

# « Prime Now », le nouveau défi d'Amazon à Paris

Le géant américain vient de lancer « Prime Now », son service de livraison express en une heure de produits du quotidien, à Paris et dans certaines villes de la petite couronne. Stratégique pour l'e-marchand, c'est aussi un défi pour ses concurrents. Analyse des enjeux, interview du patron d'Amazon France et visite en images de l'entrepôt parisien.

**R**évolution en vue sur le marché parisien de la livraison à domicile. Amazon a déployé jeudi 16 juin, à Paris et en petite couronne, « Prime Now », le fleuron de ses services de livraison. Réservé aux clients abonnés à son programme Premium, « Prime

Now » permet d'être livré à domicile, en une heure, sept jours sur sept de 8 heures du matin à 22 heures, pour 5,90 € seulement. Trois arrondissements (les XIII<sup>e</sup>, XIV<sup>e</sup> et XV<sup>e</sup>) et certaines villes de petite couronne devront encore patienter – et ne pourront prétendre qu'à la livraison gratuite sous deux heures –, car trop éloignés de l'entrepôt de 4 000 m<sup>2</sup>, situé dans le XVIII<sup>e</sup> arrondissement de la capitale.

Une performance logistique qui repose sur 75 personnes, capables de préparer une commande en cinq minutes montre en main, démonstration à l'appui, à l'occasion de la visite de la structure accordée à LSA (voir photos ci-dessous). Afin d'assurer un service fiable, quelques semaines avant le lancement d'Amazon

Prime Now, le groupe avait dépêché des collaborateurs venus des États-Unis, d'Angleterre ou d'Allemagne ayant déjà éprouvé le service afin de prodiguer des conseils et dupliquer les bonnes pratiques. Cette expertise logistique qui permet au groupe de livrer en une heure, peu de distributeurs peuvent s'en targuer.

### Cdiscount, le principal challenger

« Nous regardons de près l'intérêt de la livraison en une heure. Une heure c'est peu. Nous devons au préalable nous assurer de la fiabilité du dispositif, car on ne peut pas se permettre une faisabilité à 90 % », expliquait Daniel Malouf, directeur général et e-commerce d'Auchan, à l'occasion du congrès omnicanal de LSA, le 31 mai dernier. Trois semaines plus tard, il se fait griller la politesse. Tout au mieux la Fnac propose-t-elle un retrait en une heure dans ses points de vente, tandis que Darty est capable de livrer à domicile en moins de trois heures. Dans l'alimentaire, le principal challenger d'Amazon sur internet, Cdiscount, a, lui, lancé en décembre 2015

## LES COULISSES DE L'ENTREPÔT PARISIEN



### L'OBSESSION CLIENT

Cette valeur clé du groupe est mise en avant dans la « Slam Zone », présentée comme le poumon de l'entrepôt. C'est à cet endroit qu'apparaissent sur un écran géant les commandes des clients, notamment.

### 18 000 RÉFÉRENCES EN STOCK

L'offre se compose de produits alimentaires et non alimentaires répartis de manière hétérogène dans l'entrepôt avec de grandes marques, comme Belin, LU, Kinder, ou encore Nescafé.



### PLACE AUX PRODUITS VOLUMINEUX

Eaux plates ou gazeuses, sodas, boissons alcoolisées... Une partie de l'entrepôt – près de la moitié de sa superficie – est dédiée au stockage des produits volumineux.



1

Une offre réservée  
aux abonnés  
« Premium »

2

Des produits  
alimentaires et  
non alimentaires

3

La livraison  
en une heure  
pour 5,90 €

© AMAZON

un service de livraison à domicile de produits frais en une heure et demie à Paris, à Levallois-Perret et à Neuilly-sur-Seine (92).

#### Pérenniser le modèle

Pour Amazon, c'est un pari à double tranchant : soit l'e-marchand parvient à asseoir son autorité en la matière et à gagner la confiance de ses clients et, auquel

cas, remportera son pari, soit Prime Now ne rencontre pas son public, et l'initiative pourrait alors faire un flop. Mais c'est certain, ses premiers pas dans la livraison rapide parisienne seront scrutés de près par une concurrence qui, pour l'heure, doute encore de la viabilité du modèle. Auchandirect, Ooshop et houra.fr ne réaliseraient ensemble qu'environ 300 millions d'euros de chiffre d'affaires grâce à la livraison

#### INFORMATIONS CLIENTS

Une fois prêtes, les commandes sont emballées dans un sac cartonné. Une étiquette comporte toutes les informations client, dont l'adresse et la tranche horaire auxquelles il doit être livré.



