'est le cas notamment du [lycée Jean d'Ormesson](#) qui se trouve dans la commune de Châteaurenard.



Crédit Photo : Pierre-Emmanuel Trigo et Sylabfilms

Lutter contre l'harcèlement scolaire

L'introduction de ces tenus communes est une réponse apportée par le gouvernement et plus particulièrement Gabriel Attal (ministre de l'Éducation au moment de la proposition du gouvernement) afin de lutter contre un problème majeur qui sévit dans les établissements : l'harcèlement scolaire. Les tenues ont été conçues pour atténuer la différenciation sociale entre les élèves et favoriser une équité dans les relations nouées.

Ce mercredi 28 août, [Solange Ponchon, conseillère régionale](#) et [Cyril Juglaret, conseiller régional](#) et président de la Commission d'appel d'offres de la Région PACA, ont représenté [Renaud Muselier](#), président de la Région Sud et se sont rendus au lycée Jean d'Ormesson pour remettre les tenues et

Ecrit par le 18 mai 2026

assister au lancement de cette expérimentation. Ainsi, un trousseau de vêtements a été remis à chaque élève : 2 sweatshirts et 5 polos (2 manches longues et 3 manches courtes). D'une valeur de 250 €, il est financé à hauteur de 150 € par la Région Sud et de 100 € par l'Etat afin que les familles ne soient pas impactées financièrement.

55% des habitants de PACA ignorent que l'assurance scolaire intègre un accompagnement en cas de harcèlement



Ecrit par le 18 mai 2026

Après les heures passées à tenter de dénicher le cartable idéal et à remplir les fiches de renseignements, c'est l'autre pensum de la rentrée : choisir une assurance scolaire ! Entre les garanties obligatoires et facultatives, ce produit d'assurance généralement indispensable est un casse-tête pour de nombreux parents, et ce, d'autant plus qu'il est largement méconnu et se prête à de nombreuses idées reçues. Tel est l'enseignement de la nouvelle étude menée par [Leocare](#), première néo-assurance multiservices 100 % mobile, en partenariat avec [Poll&Roll](#).

L'assurance scolaire, ce produit totalement inconnu de 24% des Pacaïens

C'est un rituel quasi immuable de la rentrée. Dès la première semaine, les établissements vont demander aux parents de leur fournir une attestation d'assurance scolaire pour leur enfant. Généralement facultatif pour les activités obligatoires, c'est-à-dire celles inscrites dans l'emploi du temps prévu de l'élève, mais requis pour les animations annexes (classes de découverte, voyages scolaires, ateliers, études surveillées, etc.) et la cantine, ce sésame est de fait quasi indispensable : seuls 10% des élèves n'en ont pas besoin.

Et pourtant ! 12% des Pacaïens pensent que l'assurance scolaire n'est pas vraiment, voire aucunement, obligatoire. En cause ? Un manque de communication et d'informations claires sur le sujet : 55% des répondants ignorent le rôle de l'assurance scolaire.

La chose est d'autant plus dommageable que l'assurance scolaire est un produit essentiel, auquel près d'un tiers des parents (26%) ont déjà eu recours, dont 13% à plusieurs reprises. En revanche, 11% des Pacaïens déclarent n'avoir jamais souscrit, à tort ou à raison, la moindre assurance scolaire.

Plus de la moitié des parents l'ignorent, et pourtant : le harcèlement scolaire est désormais pris en charge par les assureurs

L'assurance scolaire étant peu connue, les Pacaïens en ont souvent une perception réduite. 87% estiment qu'elle permet avant tout de couvrir des dégâts matériels, 85% des frais médicaux pour blessure et 61% un vol de matériel. En revanche, seuls 45% savent qu'elle intègre aussi un accompagnement en cas de harcèlement scolaire. Or, le harcèlement scolaire est un véritable fléau qui impacte toujours plus de jeunes : 1 collégien ou lycéen sur 5 en est aujourd'hui victime en France. Et plus la prise en charge de l'enfant est tardive, plus les conséquences sont graves.

Interrogés sur cette question, les parents attendent notamment des assurances scolaires un dispositif de prise en charge psychologique (78%), une assistance juridique (71%), une indemnisation des dommages (60%), de la prévention et davantage de sensibilisation (56%), ou encore une protection contre les atteintes à la réputation en ligne (59%).

« Encore aujourd'hui, l'assurance scolaire reste méconnue, ainsi que les garanties proposées. Et pourtant ! Et pourtant, il y a fort à parier que l'assurance scolaire sera obligatoire au moins une fois au cours de la scolarité d'un enfant. En outre, elle intègre des dispositifs et services d'accompagnement en cas de harcèlement scolaire, et notamment de cyberviolences, qui affectent aujourd'hui un collégien ou lycéen sur cinq. Usurpation d'identité, attaques gratuites, utilisation de photos sans

Ecrit par le 18 mai 2026

consentement, revenge porn... Face à la multiplication des violences, les assureurs proposent désormais des prises en charge dédiées dans le cadre de l'assurance scolaire. D'où l'importance de bien connaître cette protection du quotidien, et de procéder à un comparatif des contrats et des assureurs », explique [Christophe Dandois](#), cofondateur de Leocare.