Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 juillet 2025

Shein ouvre une boutique éphémère en région PACA

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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 juillet 2025

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'autre 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.

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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

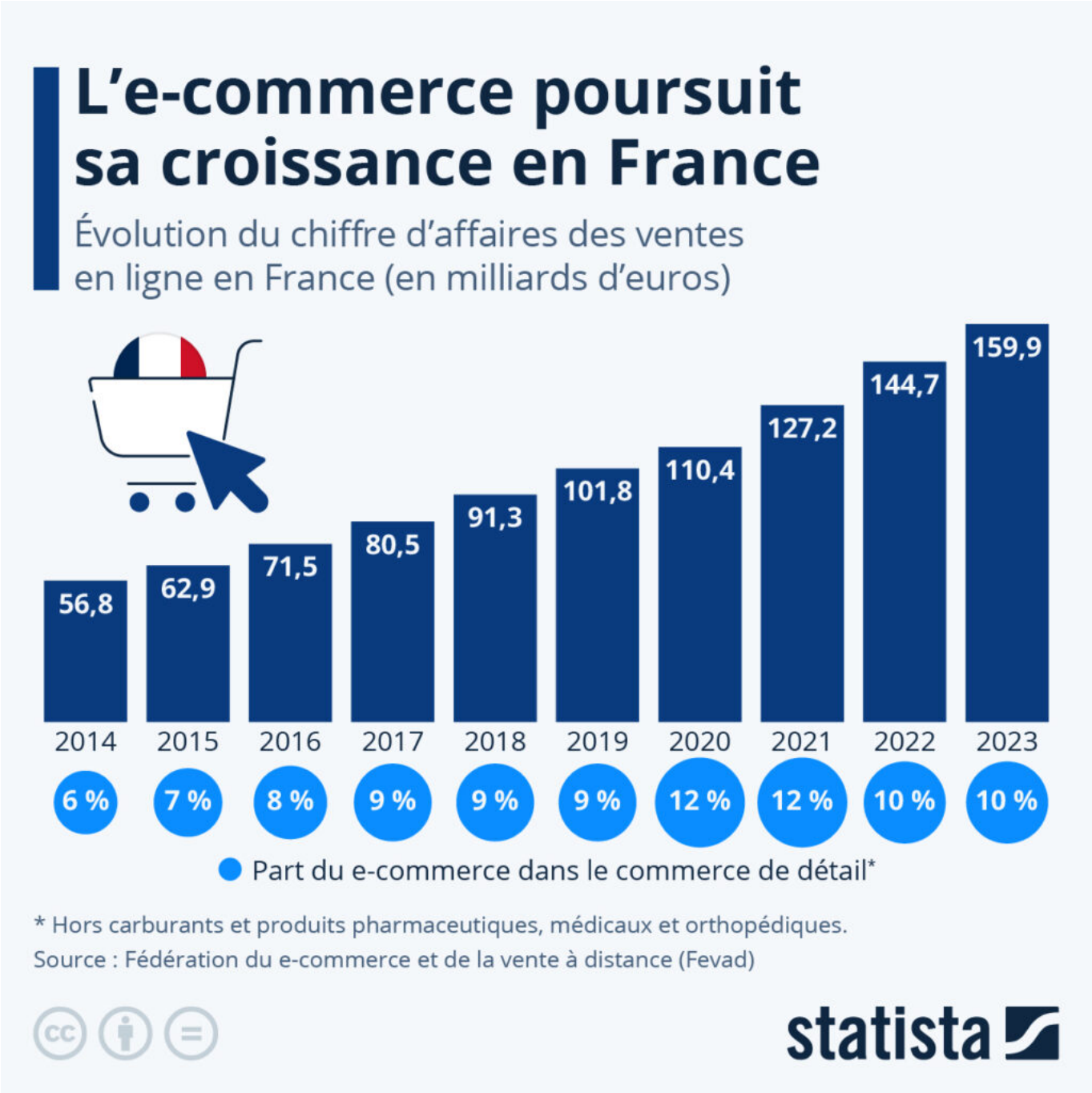
Ecrit par le 14 juillet 2025

©Shein

L’e-commerce maintient sa trajectoire de croissance en France

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 juillet 2025



La 10ème édition de l'opération commerciale Prime Day d'Amazon se déroule du 16 au 17 juillet 2024. À cette occasion, les abonnés au service Prime d'Amazon peuvent profiter de nombreuses offres. Et comme l'année dernière, le géant du e-commerce compte bien battre son record de ventes lors de l'événement. En effet, ces dernières pourraient atteindre 14 milliards de dollars, en hausse de 10,5 % par rapport au Prime Day 2023, selon des prévisions réalisées par Adobe Analytics, portées notamment par la croissance

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 juillet 2025

globale du commerce en ligne dans le monde.

En France, près de 40 millions de personnes font de nos jours des achats sur Internet, et elles ont passé en moyenne autour de cinq commandes par mois en 2023, d'après la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad). En parallèle, la Fevad a recensé 152 000 sites marchands dans le pays l'an dernier, couvrant au total 213 000 emplois. Parmi la centaine de sites enquêtés par le syndicat professionel, 38 % ont déclaré avoir augmenté leurs effectifs au cours de l'année, reflétant la poursuite de la bonne dynamique du secteur.