#### SACS RÉFRIGÉRÉS

Respect de la chaîne du froid oblige, les commandes en produits frais sont emballées dans des sacs réfrigérés brandés « Prime Now », emblématiques de ce service.

#### UN CAMION DE LIVRAISON « PRIME NOW »



PHOTOS AMAZON, FRANÇOIS DESCHAMPS

« Chercher ses articles en magasin c'est bien, les recevoir chez soi très rapidement, c'est mieux »

# Frédéric Duval

Directeur général d'Amazon France

**LSA - Quelle réflexion a guidé votre stratégie de déploiement?**

**Frédéric Duval** - C'est le reflet d'une stratégie mondiale, et long-termiste. Prime Now est opérationnel dans 44 villes, aux États-Unis, en Allemagne, en Italie et en Angleterre. Cette stratégie a été lancée il y a un an et demi, et Paris s'inscrit dans la continuité naturelle de cette stratégie qui consiste à répondre à des besoins fondamentaux de nos clients : un large choix, des prix justes, et des livraisons rapides

et fiables. Ces besoins croisent des vies toujours plus actives, plus mobiles. Et Prime Now répond à ces besoins.

**LSA - L'offre se compose de 18000 références. Comment l'assortiment a-t-il été élaboré?**

**F. D.** - Nous nous nourrissons de notre expérience dans les 44 villes où Prime Now est déjà opérationnel. Nous disposons d'une ventilation des produits pour chaque ville, qui, évidemment, est diffé-

rente selon le milieu urbain. Nous nous appuyons également sur les ventes réalisées sur le site Amazon en France. Pour autant, nous savons bien que le mode de livraison de Prime Now ne répond pas aux mêmes attentes clients que dans le retail classique, donc l'offre est travaillée au regard de cette réalité. Enfin, nous allons attendre de voir comment les Parisiens accueillent l'offre que nous avons construite, et procéderons à des ajustements si nécessaire.

■■■■■ à Paris avec leurs trois sites marchands de produits alimentaires – à raison d'environ 100 millions d'euros pour chacun. Mais pour Frédéric Duval, directeur général d'Amazon pour la France, Prime Now répond pourtant à un vrai besoin des clients et, à n'en pas douter, est voué à connaître le succès : *« Un large choix, des prix justes, et des livraisons rapides et fiables. Ces besoins croisent des vies toujours plus actives et plus mobiles »* (lire interview ci-dessus). C'est aussi au regard de cette réalité, que l'offre de produits a été construite.

### Accès sur tablettes et smartphones

La largeur de l'assortiment proposé dans le cadre de Prime Now ne doit rien au hasard. Là où Auchandirect propose 7500 références sur sa plateforme marchande, et le pure player anglais Ocado en annonce plus de 40000, Amazon a misé pour Paris sur 18000 produits. Soit un quasi mi-chemin entre le premier et le second. Autre particularité, Prime Now

n'est accessible que via une application dédiée, sur smartphones et tablettes, tandis que la plupart de ses concurrents ne disposent que d'un site internet accessible sur ordinateurs. Depuis cette application, les clients de l'e-marchand peuvent donc accéder à des produits culturels (CD, Blu-ray, livres), high-tech, produits d'entretien, ou articles d'hygiène et beauté, etc. Mais peuvent également se fournir en produits alimentaires. Depuis le simple paquet de pâtes jusqu'aux packs d'eau, en passant par des condiments, du riz, de la confiserie, des biscuits apéritifs, mais aussi des boissons alcoolisées, du pain frais de chez Éric Kayser, des fruits et légumes en provenance de Run-

gis et du groupe Mandar, de la viande, des produits frais comme les laitages et un assortiment de surgelés, près de 4000 références sont ainsi dédiées à l'alimentaire. Pour cela, Amazon a contracté des partenariats avec des industriels majeurs, comme Nestlé, afin de proposer des marques telles que Badoit et Volvic,

