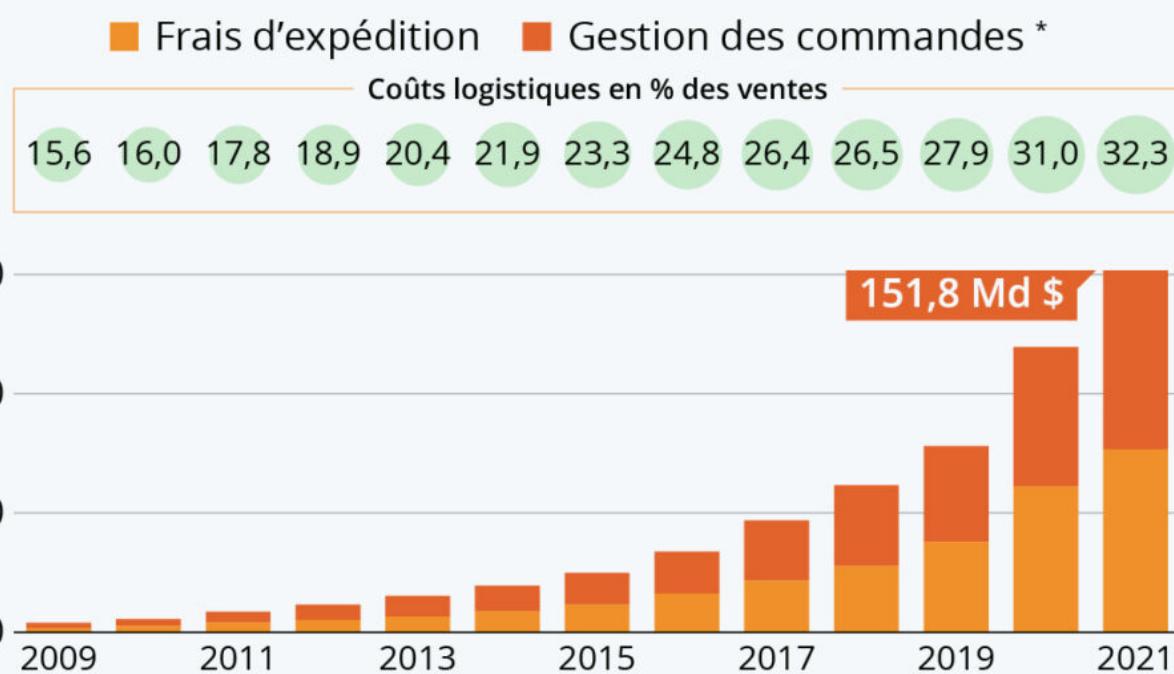


Ecrit par le 26 janvier 2026

L'escalade des coûts logistiques d'Amazon

L'escalade des coûts logistiques d'Amazon

Évolution des coûts logistiques d'Amazon en milliards de dollars et pourcentage du chiffre d'affaires



* Coûts d'exploitation et de personnel des centres de traitement, service client et magasins physiques, ainsi que frais de traitement des paiements.

Source : Amazon



statista

Six mois après avoir augmenté les tarifs de son abonnement Prime aux États-Unis de plus de 15 %,

Ecrit par le 26 janvier 2026

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 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 %.

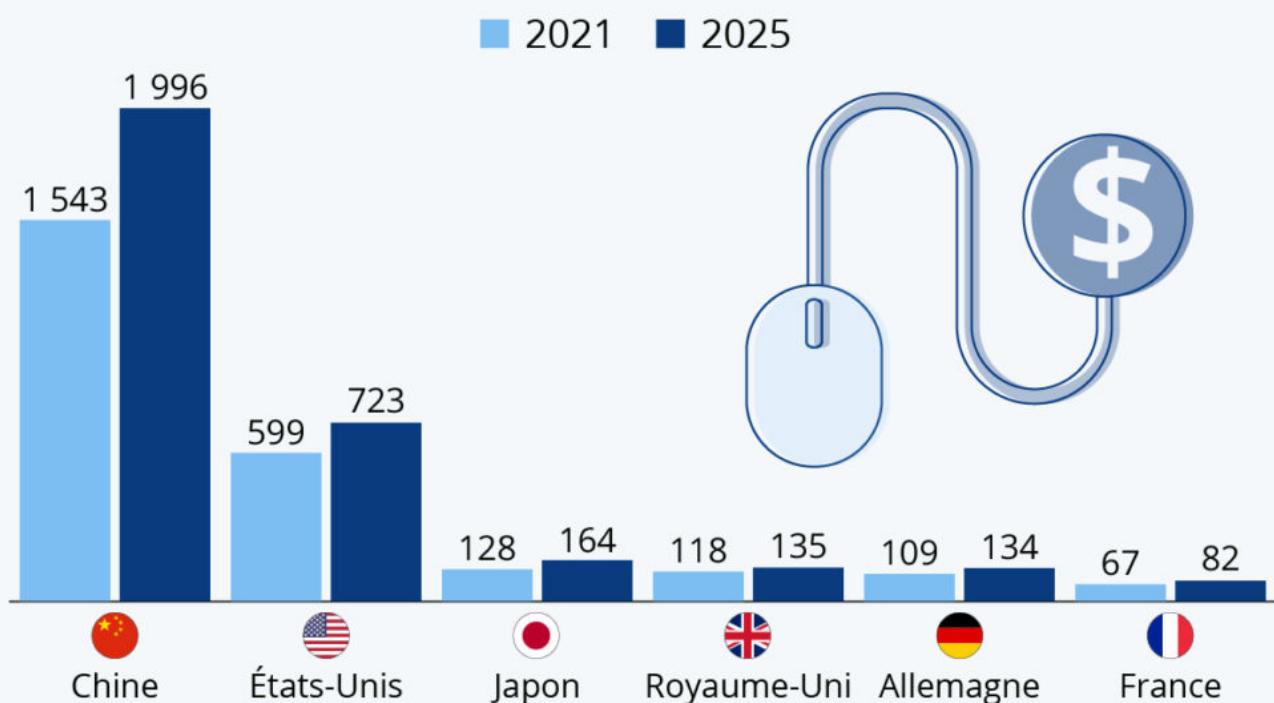
De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

