

Ecrit par le 2 juillet 2026

## Vaucluse : Quand le défi du grand âge devient une chance collective



Dans une région [Provence-Alpes-Côte d'Azur](#) toujours attractive, la dynamique démographique se transforme. Vieillesse accélérée, natalité en recul mais espérance de vie en hausse : loin d'un constat alarmiste, ces évolutions dessinent pour le Vaucluse un horizon de transformation économique, sociale et territoriale, où le vieillissement devient un moteur d'innovations et d'emplois.

Avec 5,24 millions d'habitants au 1er janvier 2025, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur confirme son attractivité, affichant une croissance démographique annuelle de +0,5%, supérieure à la moyenne nationale (+0,3%). Mais derrière cette progression, la structure de la population évolue en profondeur.

**Une région qui continue de croître... autrement**

Ecrit par le 2 juillet 2026

La natalité recule, atteignant en 2024 un niveau historiquement bas, inédit depuis 1983, avec un indice de fécondité de 1,67 enfant par femme, contre plus de 2 il y a une décennie. Ce ralentissement, plus marqué qu'au niveau national, accentue un phénomène déjà engagé : le solde naturel -différence entre naissances et décès- est désormais négatif pour la cinquième année consécutive. Dans le même temps, la région retrouve une dynamique positive en matière d'espérance de vie. Après l'épisode brutal de la crise sanitaire, celle-ci dépasse à nouveau son niveau d'avant 2020, traduisant les progrès sanitaires et une amélioration globale des conditions de vie.

### **Le Vaucluse en première ligne du vieillissement**

Au cœur de ces transformations, le Vaucluse se distingue par une accélération marquée du vieillissement. Selon les projections de l'Insee (Institut national de la statistique et des études économiques), le département comptera près de 192 000 habitants âgés de 60 ans ou plus d'ici 2030, contre 152 000 en 2015. Les plus de 75 ans atteindraient, quant à eux, 82 000 personnes. Ce basculement démographique s'explique par plusieurs facteurs : baisse durable de la natalité, allongement de la durée de vie, mais aussi attractivité résidentielle du territoire pour les retraités. Résultat : la part des 65 ans ou plus figure parmi les plus élevées de France, plaçant le Vaucluse au cœur des enjeux nationaux liés au grand âge.

### **Une transition qui appelle des réponses nouvelles**

Cette évolution n'est pas sans conséquences. En 2015 déjà, près de 13 100 seniors en perte d'autonomie étaient recensés dans le département. D'ici 2030, les besoins d'accompagnement devraient fortement croître, nécessitant environ 8 100 emplois supplémentaires en équivalent temps plein dans les secteurs médico-sociaux, selon l'Insee. Finalement, c'est toute l'organisation du territoire qui est concernée : adaptation du parc de logements, développement des services à domicile, structuration de filières économiques dédiées à la 'silver économie'. L'Agence d'urbanisme Rhône Avignon Vaucluse ([Aurav](#)) souligne d'ailleurs que cette mutation impose de repenser les politiques publiques à l'échelle locale, en croisant urbanisme, santé et cohésion sociale.

### **Le vieillissement, levier d'innovation territoriale**

Pour autant, cette transition démographique ouvre aussi des perspectives. Elle stimule la création d'emplois non délocalisables, favorise l'émergence de solutions technologiques et sociales, et invite à repenser les solidarités intergénérationnelles. En Vaucluse où le niveau de vie médian des seniors -de 20 470€ annuels- reste inférieur aux moyennes régionale et nationale, l'enjeu est également celui de l'inclusion : garantir à chacun un vieillissement digne, accessible et accompagné. Ainsi, le Vaucluse incarne une réalité française en devenir : celle d'un territoire qui, confronté au vieillissement, choisit d'en faire un moteur de transformation plutôt qu'une contrainte. Une évolution structurante qui redessine les contours de l'action publique et de l'économie locale.

Sources [Insee](#) et [Aurav](#)

**Mireille Hurlin**

Ecrit par le 2 juillet 2026

# Cosmoprof 2026 : la cosmétique provençale à la conquête du monde



**Du 26 au 28 mars prochains, la Région Sud s'affichera au salon international Cosmoprof de Bologne avec une délégation de 17 entreprises sélectionnées, dont l'Avignonnaise [Kaera France](#). Elles seront accompagnées par [Rising sud](#), la Région Sud, [Business France](#) et [Cosmed](#). Une première pour l'agence d'attractivité régionale, qui entend promouvoir à l'international une filière cosmétique d'excellence pesant plus de 4 milliards d'euros et 18 000 emplois.**

Rendez-vous incontournable de l'industrie mondiale de la beauté, [Cosmoprof Worldwide Bologna](#) réunira du 26 au 28 mars prochains des milliers de marques, distributeurs, acheteurs et experts venus découvrir les dernières tendances en matière de soins, parfums, produits naturels et packaging.

