

Amazon, nouveau leader de l'e-

Au coude à coude avec Cdiscount dans notre baromètre précédent, cette fois, l'américain prend seul la tête des sites français d'e-commerce selon le classement établi par PriceWaterhouseCooper et Toluna pour LSA. Et ce ne serait que le début...

LES FAITS

■ **Amazon gagne du terrain** sur presque toutes les catégories et détrône désormais Cdiscount en tête du baromètre

EC30 des achats de biens de consommation en France.

■ **Pour autant, 9 des 10 premiers sites de**

notre classement obéissent à une logique multicanal; 8 étant avant tout des chaînes de magasins.

C'était attendu mais, cette fois, c'est quasi officiel: Amazon serait devenu le premier site d'e-commerce en France. Sur la période qui court de janvier à fin août 2014, le site américain prend la tête du baromètre EC30, qui mesure les niveaux d'activité des sites en France dans le domaine des biens de consommation. Alors qu'en 2013, Amazon et Cdiscount dominaient conjointement le peloton (avec un petit avantage pour le site de Casino), il semble cette fois que le site américain creuse l'écart au sein du groupe d'échappée... Derrière Amazon, leader donc avec un indice 100, Cdiscount suit 13 points après avec 87. Dans le top 5, Darty reste troisième, mais la Fnac dépasse Auchan.

Amazon premier? Pas vraiment une surprise pour Olivier Vialle, analyste chez PWC: «C'est logique. Amazon est déjà leader en Grande-Bretagne et en Alle-

agne, on se doutait que ce serait tôt ou tard le cas en France tant sa marge de progression était grande.»

« Tout sur un même site »

Ce qui est couronné dans ce classement, c'est finalement la stratégie de «tout sur un même site» du géant américain. Lorsque, en effet, on entre dans le détail des classements par catégories, Amazon est, à l'exception de l'alimentaire, à chaque fois présent dans le top 5. Premier évidemment dans les produits culturels, le site de Jeff Bezos est crédité d'une étonnante troisième place dans l'habillement, mais il est aussi présent dans l'électrodomestique (3^e), les cosmétiques (4^e) et l'équipement de la maison (5^e). Bref, Amazon est bien en train de devenir cet «hyper-marché» du web cher à son fondateur. *«Ils ont une vision de long terme et s'appuient habilement sur les autres commer-*

LES ENSEIGNES PHYSIQUES EN FORME

Classement des sites d'e-commerce en France, de janvier à août 2014, en indice 100 pour le leader, et évolution, en places, versus 2013

Rang	Enseigne	Évolution en places	Indice
1	Amazon	+ 1	100
2	Cdiscount	- 1	87
3	Darty	=	41
4	Fnac	+ 1	34
5	Auchan	- 1	31
6	Carrefour	+ 1	30
7	Leclerc	+ 2	26
8	Boulangier	- 2	24
9	La Redoute	- 1	24
10	Decathlon	+ 6	16
11	Conforama	+ 3	15
12	Vente-privée	- 1	15
13	3 Suisses	- 3	14
14	Rue du Commerce	- 2	13
15	eBay	- 2	13
16	Yves Rocher	- 1	11
17	Mistergooddeal	+ 1	10
18	PriceMinister	- 1	10
19	But	+ 4	9
20	Ikea	=	8
21	Le Bon Coin	- 2	8
22	Intermarché	*	8
23	Super U	+ 6	8
24	Kiabi	+ 3	7
25	Sephora	+ 1	7
26	Leroy Merlin	*	7
27	Cora	*	6
28	Zalando	- 4	6
29	Pixmania	- 8	5
30	Go Sport	*	4

Le classement EC30 sur les huit premiers mois de 2014 consacre la montée en puissance des enseignes physiques ou qui ont une stratégie multicanal très appuyée (comme Cdiscount): Decathlon et Super U gagnent 6 places, But 4, Conforama et Kiabi 3, Leclerc 2, par rapport à l'année 2013. La revanche des bons vieux distributeurs en dur, s'il n'y avait l'insolente domination d'Amazon, envers et contre tous, pure player.

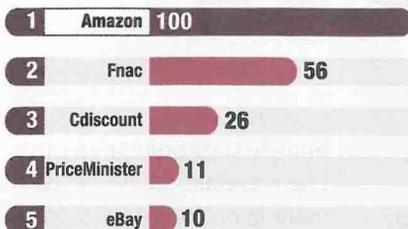
cants avec leur marketplace, analyse Olivier Vialle. Après, on peut critiquer leur politique sociale envers leurs salariés, mais leur succès est patent.» Hormis donc dans l'alimentaire, où Amazon occupe la 13^e place

commerce en France

CULTURE

LE ROYAUME D'AMAZON

Top 5 des e-commerçants de la culture, par cumul des dépenses sur la période janvier-août 2014 en indice (base 100 le leader)

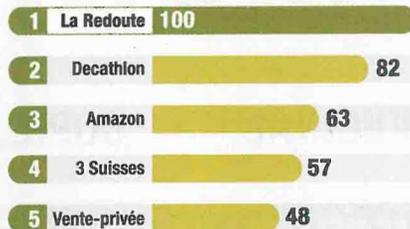


Sur son marché historique, Amazon ne cède pas et maintient son avance de 44 points d'indice sur la Fnac. À noter, le recul d'eBay, qui cède sa quatrième place à PriceMinister.