L'e-commerce poursuit son ascension

Ecrit par le 26 janvier 2026

L'inexorable ascension de l'e-commerce

Revenus générés par le commerce en ligne,
en milliards de dollars US *



* estimations. Chiffres arrondis.

Source : Statista Digital Market Outlook



statista

Au cours des dernières années - et d'autant plus avec la pandémie en cours - le [commerce en ligne](#) est devenu un élément indispensable du cadre mondial de la vente au détail. Tout comme de nombreuses autres industries, la vente au détail a subi une transformation substantielle suite à l'avènement d'Internet, et grâce à la numérisation continue de la vie moderne, les consommateurs d'une grande majorité des pays du monde profitent désormais des avantages des transactions en ligne. Alors que

Ecrit par le 26 janvier 2026

l'accès et l'adoption d'[Internet](#) augmentent rapidement dans le monde entier, le nombre d'acheteurs en ligne ne cesse de croître d'année en année. En 2020, plus de deux milliards de personnes ont acheté des biens ou des services en ligne.

Comme le met en avant notre graphique Statista, se basant sur des estimations issues de notre [Digital Market Outlook](#), le boom de l'e-commerce sera particulièrement visible en Chine et aux États-Unis au cours des prochaines années où les revenus générés devraient augmenter de près de 30 % d'ici 2025. Dans les pays européens, notamment en [France](#) et en Allemagne, cette croissance devrait être légèrement plus lente avec une hausse des revenus d'environ 22 % entre 2021 et 2025.

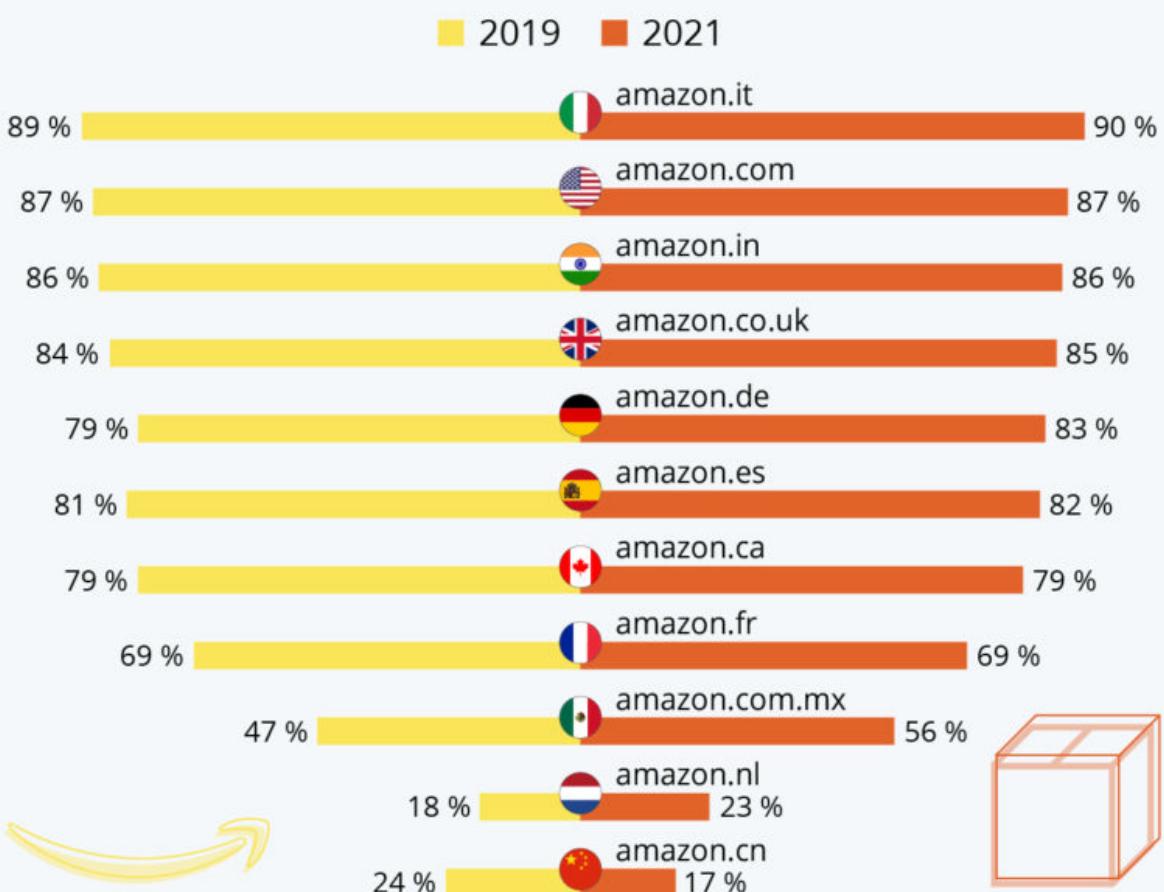
De Claire Jenik pour [Statista](#)