L'e-commerce ne cesse en effet de progresser en France. En 2023, ce secteur a généré un chiffre d'affaires de 159,9 milliards d'euros selon la Fevad, en hausse de 10,5 % par rapport à l'année précédente. Aujourd'hui, l'e-commerce représente environ 10 % du commerce de détail en France. Cette part reste naturellement moins élevée qu'au plus fort des restrictions sanitaires (12 % en 2020 et 2021), mais elle est supérieure à celle mesurée avant le Covid (9 % en 2019). Le potentiel de croissance reste important : par exemple, aux États-Unis, la part des ventes en ligne dans le commerce de détail est actuellement de 16 %.

Au premier trimestre 2024, la Fevad rapporte que l'e-commerce (produits et services) a enregistré une croissance de 7,5 % en France (par rapport à la même période l'an passé), maintenant ainsi sa trajectoire de croissance. En parallèle, le nombre de transactions recensées de janvier à mars, plus de 600 millions, était en hausse d'environ 5% par rapport à 2023.

De Tristan Gaudiaut pour Statista

L'entreprise vauclusienne Florajet désignée meilleur e-commerçant fleuriste de l'année 2024

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 juillet 2025

Pour la seconde année consécutive, la société vauclusienne Florajet a été désignée 'Meilleur e-commerçant de l'année 2024' dans la catégorie fleuriste.
Remise par Meilleure chaîne de magasin, cette distinction a permis de désigner les sites de vente en ligne préférés des consommateurs français. En tout, grâce à l'évaluation de plus de 68 000 consommateurs 22 enseignes ont été récompensées cette année dans la catégorie e-commerce de l'année.

Grâce à son réseau de 5 000 fleuristes partenaires, Florajet est un des acteurs majeurs de la commande de fleurs en ligne dans l'Hexagone. L'entreprise basée à Cabrières d'Aigues, au cœur du Luberon, dispose ainsi du 1er réseau de fleuristes en France en nombre de point de vente. Elle est ainsi en mesure de livrer un bouquet de fleur 4h partout en France ainsi que dans 163 pays dans le monde.