HABILLEMENT

LES VÉADISTES EN DANGER

Top 5 des e-commerçants de l'habillement, par cumul des dépenses sur la période janvier-août 2014 en indice (base 100 le leader)

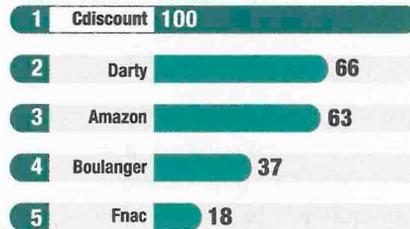


Toujours leader, La Redoute voit son avance sur Decathlon fondre de 20 points d'indice. Quant aux 3 Suisses, ils décrochent et perdent deux places. À noter, la performance d'Amazon, qui monte sur le podium pour la première fois.

HIGH-TECH, ÉLECTROMÉNAGER

CDISCOUNT TIENT LE CHOC

Top 5 des e-commerçants du high-tech et de l'électroménager, par cumul des dépenses sur la période janvier-août 2014 en indice (base 100 le leader)



Dépassé au global, le site de Casino conserve son leadership dans le secteur de l'électrodomestique devant le même duo composé par Darty et Amazon. À noter, le recul de Boulangier, - 13 pts d'indice, qui conserve sa quatrième place.

ÉQUIPEMENT DE LA MAISON

LA PERCÉE DE LEROY-MERLIN

Top 5 des e-commerçants de l'équipement de la maison, par cumul des dépenses sur la période janvier-août 2014 en indice (base 100 le leader)



Absent du précédent top 5, Leroy Merlin grimpe directement à la troisième place, profitant du décrochage de Conforama et de la mauvaise performance d'Amazon, toujours peu à l'aise sur les catégories de produits volumineux.

ALIMENTATION

LECLERC ENFIN LEADER

Top 5 des e-commerçants de l'alimentation, par cumul des dépenses sur la période janvier-août 2014 en indice (base 100 le leader)

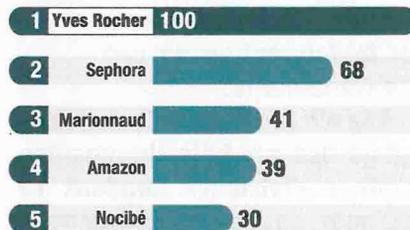


Derrière Auchan d'une courte tête dans le précédent classement, Leclerc dépasse désormais l'enseigne nordiste d'un cheveu. Carrefour ferme la marche de ce triumvirat archileader de l'e-commerce alimentaire.

ENTRETIEN BEAUTÉ

MARIONNAUD EN FORCE

Top 5 des e-commerçants de l'entreprise beauté, par cumul des dépenses sur la période janvier-août 2014 en indice (base 100 le leader)



Marionnaud s'adjuge la troisième place du classement, toujours dominé par Yves Rocher. Amazon réalise aussi une hausse de 20 pts d'indice, et qui devrait s'accroître, puisque le site a signé l'exclusivité des produits Elisabeth Arden en France.

de la catégorie. Logique dans un paysage où c'est le drive qui tire ce marché et qu'Amazon n'en fait pas.

Le multicanal à l'honneur

L'alimentaire est dominé par un triumvirat de distributeurs : Leclerc, Auchan et Carrefour loin, devant Système U, Intermarché et Cora. Et c'est donc Leclerc cette année qui prend la tête de ce classement et dé-



Toluna

pwc

LSA

passer pour la première fois Auchan. Même si l'enseigne de Landernau fait moins bien dans le classement général (du fait de sa faiblesse historique dans l'e-commerce non-alimentaire), elle «surperforme» dans l'alimentaire. Leclerc profite ici de la forte implantation de ses drives (plus de 500 à date) et de ses campagnes marketing soutenues. Globalement, le classement consacre les stratégies multi-

canal des enseignes. Dans le top 10, on retrouve neuf sites qui ne sont pas des pure players du web (comme Darty, Fnac et Decathlon), ou qui le furent, mais qui s'appuient désormais sur un réseau de magasin (le cas de Cdiscount). La seule exception, mais elle est notable, c'est Amazon, seul pure player du top 10. Cette exception peut-elle confirmer la règle? ■

FRÉDÉRIC BIANCHI