La popularité d'Amazon avant et après la pandémie

Ecrit par le 26 janvier 2026

La popularité d'Amazon avant et après la pandémie

Part des répondants ayant fait des achats sur Amazon au cours des douze derniers mois



Enquête menée ligne auprès de 25 100 adultes âgés de 18 à 64 ans en 2019 et de 27 660 en 2021. Les chiffres se réfèrent au nom de domaine propre à chaque pays. Sélection de pays.

Source : Statista Global Consumer Survey



statista

Ecrit par le 26 janvier 2026

Amazon, la [marque la plus puissante du monde](#), est devenue encore plus forte avec la pandémie, tout comme la plupart des entreprises du « [Big Tech](#) », telles que Apple, Google ou Facebook. Le géant du e-commerce a réalisé deux fois plus de bénéfices en 2020 qu'en 2019, et a même triplé ses profits au premier trimestre 2021. La hausse du commerce en ligne en raison des restrictions sanitaires et des confinements successifs a permis à [Amazon](#) d'augmenter ses ventes, non seulement sur son marché principal, les États-Unis, mais aussi dans le reste du monde.

Notre graphique montre l'évolution de la pénétration de la plateforme de [e-commerce](#) dans une sélection de pays, entre 2019, avant le déclenchement de la crise sanitaire, et 2021. D'après l'enquête mondiale menée dans le cadre du [Global Consumer Survey](#), l'utilisation d'Amazon a augmenté au sein de la population de six des onze marchés analysés, alors qu'elle est restée la même pour quatre d'entre eux et que seule la Chine a connu une baisse. Le Mexique a connu la plus forte hausse du taux de pénétration, avec 56 % des consommateurs qui disent avoir réalisé un achat sur Amazon au cours de l'année écoulée, contre 47 % en 2019. La plateforme est particulièrement populaire en Italie, aux États-Unis, en Inde, au Royaume-Uni, en Allemagne et en Espagne, où plus de 80 % des répondants déclarent l'avoir utilisé. En [France](#), le taux de pénétration d'Amazon est resté stable par rapport à 2019 et s'élève toujours à 69 %.

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

Un marché de Noël connecté dans le Vaucluse

Ecrit par le 26 janvier 2026



Afin de soutenir le commerce dans le département, le Conseil départemental de Vaucluse et son agence de développement 'Vaucluse Provence Attractivité', ainsi que les Offices du tourisme, la Chambre de Commerce et d'Industrie, la Chambre d'Agriculture, et la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, lancent un grand marché de Noël virtuel.