700 000 bouquets par an
Créée en 1992 par Philippe Lefrancq, la société réalise un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 40M€. L'an dernier, l'entreprise dont des artisans fleuristes incorporés au sein des équipes de Florajet imaginent des collections originales de bouquets de fleurs fraîches, a livré plus de 700 000 bouquets via ses partenaires.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 juillet 2025

« La réception de cette récompense confirme les efforts inlassables des équipes de Florajet pour garantir une expérience client inégalée, tout en maintenant des normes de satisfaction parmi les plus élevées du secteur », se félicite l'entreprise vauclusienne. La large gamme de produits floraux ainsi que son originalité couplée à l'interface conviviale du site florajet.com ont contribué au succès de la marque. Cette victoire consécutive renforce la détermination de Florajet à rester à la pointe du secteur, avec la confiance inestimable de son réseau d'artisans fleuristes. Leur savoir-faire et leur dévouement pour créer des bouquets uniques ont été une des clés de ce succès. »

Black Friday, 91% des français comptent bien en profiter

La carte bleue va chauffer. Les Français vont être très nombreux à vouloir profiter du black Friday pour faire de bonnes affaires face à la vie de plus en chère. Ils sont aussi très nombreux à vouloir profiter du black Friday pour leurs achats de Noël. Et parmi ces cadeaux, un vrai engouement pour la mobilité douce et l'achat de vélo et trottinette …

Le Black Friday fait partie de ce qu'on appelle en anglais le 'golden quarter' (le trimestre doré). Ce terme désigne le quatrième trimestre de l'année, le plus lucratif pour le e-commerce avec ses nombreux temps forts dans le calendrier marketing comme Halloween, le Singles Day, le Black Friday, le Cyber Monday, Noël et le Nouvel An.

Ce que représente le Black friday
Le e-commerce représente désormais 13,4 % du commerce de détail en France. En 2020, il a entraîné un pic de ventes de + 127 % ; 62 % des Français font des achats chaque année à l'occasion du Black Friday. 1 Français sur 3 considère le Black Friday comme un bon moyen de faire des économies et de faire ses achats de Noël en avance. Les produits tech, mode et beauté font partie des plus vendus lors du Black Friday. 46 % des consommateurs prévoient d'acheter auprès des petits commerçants. Enfin, 33 % des consommateurs pensent que le Covid-19 a définitivement changé les habitudes de consommation.

DR

Montée en puissance du Black friday
Le Black Friday illustre la montée en puissance du e-commerce en France et à travers le monde. Les estimations de Deloitte, prévoyaient une augmentation des ventes en ligne entre 11 et 15 % en fin d'année 2021 par rapport à la fin de l'année 2020. Face à l'inflation qui touche tous les secteurs et tous les consommateurs, Channable, société spécialisée dans la gestion de flux et l'automatisation SEA

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 juillet 2025

(Shopping …), a enquêté sur le comportement des internautes face au Black Friday 2022 qui aura lieu du vendredi 25 novembre jusqu'au Cyber Monday, le lundi 28 novembre, même si certaines promotions seront proposées dès lundi 21 novembre.

Ce qui résulte de ce sondage
91 % des Français vont profiter du Black Friday ; 81 % des répondants comptent sur le Black Friday pour compenser leur baisse de pouvoir d'achat due à l'inflation ; 83 % vont profiter du Black Friday pour faire leurs achats de Noël ; 79 % iront sur des sites e-commerce pure-players ; 52 % iront directement sur le site e-commerce de la marque recherchée ; 23 % dans un grand magasin et 20% dans un commerce de proximité.

Les dépenses envisagées
Pour le Black Friday, 33 % devraient dépenser de 150 à 300€ et 28 % entre 300 et 600€. Pour les achats de Noël, 30% envisagent de dépenser de 150 à 300€ s et 30% entre 300 et 600€. 35 % disposeraient d'un budget supérieur à l'an dernier pour le Black Friday. 33 % auront peut-être un budget inférieur à l'an dernier. 32 % auront peut-être un budget égal à l'an dernier.