## **Une première délégation régionale à Cosmoprof**

Pour cette édition 2026, la [Région Sud](#) franchit une nouvelle étape dans sa stratégie

Ecrit par le 2 juillet 2026

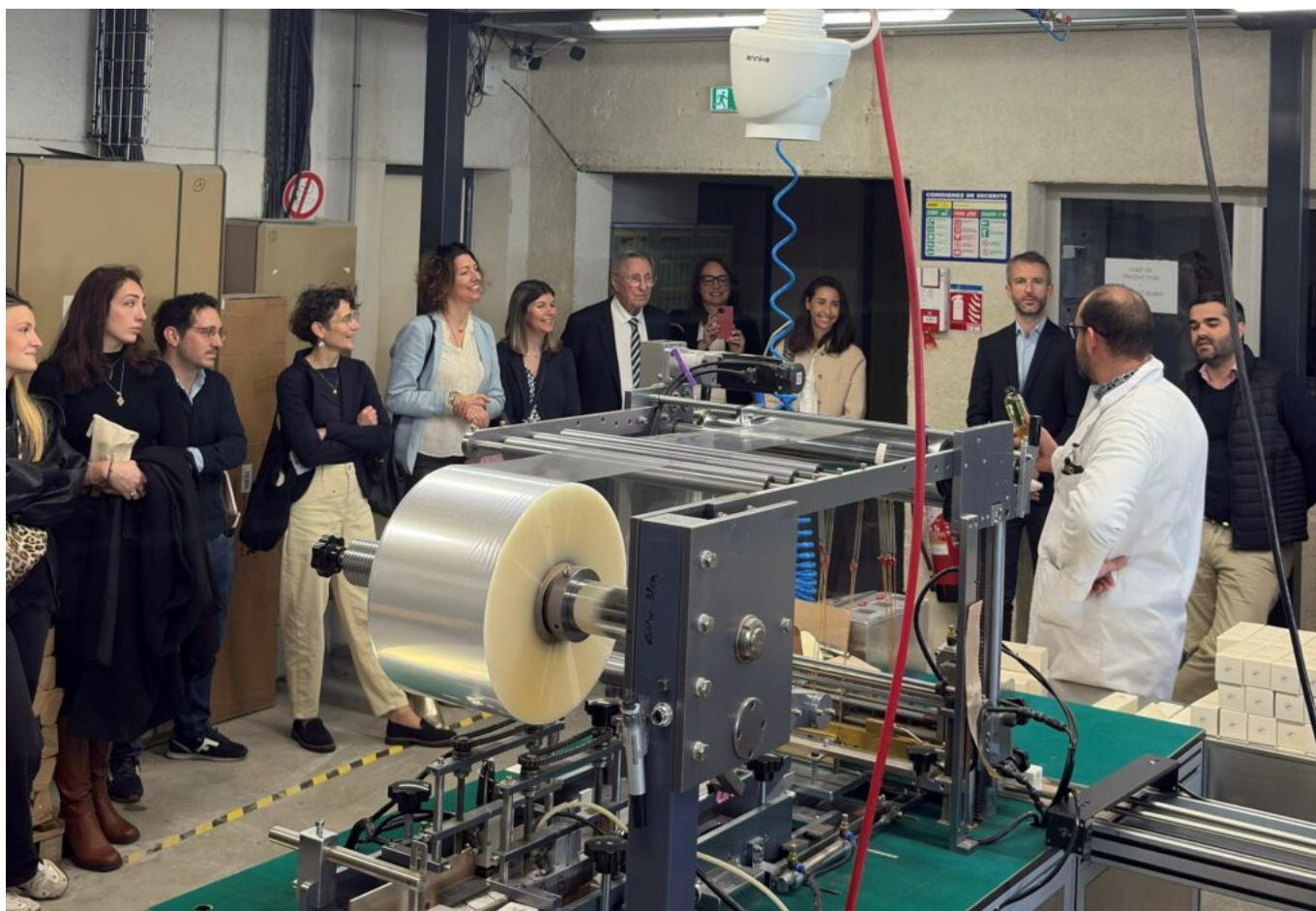
d'internationalisation. Pour la première fois, l'agence d'attractivité Rising sud, avec le soutien de la Région Sud, de Business France et du réseau professionnel Cosmed, accompagnera une délégation de 17 entreprises régionales sélectionnées pour représenter le dynamisme de la filière cosmétique provençale.

### Des entreprises réunies avant leur départ

La liste des entreprises retenues a été dévoilée par [Bernard Kleynhoff](#), conseiller régional et président de Rising sud, et [Audrey Brun Rabuel](#), directrice générale de l'agence, à l'occasion d'une séance collective de préparation réunissant les dirigeants avant leur départ pour l'Italie. Ces entreprises bénéficieront de la visibilité offerte par le [Pavillon France](#), orchestré par Business France, vitrine du savoir-faire national où se nouent chaque année des centaines de rencontres commerciales.

### Une filière stratégique pour l'économie régionale

La présence collective de ces entreprises illustre le poids considérable de la cosmétique dans l'économie régionale. La Provence-Alpes-Côte d'Azur constitue aujourd'hui la première région française pour la composition de parfums et de cosmétiques et le premier hub national de production de plantes aromatiques et médicinales.



Copyright Rising Sud Cosmoprof

Ecrit par le 2 juillet 2026

## **1 214 entreprises et plus de 18 000 emplois**

Selon les données de la filière, elle rassemble 1 214 entreprises et plus de 18 000 emplois, pour un chiffre d'affaires annuel estimé à 4 milliards d'euros. Près de 80 espèces de plantes aromatiques y sont cultivées, alimentant une chaîne de valeur complète allant des producteurs d'ingrédients aux laboratoires de recherche, en passant par les façonniers et les marques de cosmétiques.