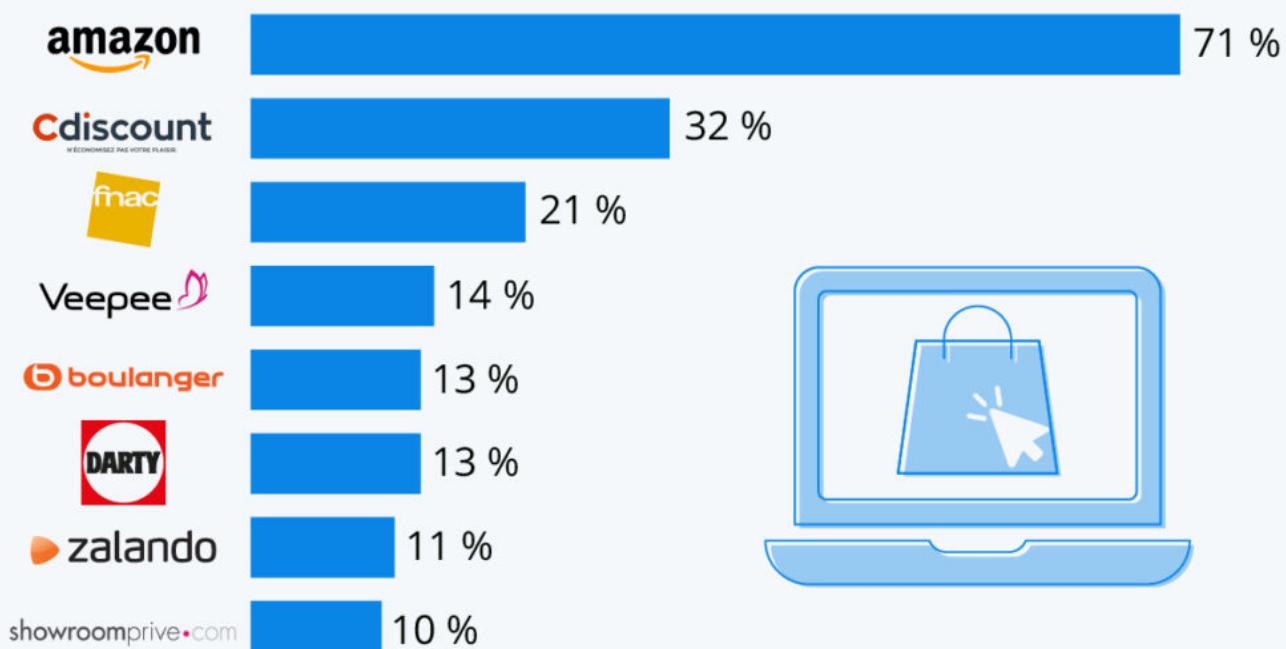
Baptisée '[Noël en Vaucluse-Provence](#)', la plateforme de e-commercialisation est mise à disposition par la société Coq-Trotteur, entreprise spécialisée dans la mise en œuvre de solutions numériques pour les acteurs du tourisme. Facile d'utilisation, la plateforme présente des produits authentiques et qualitatifs du Vaucluse, de la gastronomie jusqu'à l'artisanat d'art et permet d'effectuer une recherche par catégorie de produits (artisanat, gourmandises, vins et spiritueux, décoration...). Les artisans, créateurs ou producteurs dont l'activité reflète une identité provençale ainsi que les entreprises ayant leur siège social ou une activité prépondérante en Vaucluse peuvent s'y inscrire. De son côté de Département de Vaucluse espère donner un nouveau souffle à l'économie locale en cette période de crise sanitaire et a annoncé vouloir pérenniser la plateforme au-delà de cette période singulière.

Où les Français font leurs achats en ligne

Ecrit par le 26 janvier 2026

Où les Français font leurs achats en ligne

Part des répondants ayant acheté des produits sur les sites suivants au cours des douze derniers mois *



* Étude menée en juillet / août 2020 auprès de 12 500 internautes français âgés de 18 à 64 ans. Plusieurs réponses possibles, sélection de celles avec au moins 10 %.

Source : Statista Global Consumer Survey



statista

Avec le confinement et la fermeture de certaines boutiques considérées « non essentielles », la tenue du Black Friday 2020 cristallise les polémiques en France. Jeudi dernier, après la demande du gouvernement, Amazon France et d'autres enseignes ont accepté de reporter leur Black Friday au 4 décembre, souhaitant afficher leur solidarité avec les petits commerces encore fermés cette semaine.

Ecrit par le 26 janvier 2026

Outre les débats habituels sur cette grand-messe commerciale importée des Etats-Unis, la position dominante du géant du e-commerce se trouve également au centre de vives discussions ces dernières semaines. Le graphique de [Statista](#), basé sur les chiffres du [Statista Global Consumer Survey](#), offre un aperçu des plateformes de commerce en ligne les plus populaires en France, c'est à dire celles où le plus grand nombre de consommateurs réalisent leurs achats. Sans surprise, le site de Jeff Bezos figure très loin en tête : 71 % des Français interrogés ont utilisé Amazon.fr pour acheter des produits au cours de l'année passée (étude réalisée en juillet/août 2020). La suite du classement dévoile en revanche plusieurs e-commerçants tricolores. La plateforme du groupe Casino Cdiscount.com est deuxième avec 32 %, suivie de Fnac.com à 21 %. Mais si l'on tient compte de la reprise de Darty par la Fnac en 2016, le géant français de la distribution de produits culturels et électroniques se classe second avec un total cumulé de 34 % (dont 13 % pour Darty.com). Parmi les autres plateformes citées par plus de 10 % des répondants, on retrouve également Veepee.fr et Boulanger.com.

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

Rhône-Lez-Provence : ARG Solutions déploie sa marketplace

Ecrit par le 26 janvier 2026



La société Avignonnaise [ARG Solutions](#) lance une déclinaison de son application [Boutigo](#) pour la communauté de communes Rhône-Lez-Provence. Avec 'Click & collect Rhône-Lez-Provence', les communes de Bollène, Mondragon, Lapalud, Lamotte-du-Rhône et Mornas disposent désormais d'une plateforme d'achat en ligne dédiée au commerce local.

A l'heure où la crise sanitaire impacte profondément le commerce local, la société ARG Solution, via son application numérique Boutigo, continue de se déployer sur le territoire. Ainsi, après avoir créé une [marketplace pour les Halles d'Avignon](#), la société de Fabien Hernandez et Romain Farget s'allie avec la communauté de communes Rhône-Lez-Provence pour proposer '[Click & collect Rhône-Lez-Provence](#)', une place de marché digitale qui permettra, d'une part, à tout un chacun de pouvoir commander en ligne, et d'autre part aux commerçants des communes concernées de se faire connaître ainsi que leurs produits.