44

Le nombre de villes dans le monde où Prime Now est opérationnel

Source : société



© AMAZON

### LSA - Quels sont vos objectifs pour ce service ?

**F. D.** - Je n'ai pas d'objectifs à proprement parler. Ni en termes de chiffre d'affaires ni en nombre de commandes réalisées. Je souhaite que l'engouement pour Prime Now soit maximum. Nous voulons montrer à nos clients abonnés au programme Premium que ce service continue de s'enrichir avec une nouvelle offre, qui permet plus de flexibilité dans leur vie quotidienne grâce à la livraison en une heure. Chaque abonné Premium recevra un e-mail afin de l'informer qu'il est éligible à ce service.

### LSA - La livraison en une heure est facturée 5,90 €. Comment ce tarif a-t-il été calculé ? Les Français habitués à la gratuité de la livraison dans l'e-commerce, sont-ils prêts à payer pour un tel service ?

**F. D.** - Ce prix est le reflet des coûts engendrés par une livraison

express en une heure. La somme de 5,90 € ne concerne que nos clients qui souhaitent bénéficier d'une livraison ultrarapide. Et c'est un service exceptionnel, sachant que, en moyenne, il se passe trente-six minutes entre le moment où la commande est passée et celui où elle arrive à domicile. Nos clients qui ne souhaitent pas payer une telle somme pourront bénéficier de la gratuité, à condition d'accepter d'être livrés en deux heures.

### LSA - Le marché de l'e-commerce alimentaire à Paris livré à domicile, estimé à 300 millions d'euros, n'est pas rentable. Le jeu en vaut-il vraiment la chandelle ?

**F. D.** - Absolument, car c'est avant tout la réponse à une attente client. Aller chercher ses articles en magasin c'est bien, mais les recevoir chez soi très rapidement, c'est mieux. ■■

PROPOS RECUEILLIS PAR F. D.

Sodebo, Charal, Mikado, Barilla, Smarties, ou encore McCain et Häagen-Dazs pour les surgelés. Du beau monde. Pour l'élaboration de l'offre, l'e-marchand s'est nourri de son expérience dans les 44 villes à travers le monde (aux États-Unis, Royaume-Uni, Allemagne et Italie), où «Prime Now» est déjà déployé. Cerise sur le gâteau, il a aussi pu tirer les enseignements des ventes réalisées sur la plate-forme française.

### Un premier pas vers Amazon Fresh ?

Prudent, Amazon avance, en effet, pas à pas dans l'alimentaire, ses débuts en France ayant été marqués par le lancement en septembre 2015 d'une boutique dédiée, riche de 100 000 références en majorité issues de sa market place. C'est là une différence fondamentale avec l'offre Prime Now, uniquement composée de produits disponibles en stock. Autre différence notable, la présence de produits frais et de surgelés qui n'est pas sans rappeler un autre service du géant de l'e-

commerce: Amazon Fresh. Disponible, aujourd'hui, dans quelques villes américaines, il vient également d'être déployé à Londres. Mais Amazon Fresh ne commercialise que des produits alimentaires, à la différence de Prime Now, qui propose aussi du non-alimentaire. En Angleterre, Amazon Fresh repose sur une offre colossale de 130 000 références en produits d'épicerie, frais et surgelés. Tout comme Prime Now, il est réservé aux abonnés du programme Premium de l'e-marchand – dont le tarif s'élève à 79 £ par an au Royaume-Uni –, et nécessite de s'acquitter de frais supplémentaires de 6,99 £ (près de 9 €) par mois.

Si, pour l'heure, et selon les dires du directeur général d'Amazon France, il semble préférer se concentrer sur le développement de Prime Now, gageons que ce pourrait être là un bon moyen de tester l'appétence des Parisiens pour un service en ligne où tout, ou presque, en produits frais serait à portée de clics. ■■

FRANÇOIS DESCHAMPS

## 18000

Le nombre de références en stock

Source: société

**RETROUVEZ**  
NOTRE  
DOSSIER  
COMPLET  
SUR LSA.FR