## **Des entreprises du sud déjà internationalement connues**

Des groupes mondialement reconnus : [L'Occitane en Provence](#), [Robertet](#), [Jean Niel](#), [Fragonard](#) ou encore [Aroma-Zone](#), cohabitent ainsi avec un tissu dense de PME (Petites et moyennes entreprises) innovantes qui perpétuent et renouvellent un savoir-faire historique.

## **Des PME innovantes pour incarner l'excellence régionale**

La délégation sélectionnée reflète toute la diversité de cet écosystème. Elle rassemble notamment Alphanova Santé (Le Pradet), spécialiste des cosmétiques naturels et des soins solaires, Pulpe de Vie (Marseille), pionnière des cosmétiques bio issus de fruits invendus, ou encore Alyscamps (Arles), qui valorise les actifs naturels de Camargue et des Alpilles.

## **Des ailes pour de nouvelles entreprises**

À leurs côtés figurent Kaera France à Avignon, avec ses soins à base de beurre de karité brut, La Savonnerie des Alpilles à Cabannes et ses cosmétiques solides écoresponsables, ou encore Famille Grasse Parfums, héritière de la tradition parfumée de Grasse, capitale mondiale du parfum.

## **Innovation, intelligence artificielle, accélérateur de start-up**

D'autres entreprises illustrent l'innovation technologique et industrielle du secteur, comme Optivalue.ai, solution d'intelligence artificielle dédiée à la conformité réglementaire, Cadentia, spécialisée dans le développement de produits en marque blanche, ou encore Villa Blu by Robertet, accélérateur de start-up porté par le groupe grassois.

Ecrit par le 2 juillet 2026



Copyright Rising sud Cosmoprof

### **Une vitrine internationale pour les savoir-faire provençaux**

Pour Rising sud, cette opération constitue bien davantage qu'une simple présence sur un salon professionnel. Elle s'inscrit dans une stratégie visant à renforcer l'attractivité économique de la région et à soutenir l'internationalisation des PME (Petites et moyennes entreprises).

### **La cosmétique, identité du territoire sud**

« La cosmétique est un secteur d'excellence historique de la région Sud. Nous avons les matières premières, les savoir-faire, la capacité d'innovation et une ouverture naturelle vers le monde », souligne Bernard Kleynhoff. « En accompagnant pour la première fois des entreprises régionales au salon Cosmoprof, Rising sud se mobilise pour les aider à se développer sur leurs marchés et valoriser les atouts de la région auprès des investisseurs internationaux. »

### **Le Sud au cœur du marché mondial de la beauté**

Dans un marché mondial de la beauté estimé à plus de 500 milliards de dollars, en forte croissance notamment sur les segments naturels et durables, la Provence espère ainsi transformer cette vitrine internationale en opportunités commerciales concrètes. Salon Cosmoprof Worldwide Bologna. Du 26 au 28 mars 2026. Bologna Fiere à Bologne, en Italie. Accès réservé aux professionnels.

### **Les 17 entreprises à l'ambition internationale**

[Alphanova santé](#) ; [Alyscamps](#) ; [Belys Paris](#) ; [Pulpe de vie](#) ; [Cadentia](#) ; [Du monde à la Provence](#) ; [Famille](#)

Ecrit par le 2 juillet 2026

[Grasse parfums](#) ; [Kaera France](#) ; [La savonnerie des Alpilles](#) ; [Pacifique Sud Distribution](#) ; [Jean d'Aigle](#) ; [Phasilab - Instant Cosmétique](#) ; [Si Creative - Comme avant](#) ; [Optivalue.ai](#) ; [Vegemedia](#) ; [Versailles Beauté](#) ; [Villa Blu by Robertet](#) ;  
**Mireille Hurlin**

## 3 cheffes d'entreprises vaclusiennes vont bénéficier du programme 'Femmes Entrepreneuses' d'Orange



Pour la 8e édition du programme d'accélération 'Femmes Entrepreneuses' d'[Orange](#) en régions Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse, neuf fondatrices d'entreprises, dont trois vaclusiennes, ont été sélectionnées.

Ecrit par le 2 juillet 2026

Depuis 7 ans, le programme 'Femmes Entrepreneuses' a accompagné de nombreuses femmes créatrices d'entreprises, notamment dans le secteur de la tech, dans lequel 9% des startups seulement sont dirigées par des femmes.

Ce programme permet donc aux femmes sélectionnées de se préparer à relever les défis majeurs grâce à des ateliers de développement, du mentoring, et de la visibilité. « Leur détermination est remarquable, et je suis très fière de pouvoir accompagner les lauréates de l'édition 2026 dans cette aventure passionnante », a déclaré [Sophie Peurière](#), responsable du programme 'Femmes Entrepreneuses' Sud PACA & Corse.

## 100 entrepreneuses par an

Chaque année, ce sont 100 femmes en France et Outre-Mer qui sont choisies pour bénéficier du programme afin de développer leur projet entrepreneurial grâce à un suivi personnalisé sur un an. Ainsi, 700 femmes ont participé au programme depuis sa création en 2018, dont 70 en PACA et Corse.

Le programme 'Femmes Entrepreneuses' permet aux fondatrices d'entreprises d'avoir un mentor, qui s'assure du suivi et leur permet d'accéder à un large réseau de décideurs internes et de partenaires du groupe. Ils permettent également aux lauréates de trouver des solutions à diverses difficultés autour de la finance, du juridique, du commerce, de la fiscalité, de la communication, etc.