« Face à l'urgence de la situation actuelle et confronté, en pleine période des achats de Noël à la fermeture de nos commerces non alimentaires, je crois profondément que seule une action cohérente, solidaire et volontariste peut constituer un remède efficace à nos difficultés actuelles », a déclaré Anthony Zilio, le président de la Communauté de Communes Rhône-Lez-Provence. « 'Click & collect Rhône-Lez-Provence' représente un outil moderne de développement économique au service de nos

Ecrit par le 26 janvier 2026

commerçants et de nos habitants, doté de toutes les applications adaptées à nos attentes (vitrines en ligne, click and collect, livraisons...) afin de consommer et de 'savourer local'. »

A noter qu'une plateforme similaire baptisée '[Mes commerces l'Islois chez moi](#)', toujours développée par ARG Solutions, vient d'être lancée à l'Isle-sur-la-Sorgue.

Lancement du site 'Click & Vaison Ventoux', vos vitrines en ligne



La Communauté de communes Vaison Ventoux, via son office de tourisme intercommunal, incite la population à consommer local et soutient ses commerçants en leur proposant une solution d'urgence

Ecrit par le 26 janvier 2026

pour leur permettre de maintenir une activité à l'approche des fêtes de fin d'année. Pour cela, elle met gratuitement à disposition des acteurs locaux de l'ensemble des villages du territoire une plateforme solidaire de vente en ligne développée par son partenaire 'Coq Trotteur' avec un site dédié : www.click.vaison-ventoux.fr

Consommer local : «On trouve tout en Vaison Ventoux !»

Plus de 80 commerçants ont répondu présents et ont commencé à mettre en ligne leurs produits sur le site Click & Vaison Ventoux. La boutique est accessible dès ce week-end (21 novembre) avec une sélection de prêt-à-porter, d'artisanat, d'art, de déco, de jouets, de produits du terroir, de produits de bouche festifs, des livres et abonnements de magazines, des bons cadeaux d'activité... des idées originales et même quelquefois insolites pour offrir ses cadeaux de Noël et préparer ses repas de fête. « Nous avons mis en place une solution d'urgence dédiée aux commerces du territoire pour leur permettre de mettre en lumière leurs produits notamment à l'approche des fêtes de fin d'année », explique Jean-Pierre Larguier, président de la communauté de communes Vaison Ventoux qui espère que le site « incitera les personnes à consommer localement. »

Consommer local

L'idée est simple : découvrir et acheter tout ce qui se produit en local, sur l'ensemble des communes en Vaison Ventoux afin que les consommateurs ne réalisent pas leurs cadeaux sur les géants du net. L'objectif est de générer un réflexe chez le consommateur de la région.

Un site de vente complémentaire

Ce marché de Noël en ligne intercommunal est proposé en complément des sites de vente et autres Click & Collect individuels déjà utilisés par des commerçants. Une fois la commande passée, il est possible de se faire livrer par la Poste ou d'aller directement retirer sur place ses achats. Ainsi ce nouveau site ne vient pas en concurrence de l'existant mais offre une visibilité supplémentaire aux internautes qui peuvent découvrir, sur un même site, les offres de tout le territoire.

Pourquoi le choix de Coq trotteur ?

Il existe de nombreuses solutions pour la vente en ligne. Il n'est pas facile de s'y retrouver pour les commerçants. Aussi la communauté de communes a-t-elle fait le choix d'une solution de proximité, gratuite, avec un partenaire et en mettant en place un véritable accompagnement avec les équipes de l'office de tourisme, mobilisées pour aider les commerçants dans leur démarche. La plateforme Coq Trotteur a été conçue avec les territoires touristiques, un projet financé avec le concours de l'Union Européenne et la Région Sud Provence Alpes Côte d'Azur. L'Office de tourisme Vaison Ventoux utilise Coq trotteur depuis cet été permettant de découvrir les activités partenaires et de les réserver en ligne via un parcours élaboré sur mesure.

Extension vers un marché de Noël

Le Coq Trotteur a proposé de développer son application gratuite et solidaire vers une vitrine de Noël locale. Il s'agit de la création d'une boutique collaborative et ouverte à tous. Le service est gratuit. Seuls sont appliqués 5% de frais de transaction et d'hébergement de la plateforme pour les commerçants.



