

Union stratégique avec Jet.com

Impossible de rattraper son retard face à Amazon. Mais pour rester dans la course et accélérer sa diversification sur le e-commerce, Walmart s'offre Jet.com, une start-up du secteur pour un montant d'environ 3,3 milliards de dollars (2,9 milliards d'euros) dont 3 milliards en numéraire et 300 millions en actions). Le géant de la distribution américain accélère, ainsi, sa diversification en axant sa priorité sur le e-commerce. *"Nous cherchons de nouvelles voies pour baisser nos prix, pour augmenter notre assortiment et pour offrir l'expérience shopping la plus simple et facile,* a déclaré Doug McMillon, président et CEO de Wal-Mart Stores Inc. *Nous pensons que Jet va nous permettre d'accélérer nos objectifs dans cette voie".* De son côté, le cofondateur et CEO de Jet.com (mais aussi, notamment, de Diapers.com pour les couches par Internet, entreprise rebaptisée Quidsi en se diversifiant), Marc Lore rappelle que *"Jet a été créé dans l'objectif de créer une nouvelle expérience de shopping. Aujourd'hui, rejoindre Walmart pour réaliser cet objectif est enthousiasmant. La complémentarité des expertises (...) va nous permettre d'offrir encore plus de valeur ajoutée au consommateur".* Pour Walmart comme pour Jet.com, ce rapprochement sonne, pourtant, comme un ultime combat pour rester dans la course. Il semble que Jet nourrissait de plus grandes ambitions, comme celle de



dupliquer en ligne le modèle des géants de la distribution en magasins-entrepôts. Du côté de Walmart, la branche e-commerce subit des revers avec une baisse de la croissance depuis plus de deux ans. Le distributeur compte mettre à profit les relations de Jet avec plus de 2 400 commerçants et marques pour créer un assortiment attractif. Jet emporte, aussi, dans son panier, une base client – urbaine et millennial – de

quelque 400 000 nouveaux consommateurs par mois et une moyenne de 25 000 commandes par jour. Et surtout, apporte, avec Marc Lore, qui sera aux commandes de l'activité Internet de Walmart, une source innovante de "fresh ideas" et d'expertise à la conquête de la première génération de véritables "digital natives" (À retrouver sur pointsdevente.fr). ■ C.B