## Les lauréates 2026

En PACA et Corse, on dénombre donc neuf lauréates du programme cette année, dont trois vauclusiennes :

- [Myrtille Chekhar](#), fondatrice de [Pépins](#), première marque française de cosmétiques naturels centrée sur les pépins et les noyaux de fruits, basée à Avignon.
- [Nour Ounissi](#), fondatrice de [Savistas](#), une intelligence artificielle qui développe un écosystème pédagogique intelligent qui s'adapte aux profils cognitifs, y compris neuroatypiques, basée à Avignon.
- [Virginie Personne](#), fondatrice de [Piver](#), une solution SaaS (Software as a Service) dédiée aux plateformes de vente, de services et d'échange entre particuliers qui les accompagne dans la compréhension et la gestion de leurs enjeux de confiance, à la croisée de l'identité, des usages et de la sécurité, basée à Cavaillon.
- [Svetlana Cranga](#), fondatrice de [Natixar](#), une plateforme conçue pour l'industrie afin de transformer les données dispersées, telles que celles issues de la production, de l'énergie ou de la supply chain, en indicateurs fiables, auditables et exploitables, basée à Marseille.
- [Camille Gerbier](#), fondatrice de Neova, une entreprise qui conçoit des systèmes d'intelligence artificielle éthiques, fiables et simples d'utilisation, basée à Aix-en-Provence.
- [Soraya Lucas](#), fondatrice d'[Ed'Up Business School](#), une école en ligne spécialisée dans les métiers du commerce, du marketing et du management, basée à Aix-en-Provence.

Ecrit par le 2 juillet 2026

- [Marinda Scaramanga](#), fondatrice d'[Anthesté](#), une maison de soins née de la richesse des plantes grecques rares et de rituels sensoriels, basée à Nice.
- [Marina Dorat](#), fondatrice de [Marina Dorat Coaching](#), qui accompagne artistes, sportifs, étudiants et entrepreneurs en proposant un coaching immersif via l'application développée PNxr, basée à Chorges.
- [Audrey Royer](#), fondatrice de [Sonance](#), une entreprise qui conçoit et produit des podcasts sur mesure, accompagne et forme des créateurs à devenir autonomes, et anime une communauté engagée autour du partage et de la montée en compétences, basée à Ajaccio.

---

## PACA et Corse sont les régions les plus sportives de France

Ecrit par le 2 juillet 2026



**En 2025, on dénombre le plus grand nombre de sportifs en PACA et en Corse avec 81% de pratiquants mais aussi ceux qui y consacrent le plus de temps. Le sport y est d'ailleurs considéré comme un enjeu politique local important.**

Selon le dernier Baromètre Sport-Santé 2025 de la [Fédération Française d'Éducation Physique et de Gymnastique Volontaire](#) (FFEPGV), les habitants des régions PACA et Corse se démarquent par leur pratique sportive élevée : plus de 4 personnes sur 5 pratiquent une activité sportive (81%, vs 72% en moyenne). Ce sont tout simplement les régions où on fait le plus de sport en France !

De plus, la pratique sportive n'a jamais été aussi élevée dans ces régions. Ainsi, le nombre de sportifs a connu une augmentation importante depuis l'année dernière (+7 points), pour atteindre son niveau le plus élevé depuis 2017.

Au-delà du nombre de sportifs, c'est également l'intensité de la pratique sportive qu'il faut remarquer. En régions PACA et Corse, les sportifs déclarent en moyenne 4h54 d'activité par semaine (contre 4h12 à l'échelle de la France). Ce sont là encore, les plus sportifs à l'échelle du territoire.

La pratique outdoor y est dominante. Plus encore qu'au niveau national, la pratique sportive individuelle

Ecrit par le 2 juillet 2026

et en extérieur est plébiscitée : 75% font du sport seul (vs 61%), 73% pratiquent en extérieur (vs 61%).

Dans ces 2 régions, les conditions météorologiques influencent fortement la motivation et la pratique des sportifs. 3 sportifs sur 4 prolongent leurs séances ou ajoutent des sorties en extérieur par beau temps (75% vs 71% au national), tandis que 65% voient leur motivation diminuer en cas de conditions météorologiques défavorables. Ils sont aussi nombreux à faire preuve d'ingéniosité pour maintenir le même niveau d'activité en cas de mauvaise météo : le plus fréquemment, ils décalent les horaires de leurs séances (66%), ou ajustent le lieu ou le type de pratique (66%).

### **En région PACA et Corse, le lien entre sport, santé (physique ou mentale) et lien social, est très largement perçu**

Les sportifs des régions PACA et Corse pratiquent avant tout pour préserver leur santé et leur bien-être, des motivations identiques à celles observées chez l'ensemble des Français. Garder la forme est leur première motivation, citée par 56% d'entre eux (vs 55% en France), suivi par le fait de se sentir bien (51%, vs 53%). Ce podium est complété par la volonté de se maintenir en bonne santé, de ne pas tomber malade (49%, vs 44%).

De plus, la pratique sportive est aussi largement reconnue pour ses bienfaits sur la santé mentale. C'est même dans cette région que les sportifs en sont les plus convaincus. Pour 95% des habitants des régions PACA et Corse, la pratique d'une activité physique a un impact positif sur le bien-être mental. Ils sont même plus d'1 sur 2 à considérer que l'impact positif est « très important » (56%, vs 46%), soit le score le plus haut parmi les 13 régions françaises.