Ecrit par le 26 janvier 2026

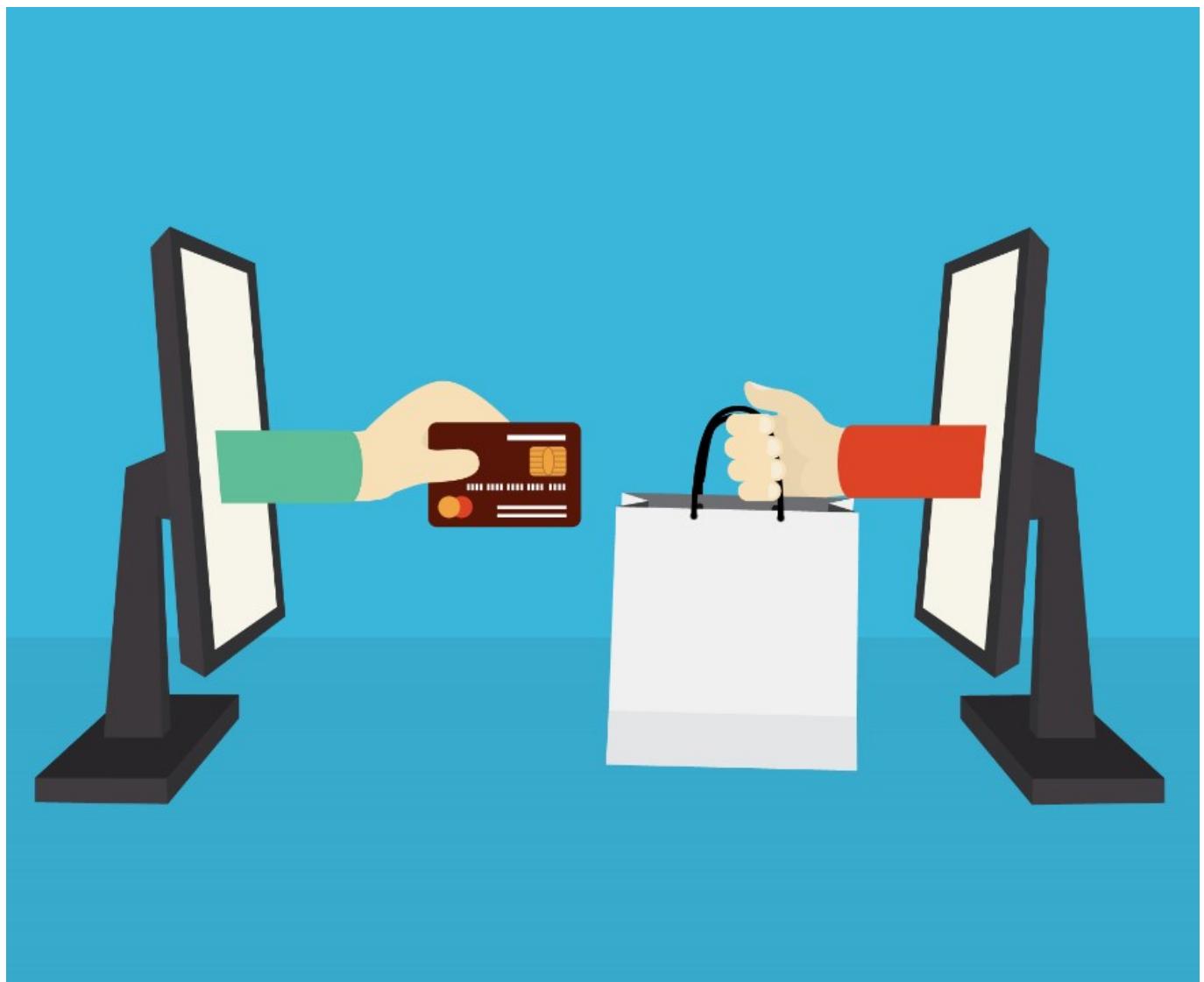
A noter qu'un site similaire pour les restaurants faisant de la vente à emporter est en cours d'élaboration. Ce dernier devrait être en ligne d'ici une semaine.

Infos pratiques commerçants

Les commerces souhaitant rejoindre la boutique intercommunale en ligne sont invités à se rapprocher de l'Office de Tourisme par téléphone au 04 90 36 02 11, du lundi au vendredi de 9h30 à 12h et de 13h à 17h, ou par email à contact@vaison-ventoux-tourisme.com

CCI de Vaucluse : osez le 'click and collect'