DR

Les achats de Noël
Pour leurs achats de Noël, 65 % prévoient d'acheter des produits de mode. 49% des produits High Tech, 45 % des jouets et 10 % vont acheter des produits pour la mobilité douce : vélo électrique, trottinette … Pour le Black Friday, 78 % vont acheter des produits de mode ; 52 % des produits High Tech …

Famille, amis, proches et publicité
51 % des répondants reconnaissent être influencés par leurs amis, leur famille et leurs proches pour l'achat d'un produit 36 % par une publicité sur les réseaux sociaux et 29% par des avis en ligne 35 % de la publicité ciblée que reçoivent les consommateurs correspond parfois à leurs attentes, 34% souvent. 52 % des répondants déclarent recevoir beaucoup trop de publicités ciblées 35 % les trouvent trop intrusives. 72 % des répondants vont directement sur des sites qu'ils connaissent déjà 83 % des internautes comparent les prix avant d'acheter 42% regardent si les modes de livraison sont gratuits ou payants.
MH

DR

L'escalade des coûts logistiques d'Amazon

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 juillet 2025

Six mois après avoir augmenté les tarifs de son abonnement Prime aux États-Unis de plus de 15 %, Amazon va également augmenter ses prix en Europe. Cette semaine, la société a commencé à informer ses clients européens d'une hausse qui prendra effet le 15 septembre. Selon le pays, le prix de l'abonnement augmentera de 13 % à plus de 40 %, les abonnés de France, d'Espagne et d'Italie étant confrontés aux hausses les plus fortes. Dans l'Hexagone, le tarif de Prime va par exemple passer de 5,99

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 juillet 2025

à 6,99 euros par mois et de 49 à 69,90 euros par an.

Le géant du e-commerce justifie ses nouveaux tarifs par l'augmentation des coûts d'exploitation, en particulier de ses frais d'expédition, dans un contexte de flambée des prix du carburant, de l'énergie, mais aussi des emballages.

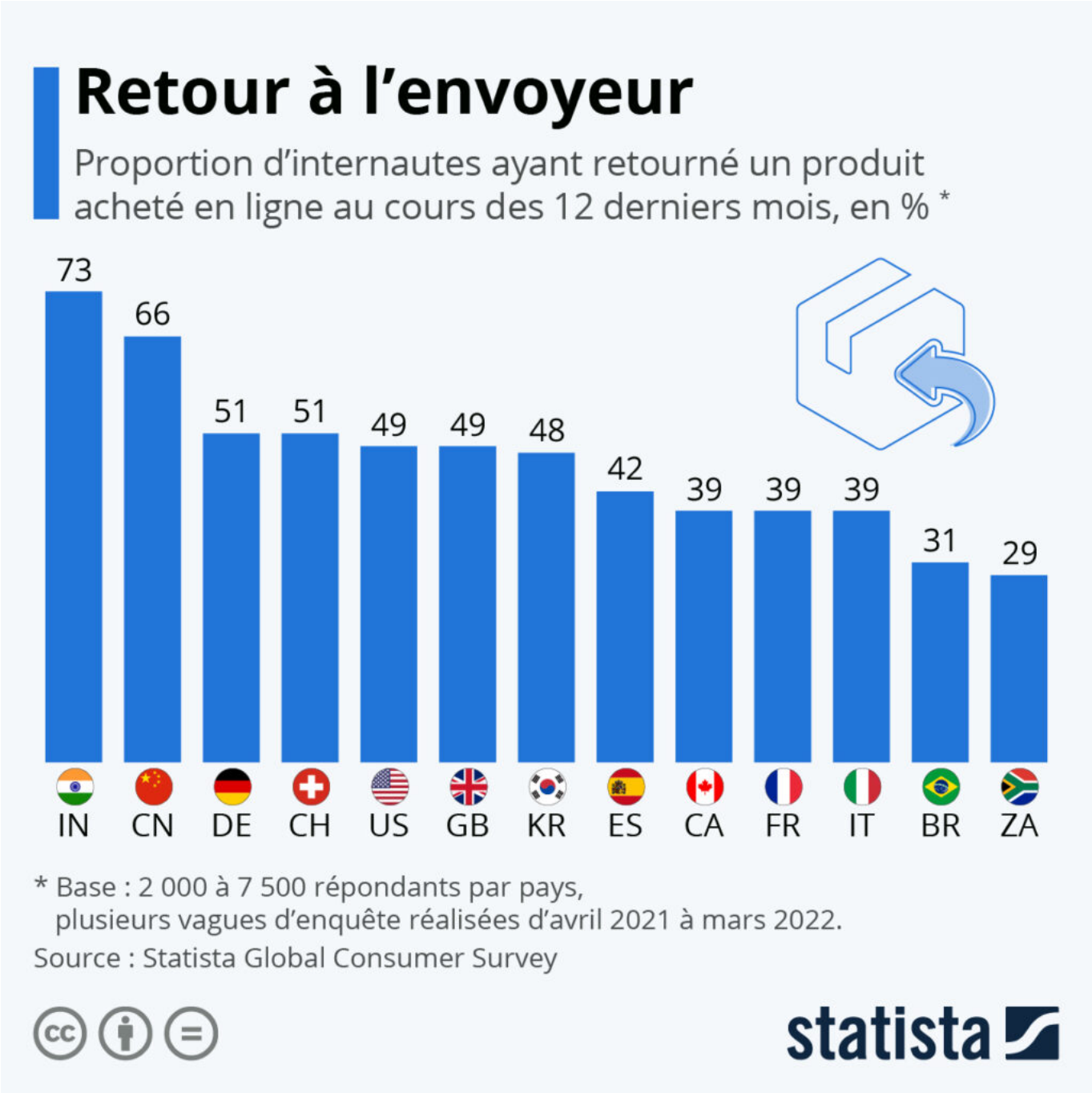
Comme le montre notre graphique, Amazon doit faire face à des frais logistiques toujours plus élevés : ses coûts d'expédition et de gestion des commandes ayant par exemple été multipliés par près de 40 entre 2009 et 2021. Rien que l'année dernière, l'expédition des produits a coûté 76,7 milliards de dollars à la plateforme, la gestion des commandes ajoutant 75,1 milliards de dollars de frais supplémentaires à une facture logistique salée. Si le chiffre d'affaires de la société a également été multiplié par près de 20 depuis 2009, cela n'a pas vraiment suffi à compenser l'escalade de ses coûts logistiques. En 2009, ces derniers représentaient 15,6 % des ventes nettes d'Amazon. En 2021, leur part était passée à 32,3 %.