Aussi, lorsqu'ils doivent réduire leur niveau de pratique sportive, les effets nocifs s'accumulent : 85% des sportifs de PACA et Corse rapportent au moins un impact négatif lorsqu'ils ne peuvent pas faire autant de sport qu'ils le souhaitent (vs 86% au niveau national). Les conséquences sont multiples, sur leur bien-être physique (78%, vs 73% pour la France), sur leur état de forme général (67%, vs 66% pour la France), ainsi que sur leur bien-être mental (61%, vs 63% pour la France).

Les bénéfices du sport sont aussi sociaux : la pratique sportive permet de créer et de renforcer des liens avec d'autres personnes. C'est un facteur de motivation central pour les sportifs des régions PACA et Corse. Ainsi, 76% considèrent que pratiquer une activité sportive permet de partager une passion (vs 72% au niveau national), 71% de pouvoir bénéficier d'entraide (vs 67%) et 68% de créer des liens d'amitié durables (vs 67%).

### **La place centrale du médecin pour inciter à faire davantage de sport**

Pour encourager les habitants de PACA-Corse à être (plus) actifs, le médecin se démarque comme l'interlocuteur le plus écouté et dont les recommandations sont les plus efficaces, une tendance qui est homogène sur le territoire. Ainsi, 84% des personnes vivant en PACA et Corse pratiqueraient plus d'activité physique si leur médecin leur recommandait pour leur santé physique (vs 79% au niveau national), 82% pour leur santé mentale (vs 74%). Un autre levier important qui différencie ces deux

Ecrit par le 2 juillet 2026

régions du reste de la France est celui du témoignage d'un proche partageant se sentir mieux mentalement grâce à sa pratique sportive (73%, vs 63%).

La population PACA-Corse apparaît donc particulièrement réceptive aux recommandations, qu'elles viennent du corps médical ou de l'entourage. Un terrain fertile pour les politiques de prévention.

### **Des habitants qui se montrent plus satisfaits que la moyenne des Français quant à l'offre d'activités sportives près de chez eux**

Trois quarts des habitants de ces deux régions se déclarent satisfaits de l'offre d'activités sportives présente dans leur commune (75%), 72% concernant les équipements sportifs, un niveau de satisfaction parmi les plus élevés. On notera que près de 4 habitants sur 5 considèrent que les infrastructures sportives sont proches de leur domicile (79%), un résultat en hausse de 13 points depuis 2018 et là encore parmi les plus élevés sur le territoire. La satisfaction à l'égard de cette offre explique probablement en partie le fort niveau de pratique mesuré sur ces deux territoires.

Cette satisfaction ne doit cependant pas occulter la persistance de nombreux freins à la pratique sportive dans leur commune : 2/3 des habitants de PACA et Corse en citent au moins un (68%, équivalent à la moyenne nationale). Le coût de la pratique sportive se démarque nettement comme le premier frein rencontré (31%). Viennent ensuite les obstacles liés à l'offre sportive : l'incompatibilité des horaires (18%), le manque d'infrastructures (17%), l'inadaptation de l'offre sportive locale (15%) ou encore l'éloignement des infrastructures (14%).

Interrogés sur les élections municipales de mars 2026, 65% des habitants de PACA et Corse déclarent que le sport est un enjeu qui influencera leur choix de vote (vs 64% en moyenne). Plus d'un quart considèrent même que le sport aura un impact « très important » dans leur vote (26%), le résultat le plus haut observé parmi l'ensemble des régions. Ainsi, le sport s'affirme comme un enjeu transversal, illustrant les enjeux de santé publique, de cohésion sociale et de bien-être.

---

## **Enedis prévoit 245 embauches en 2026 en PACA**

Ecrit par le 2 juillet 2026



**Après avoir recruté 203 personnes en Provence-Alpes-Côte d'Azur en 2025, le gestionnaire du réseau de distribution d'électricité [Enedis](#) poursuit dans cette dynamique et prévoit 245 embauches en 2026, dont 139 en CDI et 106 en alternance.**

Le développement du réseau et sa modernisation, le raccordement des énergies renouvelables et l'essor des nouveaux usages électriques permettent à Enedis de maintenir un haut niveau de recrutements en 2026 avec près de 250 embauches prévues rien qu'en région PACA. De plus, l'entreprise annonce viser 30% de femmes dans ses recrutements d'ici 2030.

De nombreux postes sont donc à pourvoir dès à présent sur les 55 sites de la région, notamment en Vaucluse. 139 de ces emplois seront en CDI. Enedis, qui compte déjà 2 900 salariés sur le territoire régional, recherche des techniciens supérieurs, des électrotechniciens, des ingénieurs et experts des technologies de l'information, ou encore du personnel dans les métiers de la relation client et des fonctions support.

Les jeunes aussi sont concernés par cette vague de recrutement puisque 106 postes seront dédiés à l'alternance, dont 85% dans les métiers techniques opérationnels et dans les technologies de l'information. Enedis vise près de 40% d'embauches en provenance de l'alternance et des stages et a d'ailleurs été classé 2e au palmarès HappyIndex® Trainees France, un classement basé sur l'expérience des stagiaires et alternants au sein des entreprises où ils évoluent.

Écrit par le 2 juillet 2026

Pour accéder aux offres d'emploi d'Enedis, [cliquez ici](#).