Ecrit par le 26 janvier 2026



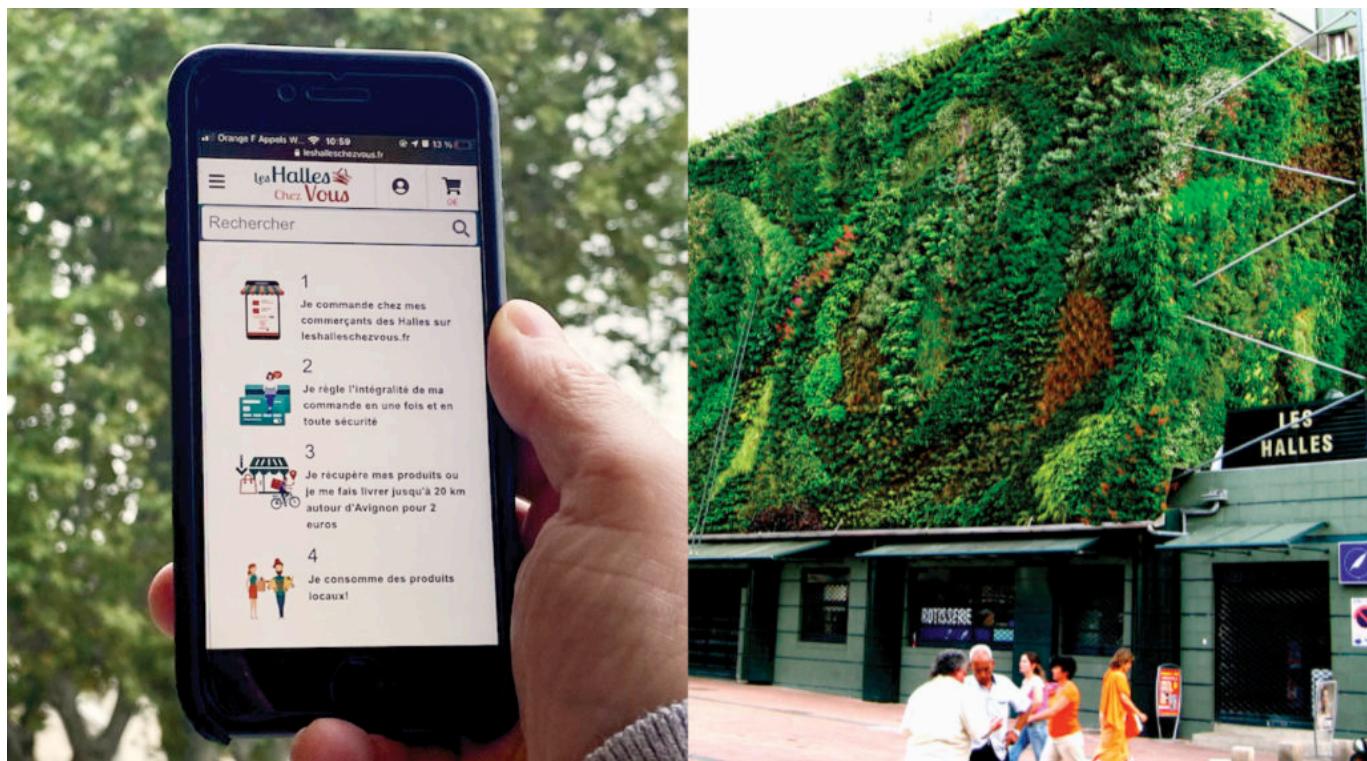
Avec la nouvelle période de confinement qui débute, la [Chambre de commerce et d'industrie \(CCI\) de Vaucluse](#) appelle les petits commerçants à développer le 'click and collect' tout en invitant les consommateurs à sortir de chez eux pour retirer les achats effectués auprès de ces derniers.

Suite à l'action menée par CCI France auprès du gouvernement, la CCI de Vaucluse a souhaité attirer l'attention des consommateurs sur l'autorisation d'effectuer et de retirer des achats, au-delà des produits de première nécessité, dès lors que les commerces ont mis en place des drives ou des corners de 'click and collect' (commande préalable par internet) ou process de commande par téléphone garantissant le respect des consignes sanitaires. Par ailleurs, dans les prochains jours, la CCI va mettre en place des solutions numériques simples et adaptées pour permettre à tous les commerces impactés par la crise de poursuivre leur activité.

Ecrit par le 26 janvier 2026

Pour toute question, commerçants et artisans peuvent prendre contact avec la cellule d'appui aux entreprises de la CCI de Vaucluse au 04 90 14 10 32 ou par mail : celluleappui@vaucluse.cci.fr

Les Halles d'Avignon à portée de main, c'est désormais possible avec Boutigo



Depuis fin septembre, commander les produits frais des [Halles d'Avignon](#) depuis son ordinateur ou son smartphone est désormais réalisable. Avec '[Les Halles chez vous](#)', les commerçants bénéficient d'une vitrine 2.0, déclinaison de l'application numérique '[Boutigo](#)' que l'on doit à la société avignonnaise [ARG Solutions](#).

S'adapter aux bouleversements provoqués par la crise sanitaire ainsi qu'aux nouveaux modes de consommation, telles sont les motivations qui ont poussé les commerçants des Halles d'Avignon à créer leur place de marché numérique. Une initiative née durant la période de confinement lorsque les

Ecrit par le 26 janvier 2026

commerçants des Halles, obligés de baisser le rideau, ont dû se réorganiser afin de pouvoir livrer eux-mêmes leurs clients. « Pour maintenir nos activités, nous avons dû nous adapter afin de continuer à proposer un service minimum envers nos clients durant le confinement, explique Nathalie Roucaute, commerçante 'Le jardin des coquillages' et présidente de l'association des commerçants des Halles. C'est alors qu'est née l'idée de créer ensemble un site e-commerce qui s'adresserait à tout le monde, à ceux qui n'ont pas la possibilité de venir aux halles, soit pour des questions d'accessibilité, soit par manque de temps. »

«L'objectif est d'arriver à fidéliser une nouvelle clientèle d'actifs qui ne prennent plus le temps de se rendre aux Halles»