De Tristan Gaudiaut pour Statista

E-commerce : le taux de retour des colis par pays

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 juillet 2025



Depuis peu, certains distributeurs de prêt-à-porter, comme Zara et H&M, ont rendu payant le renvoi de colis achetés sur Internet. Depuis fin avril par exemple, le géant espagnol déduit un montant de 1,95€ sur le remboursement lié au retour d'un article commandé en ligne. En cause notamment, la hausse du prix des livraisons, qui représente une charge supplémentaire pour les plateformes de e-commerce.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 juillet 2025

Selon une étude du Global Consumer Survey de Statista, de nombreux Européens ont l'habitude de retourner les produits qu'ils achètent en ligne. C'est particulièrement vrai en Allemagne et en Suisse, où plus de la moitié des internautes interrogés ont renvoyé au moins un article commandé sur Internet au cours des 12 mois ayant précédé l'enquête (menée d'avril 2021 à mars 2022). En France, comme en Italie, le taux de retour s'élevait à 39%. Cette pratique semble plus répandue chez les internautes indiens et chinois. Respectivement 73% et 66% d'entre eux ont déclaré avoir retourné un produit acheté sur Internet au cours de l'année écoulée.

Toujours selon les données de cette étude, les produits les plus fréquemment renvoyés par les consommateurs français l'année dernière étaient les vêtements et les chaussures. En comparaison avec l'Inde et la Chine, la majorité des renvois concernent également les articles de mode, mais les internautes de ces pays sont par exemple plus enclins à retourner de l'équipement électronique.