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



**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.

Ecrit par le 2 juillet 2026

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.

## 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€	1872€	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
Île-de-France	66€	1872€	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

## Déchets : le Vaucluse montre la voie



**Alors que la réduction des déchets s'impose comme un défi environnemental majeur, les vauclusiens se distinguent par des pratiques déjà bien ancrées. Le dernier baromètre [Suez Odoxa](#) révèle une dynamique encourageante en Provence-Alpes-Côte d'Azur, malgré des fragilités persistantes dans l'engagement individuel.**

Boire l'eau du robinet plutôt que de l'eau en bouteille, donner ses vêtements, acheter en circuit court ou encore limiter l'usage du plastique, en Vaucluse, ces gestes ne relèvent plus de l'exception. Selon le baromètre Suez-Odoxa, 66% des habitants du département estiment qu'il est facile de réduire ses déchets, chiffre qui constitue déjà un record régional. Plus de trois quarts des habitants du département

Ecrit par le 2 juillet 2026

déclarent adopter régulièrement des écogestes, signe d'une prise de conscience désormais bien installée.

### **Des gestes du quotidien devenus réflexes**

Cette évolution s'inscrit dans un contexte plus large. En France, la production de déchets ménagers reste élevée avec près de 580 kg par habitant et par an, mais les comportements évoluent lentement, portés par une meilleure information et par l'action des collectivités locales.

### **Une région globalement satisfaite de la gestion des déchets**

À l'échelle de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, le constat est globalement positif. Près de 8 habitants sur 10 jugent la collecte des déchets efficace dans leur commune et deux tiers se disent satisfaits de la propreté de leur ville. Cette appréciation traduit le rôle central joué par les collectivités dans l'organisation du tri, la modernisation des déchèteries et la multiplication des points de collecte.

### **Un tri des déchets pas si simple**

Pour autant, si le tri est désormais perçu comme un geste simple par 77% des habitants, car réduire la quantité de déchets produits reste plus complexe : seuls 60 % estiment y parvenir facilement. Une différence révélatrice d'un plafond de verre entre bonne volonté et changements plus profonds des modes de consommation. Certains flux de déchets continuent de poser problème.



Copyright Freepik

### **Les déchets complexes, angle mort de la transition**

Ecrit par le 2 juillet 2026

Les biodéchets arrivent en tête des difficultés, suivis des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE) et des équipements de la maison. Pourtant, la région affiche des progrès notables : plus d'un habitant sur deux déclare avoir déjà déposé un appareil électrique usagé en déchèterie, en magasin ou via une collecte solidaire. Les DEEE, riches en métaux rares mais aussi en substances polluantes, nécessitent des filières spécifiques encore mal identifiées par le grand public. D'où un besoin accru de pédagogie, alors que plus d'un tiers des habitants de la région reconnaissent ne pas maîtriser pleinement les consignes de tri.

### **Un engagement qui s'effrite, mais qui résiste mieux qu'ailleurs**

Si les écogestes se maintiennent, l'engagement individuel recule légèrement en région Sud, à l'image du reste du pays. Seuls 36% des habitants estiment que leur entourage cherche réellement à limiter ses déchets. Néanmoins, certaines pratiques progressent, comme la revente de seconde main, tandis que le tri des biodéchets se stabilise, là où il recule dans d'autres régions. Les freins sont connus : manque de temps, complexité des consignes, difficulté à renoncer à certains confort. Autant d'obstacles qui appellent des réponses concrètes et adaptées aux réalités locales.

### **Consolider les acquis et raviver l'élan**

Le Vaucluse et, plus largement, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur disposent d'atouts solides pour réussir la transition vers une réduction durable des déchets. Les habitudes sont là, la confiance envers les services publics demeure élevée, et les citoyens se montrent majoritairement réceptifs. Reste désormais à transformer ces pratiques installées en un engagement plus profond et collectif. Car au-delà du tri, c'est bien la réduction à la source qui constitue le prochain cap, celui d'une sobriété choisie plutôt que subie.

Source : Suez-Odoxa [ici](#).

Mireille Hurlin

---

## **(Vidéo) Vaucluse : l'industrie recrute massivement**

Ecrit par le 2 juillet 2026



Du 17 au 21 novembre, [la Semaine de l'Industrie se déploie en Provence-Alpes-Côte d'Azur](#) et plus particulièrement en [Vaucluse](#), pour célébrer les compétences industrielles régionales et encourager les vocations. Avec plus de 123 000 salariés dans les entreprises industrielles de la région, ce secteur riche et diversifié, de la pétrochimie à la microélectronique, est au cœur d'un véritable enjeu de recrutement et de transformation. [France Travail](#) et ses partenaires proposent des visites, ateliers, forums et témoignages pour rapprocher jeunes, demandeurs d'emploi et professionnels.

Dans une région souvent associée au tourisme et aux services, la Provence-Alpes-Côte d'Azur (PACA) revendique aujourd'hui une autre identité : celle d'un territoire industriel dynamique et stratégique. La Semaine de l'Industrie, qui se tient cette année du 17 au 23 novembre, est l'occasion idéale de mettre en lumière cette réalité parfois méconnue.

### **Industrie en PACA : une force sous-estimée**

Avec plus de 123 000 salariés employés dans ses entreprises industrielles, la région Paca joue un rôle de taille dans l'économie française. Ces entreprises couvrent des secteurs très variés : la pétrochimie autour de l'Étang-de-Berre, les arômes et parfums dans les Alpes-de-Haute-Provence, la microélectronique dans les Alpes-Maritimes... Une richesse industrielle qui conjugue tradition et innovation.