Une initiative qui va rapidement trouver écho auprès d'Isabelle Scotto, commerçante qui tient le primeur 'Sources de vie', et qui porte en elle depuis un certain temps l'idée de créer un service de livraison spécifique aux Halles d'Avignon. Pour donner vie à la plateforme, elle va alors se rapprocher d'ARG Solutions, société Avignonnaise spécialisée dans le développement de logiciels à destination des collectivités, qui développe depuis deux ans 'Boutigo', une application numérique à destination des commerces de proximité, à la fois vitrine digitale pour les commerçants et solution e-commerce pour les consommateurs puisqu'elle leur présente les produits et services à proximité de chez eux. « Nos modes de consommation ont évolué ces dernières années et nous sommes de plus en plus nombreux à privilégier l'achat de produits locaux, explique [Fabien Hernandez](#), dirigeant associé d'ARG Solutions aux côtés de [Romain Farget](#). La crise sanitaire que nous traversons confirme l'importance de la visibilité numérique pour le commerçant qui souhaite maintenir son activité commerciale alors que sa clientèle se fait plus rare en magasin. Avec 'Les Halles chez vous', nous avons eu à cœur de proposer un site qui reflète l'esprit des Halles d'Avignon et de ses commerces. »

Primeur, boulanger, boucher, poissonnier, fromager, fleuriste... Ils sont pour le moment 17 commerçants des Halles à s'être inscrits sur la plateforme. Fluide et simple d'utilisation même pour les non-initiés, le site présente des fiches détaillées de chaque produit disponible sur les étals des commerçants qui bénéficient en outre d'une mise en lumière à travers de petits portraits de présentation. Ergonomique, le site propose également une recherche par type de produits et, pour plus de facilité, il est possible de régler ses achats en une seule fois même si l'on a passé commande auprès de plusieurs commerçants. Quant à la livraison, l'acheteur a la possibilité de venir retirer ses produits sur place après avoir renseigné un créneau horaire sur le site, ou bien de se faire livrer chez lui dans un rayon de 20 kilomètres autour d'Avignon pour un coût de la livraison de 2 €, quel que soit le montant de son panier.

« Au-delà de l'aspect pratique, l'objectif est d'arriver à sensibiliser et à fidéliser une nouvelle clientèle d'actifs qui ne prennent pas ou plus le temps de se rendre aux Halles », souligne Fabien Hernandez qui a conçu le site comme un outil complémentaire aux Halles physiques. Après avoir fêté leurs 120 ans l'an dernier, les Halles entament la nouvelle décennie sous le signe du numérique via cette marketplace qui ouvre un nouveau chapitre de son histoire.

Ecrit par le 26 janvier 2026

www.leshalleschezvous.fr

'Boutigo', l'appli qui soutient le commerce de proximité

Fondée en 2011 par Fabien Hernandez et Romain Farget, ARG Solutions est une société spécialisée dans la création de logiciels et sites internet à destination des collectivités et des entreprises locales. Implantée au cœur du technopôle Agroparc, la société, qui emploie à ce jour 26 collaborateurs et compte plus de 500 clients, développe depuis deux 'Boutigo' (Boutique en Provençal), une application née de la volonté de proposer un outil numérique sous forme de marché en ligne non pas destiné à se substituer au commerce de proximité mais qui viendrait au contraire épauler les commerçants en insufflant une visibilité numérique supplémentaire, source de nouveaux publics.

Après avoir été testé à Châteaurenard, l'appli se déploie progressivement sur Piolenc, et sera présente à Uchaux d'ici la fin de l'année. « Nous sommes actuellement dans la phase d'accompagnement des commerçants, explique Fabien Hernandez. Concernant Uchaux, beaucoup de domaines viticoles et de producteurs-maraîchers souhaitent proposer leurs produits à la vente directe via la marketplace de la commune qui référencera également toutes les activités liées à l'hébergement. On sent une réelle implication de la part de la commune qui souhaite communiquer sur l'existence et le savoir-faire de ses commerçants et producteurs. » De nombreuses municipalités vauclusiennes (dont Courthézon, l'Isle-sur-la-Sorgue, Camaret) ont manifesté leur intérêt auprès de la société pour une présentation de 'Boutigo'.

www.monboutigo.fr

'ARG Académie', pour former aux métiers du e-commerce

Bénéficiant d'une expérience notable dans le développement de sites de vente en ligne auprès des commerçants, ARG Solutions lance cette année 'ARG Académie', une offre de formation pour les personnes en recherche d'emploi. Après avoir aménagé un espace dédié dans ses locaux, une première session entamée début septembre a permis d'accueillir 12 personnes en reconversion professionnelle inscrites à Pôle emploi. « Nous allons les former au métier de 'coach e-commerce' durant trois mois, explique Fabien Hernandez. C'est un métier hybride entre la relation client physique et le travail sur le marketing digital pour apprendre à vendre en ligne et en boutique. Nous proposons une formation qualifiante à l'issue de laquelle sera organisé un job-dating où nous allons inviter nos clients commerçants qui ont des besoins de recrutement, que ce soit pour de la vente au comptoir ou de l'aide dans la digitalisation de leur activité. »

www.argacademie.fr