De Tristan Gaudiaut pour Statista

Les pépites européennes de l'e-commerce

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 juillet 2025

Après avoir atteint en avance l'objectif de voire éclore 25 licornes françaises, un nouveau cap vient d'être fixé par l'Elysée pour la French Tech : faire émerger « dix géants technologiques d'ici à 2030 au niveau européen ». Si l'écosystème des start-ups tricolores se porte bien, aucune d'entre elles ne fait encore partie du top 10 des pépites européennes les mieux valorisées. Un classement actuellement dominé par les FinTech (solutions de paiement en ligne, néo-banques, etc.), avec en tête la suédoise Klarna et les

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 juillet 2025

britanniques Checkout.com et Revolut, qui affichent des valorisations comprises entre 30 et 45 milliards de dollars.

Mais si l'on regarde les données par secteur, on remarque que la French Tech sort du lot en Europe dans un domaine spécifique : le commerce électronique. Comme le montre notre graphique basé sur des données de CB Insights, dans la catégorie « e-commerce/vente directe aux consommateurs », cinq des huit pépites européennes les mieux valorisées sont françaises. Valorisée 5,7 milliards de dollars, Back Market arrive en première position. Le spécialiste de la vente d'appareils électroniques reconditionnés est également la start-up la mieux valorisée dans l'Hexagone à l'heure actuelle. Sur le podium, on retrouve l'application lituanienne de vente de vêtements d'occasion, Vinted (4,5 milliards de dollars), ainsi que la plateforme française de cartes NFT à collectionner, Sorare (4,3 milliards de dollars). Le spécialiste tricolore des marketplaces Mirakl et la start-up allemande Gorillas (livraison de courses) complètent le top 5.

De Tristan Gaudiaut pour Statista

Les réveils de L'Aurav : 'Quelles logiques territoriales pour le e-commerce

Les réveils de l'Aurav (Agence d'urbanisme Rhône Avignon Vaucluse) proposent de faire le point et d'échanger sur un sujet concernant l'aménagement des territoires ou le mode de vie de leurs habitants et dans un format court. Ce webinaire matinal s'adresse aux élus, techniciens des collectivités et socio-professionnels.

Au programme
• Les formes physiques du e-commerce dans le bassin de vie d'Avignon avec Cyrille Genre-Grandpierre et Alain Richaud, enseignants-chercheurs à l'UMR Espace – département de géographie-aménagement, Avignon Université.
• Les effets du e-commerce en matière d'aménagement territorial : étude de cas en Région Auvergne-Rhône-Alpes, avecJulien Clémenti et Clément Devreton, Agence d'urbanisme de la région grenobloise.

Les infos pratiques
Les réveils de l'Aurav (Agence d'urbanisme Rhône-Avignon-Vaucluse). Jeudi 25 novembre 2021 de 8h45 à 9h30. En webinaire.
Inscription aurav@aurav.org Renseignements auprès d'Anne-Lise Bénard, Directrice d'études observation territoriale et socio-économique. anne-lise.benard@aurav.org / 06 61 18 56 62