### **Un ancrage stratégique**

Cet ancrage territorial est d'autant plus stratégique que le tissu industriel est particulièrement divers. Selon la [la Dreet](#)s (Direction régionale de l'économie, de l'emploi, du travail et des solidarités), des pôles technologiques très dynamiques (aéronautique, numérique, santé-biotech) coexistent avec des filières plus traditionnelles comme la métallurgie ou la chimie, qui sont en pleine transformation.

Ecrit par le 2 juillet 2026

### Recrutement et défis structurels

Mais l'industrie française, et celle de PACA en particulier, ne vit pas qu'un âge d'or : elle est confrontée à des tensions de recrutement. Au niveau national, la Semaine de l'Industrie 2025 s'inscrit dans un contexte de 260 000 projets de recrutement dans l'industrie, dont près de 60% seraient jugés difficiles par les entreprises. En Paca, le défi est bien réel : selon la Dreets, certaines entreprises peinent à trouver des profils techniques (opérateurs, techniciens de maintenance, cadres de production) malgré une forte demande.

### France Travail : un rôle clé en Vaucluse

Dans le Vaucluse, la dynamique industrielle se conjugue avec l'action de France Travail, qui diffuse plus de 3 000 offres d'emploi dans le département, et met en place des dispositifs de formation particulièrement efficaces. Les agences locales (8 au total) s'impliquent fortement dans la Semaine de l'Industrie, au travers d'ateliers, de visites d'entreprises et de conférences.



Copyright France Travail

### L'industrie diversifiée du vaucluse

Michèle Lefèvre, experte départementale Industrie à France Travail Vaucluse, rappelle : « Le Vaucluse se distingue par une industrie diversifiée, mêlant tradition et innovation, portée par des PME locales. Le territoire a enregistré davantage d'ouvertures que de fermetures au cours des dix dernières années, et de

Ecrit par le 2 juillet 2026

nouvelles implantations sont prévues en 2026.

### **Une industrie plus mixte et inclusive**

L'un des axes forts de cette Semaine de l'Industrie est la féminisation du secteur : historiquement très masculin, l'industrie cherche à diversifier ses effectifs. Au niveau national, les femmes représentent moins de 30 % des salariés du secteur. Localement, cette question est aussi au cœur des actions : par exemple, le 17 novembre à l'agence France Travail d'Orange, un atelier intitulé « L'industrie au féminin » vise à déconstruire les stéréotypes et à montrer que les métiers industriels sont accessibles, variés et porteurs d'avenir.

### **Des actions concrètes pendant la semaine**

Les événements proposés sont nombreux et diversifiés : visites d'usines, job dating, forums métiers, ateliers en ligne ou en présentiel, démonstrations technologiques... Le but ? Donner un aperçu vivant et concret des métiers industriels.

### **Les temps forts**

En Paca, la Dreets annonce plusieurs initiatives : des portes ouvertes dans des campus d'ingénieurs et lycées professionnels, des conférences sur les technologies bas carbone, des expériences immersives pour les jeunes, et des démonstrations autour de la robotique et des mobilités durables. En Vaucluse, l'un des moments forts sera la visite, le 21 novembre, de l'entreprise [Plastcorp](#) à Uchaux, organisée via la plateforme [Forindustrie](#), qui complète une découverte virtuelle par une immersion réelle.

### **Voir l'industrie autrement**

La Semaine de l'Industrie 2025 en Provence-Alpes-Côte d'Azur et en Vaucluse n'est pas seulement un événement symbolique : c'est un levier concret pour transformer l'image de l'industrie, susciter des vocations et combler des besoins de compétences urgents. Entre tradition et modernité, entre mixité et innovation, l'industrie régionale se réinvente et invite chacun à venir la (re)découvrir. Pour les jeunes, les demandeurs d'emploi et les actifs en reconversion, c'est une chance de voir l'industrie autrement : comme un secteur d'avenir, ouvert, dynamique et stratégique.

Renseignements et inscriptions [ici](#).

Mireille Hurlin

---

# **Juliet® , la pomme 100 % bio et française qui veut croquer le marché**

Ecrit par le 2 juillet 2026



Née en Vaucluse il y a plus de 20 ans, la variété **Juliet** s'impose comme la première pomme conçue, cultivée et commercialisée en France exclusivement en agriculture biologique. Développée par un collectif d'une vingtaine de producteurs en Vaucluse, Juliet ambitionne de faire valoir son caractère « pomme pas comme les autres » croquante, parfumée, écologique sur un marché de la pomme où la concurrence et les défis ne manquent pas. 22 000 tonnes de pommes Juliet ont été récoltées en 2024.

L'aventure Juliet commence en 1998, à la faveur d'une rencontre entre un pépiniériste passionné, [Benoît Escande](#), et un technicien arboriculture à la [Chambre d'agriculture de Vaucluse](#), [Guilhem Sévérac](#). Ensemble, ils expérimentent dans le Vaucluse une variété qui se distingue par ses qualités agronomiques : fermeté, chair charnue, goût sucré, jutosité mais aussi par sa résistance naturelle aux principaux ravageurs du pommier. Ces atouts laissent entrevoir une adaptation idéale à l'agriculture biologique.