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

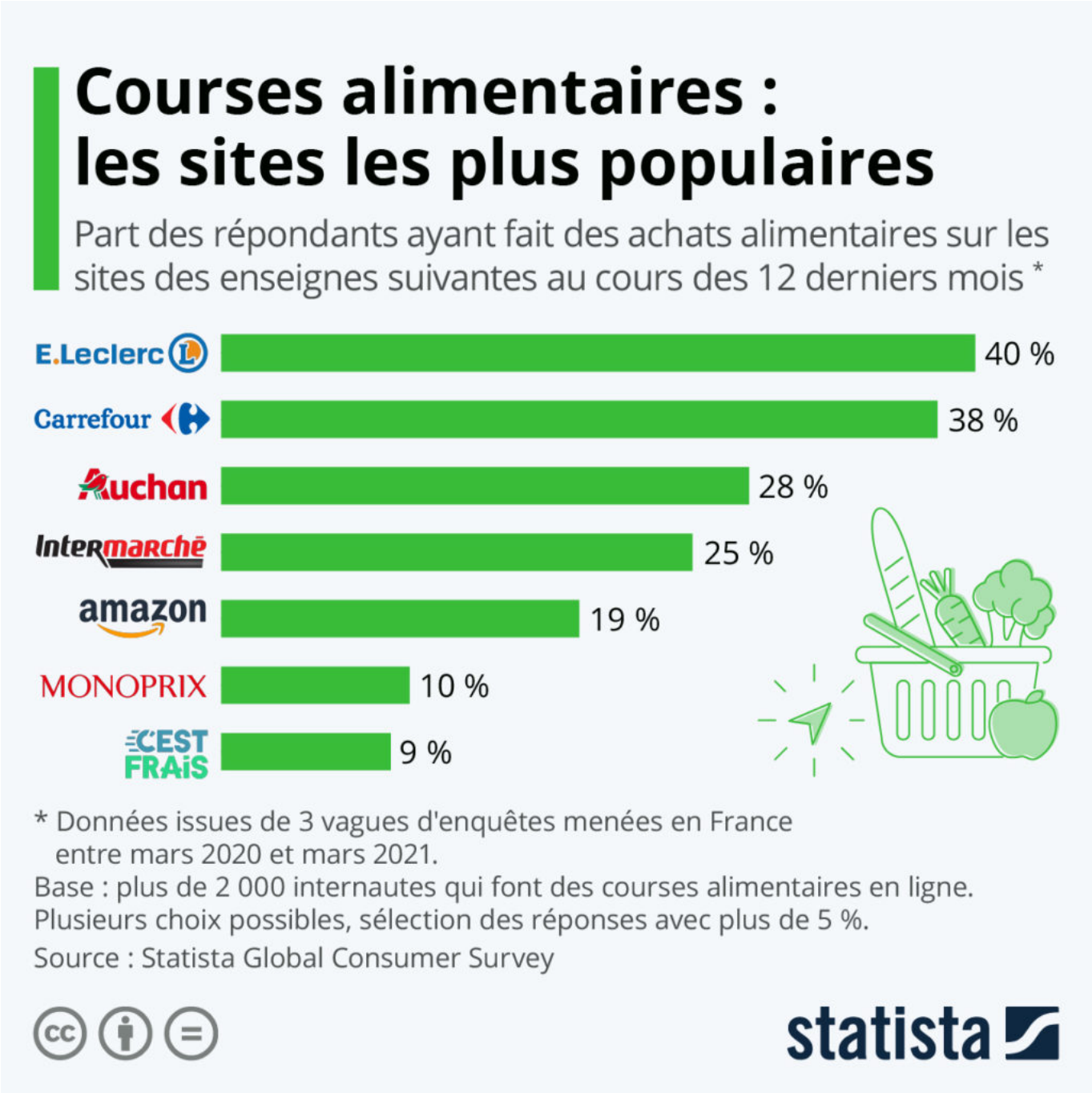
Ecrit par le 14 juillet 2025

Webinaire : Le e-commerce : quelles logiques territoriales ? ***Lien de la visio : https://us06web.zoom.us/j/84476895855***
MH

E-commerce alimentaire : les enseignes les plus populaires en France

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 juillet 2025



Qu'il s'agisse de faire ses courses alimentaires en magasin ou sur Internet, les deux géants de la grande distribution, E.Leclerc et Carrefour, restent les enseignes les plus populaires en France. Selon les données du Statista Global Consumer Survey, respectivement 40 % et 38 % des Français qui achètent des produits alimentaires sur Internet ont utilisé le site de l'une et l'autre des enseignes au cours de l'année passée. Parmi les autres distributeurs ayant su affirmer leur présence en ligne ces dernières

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 14 juillet 2025

années, on retrouve Auchan (28 %) et Intermarché (25 %). Ces derniers devancent toujours le géant américain, Amazon (19 %), dont l'appétit pour le e-commerce alimentaire n'est plus un secret. Le groupe de Jeff Bezos a notamment récemment étendu son partenariat avec Monoprix et le groupe Casino, afin de développer dans l'Hexagone son service de livraison de denrées alimentaires avec Prime Now.

De Tristan Gaudiaut pour Statista

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 !