### Un projet collectif

Très vite, Juliet ne reste pas un projet individuel : elle devient le moteur d'un collectif. Une association, Les Amis de Juliet, voit le jour en 2005, fédérant aujourd'hui près de 190 producteurs répartis sur environ 650 hectares de vergers en France. Leur cahier des charges exclut les herbicides et fertilisants chimiques de synthèse ainsi que les OGM (Organisme génétiquement modifié), un engagement fort, qui offre à Juliet une réelle identité.

Ecrit par le 2 juillet 2026



## **Autour de Georgia Lambertin, présidente de la Chambre d'Agriculture de Vaucluse, des acteurs de la production de la pomme Juliet Copyright Pomme Juliet Communication**

### **La production dans le détail**

En Provence-Alpes-Côte d'Azur, Juliet est cultivée à ce jour sur 143,9 ha : 84,75 ha par 18 producteurs dans le Vaucluse ; 28,52 ha par 10 producteurs dans les Bouches-du-Rhône ; 18,69 ha dans les Alpes-de-Haute-Provence et par 3 producteurs ; et 11,43 ha dans les Hautes-Alpes par 7 producteurs. Au départ des stations de conditionnement, les prix se situent autour de 2€ le kilo, selon calibre et conditionnement.

### **Un positionnement Bio et Français**

Ce positionnement 'bio et français' devient l'axe central de la communication : Juliet n'est 'pas une pomme comme les autres', revendiquant une exclusivité 100% bio et exclusivement cultivée en France. Le parcours est valorisé comme symbole d'un terroir, d'un savoir-faire, d'une agriculture respectueuse de la nature. Dans l'interview qu'il a accordée, le président [Jean-Noël Carles](#) insiste sur 'le champ humain' de l'histoire, sur 'la fierté d'une pomme qui reste fidèle à ses valeurs', même face aux défis du marché.

### **Un marché ultra concurrentiel**

Ecrit par le 2 juillet 2026

Mais cette belle histoire s'inscrit dans un contexte agro-économique où la pomme fait face à une forte concurrence. En France, la consommation annuelle d'achats de pomme atteint en moyenne 17,1 kg par ménage, et le marché national est estimé autour de 800 millions d'euros. Parallèlement, la production française de pommes fraîches atteint environ 1,56 million de tonnes en 2024, soit une légère baisse de 2 % sur un an, mais une progression de 6% par rapport à la moyenne 2019-2023.



**Copyright Pomme Juliet Communication**

### **La France, 3e en production sur la place européenne**

Le terrain est ici féroce : la France occupe la troisième place européenne en volume de production, derrière la Pologne et l'Italie. Et la concurrence ne vient pas seulement des grands voisins : les pommes

Ecrit par le 2 juillet 2026

polonaises, par exemple, sont accusées de 'déstabiliser' le marché français en proposant des calibres à des prix défilant ceux des exploitations françaises, au détriment des producteurs nationaux soumis à des contraintes plus strictes en termes de pesticides et normes.

### **De la pomme à la transformation**

De plus, la part importante des fruits déclassés -souvent redirigés vers la transformation plutôt que le marché frais- montre la fragilité de la production face aux conditions météorologiques, aux coûts de production et aux logiques de distribution. Dans ce cadre, Juliet mise sur ses attributs différenciant : exclusivité bio, origine française, qualité gustative, savoir-faire collectif. La pomme Juliet se décline aussi en jus de pomme bio sans sucres ajoutés, en pétillant bio idéal pour les moments festifs, en cidre bio au goût sec et affirmé, purées -y compris en gourdes pratiques- et en vinaigre de cidre bio. Chaque produit conserve la même exigence de qualité et d'origine 100 % française. Mais le chemin reste semé d'embûches : pouvoir d'achat des ménages contraint, multiplication des variétés, pression sur les prix et enjeux de conformité environnementale pèsent sur la filière.

### **La promesse ? Une pomme engagée, locale, bio et surtout... délicieuse**

Juliet incarne aujourd'hui une belle promesse : celle d'une pomme résolument engagée, locale, bio, conçue pour affronter un marché exigeant. Son histoire, née dans le Vaucluse, portée par des professionnels de la filière agraire convaincus, en fait un symbole d'authenticité dans un univers agricole sous tension. Mais pour que cette variété tienne sa place, il ne suffira pas de compter sur ses qualités intrinsèques : il faudra aussi que le marché la reconnaisse, que les distributeurs l'accompagnent et que les consommateurs la valorisent face à une concurrence féroce.

Ecrit par le 2 juillet 2026



**Copyright Pomme Juliet Communication**

### **Un pari sur l'avenir**

Dans un marché de la pomme aussi concurrentiel que celui de la France et de l'Europe, le pari est ambitieux, mais la pomme Juliet pourrait bien avoir toutes les cartes en main pour faire la différence. La pomme Juliet est également solidaire des hommes, ainsi 3 194 unités de produits transformés sont distribués à l'Aide alimentaire.

Sources : lapomme.org ; Made in France ; Terre-net ; La France Agricole ; Agreste...

### **Les infos pratiques**

Association les amis de Juliet®. 594, zone Porte du Quercy 47 500 Montayral. 05 53 75 14 53  
contact@pomme-juliet.bio

Mireille Hurlin

Ecrit par le 2 juillet 2026



**Copyright Pomme Juliet Communication**