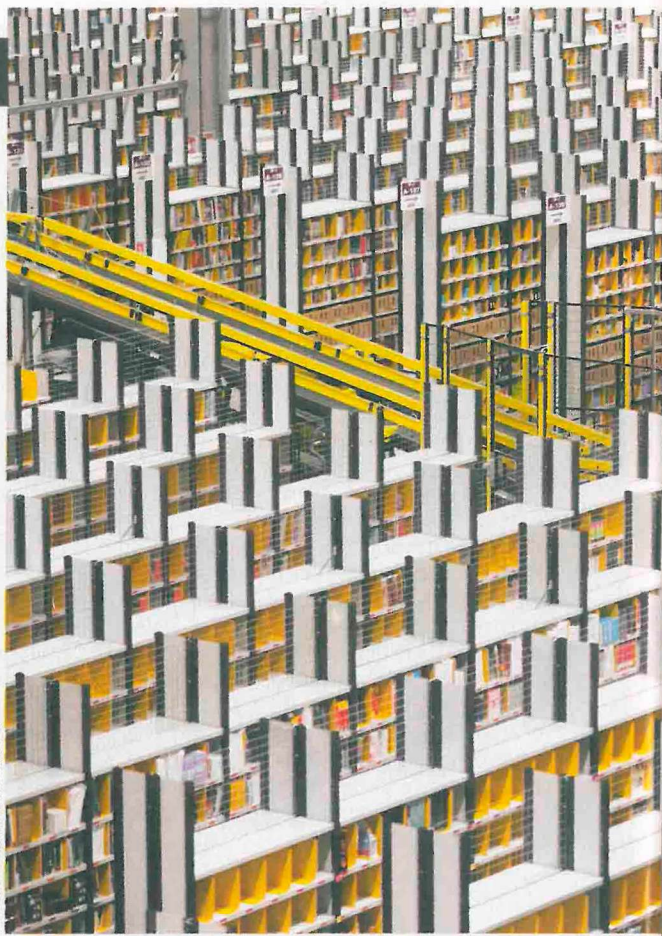


L'irrésistible ascension d'Amazon outre-Manche

Depuis son arrivée dans le pays, il y a vingt ans, le géant de l'e-commerce engrange les parts de marché au Royaume-Uni, où il fait figure d'ogre du retail. Manque encore à son palmarès une consécration dans la distribution alimentaire.



BARLOW JANE/PA PHOTOS/ABC/ANDIA.FR

Pas une semaine ne se passe outre-Manche sans qu'Amazon ne fasse parler de lui. En bien comme en mal. Aux dernières nouvelles, le distributeur s'apprêterait à lancer un comparateur en ligne de produits d'assurance. Le mastodonte serait

aussi sur les rangs pour racheter un certain nombre des 41 magasins que l'enseigne de bricolage Homebase, en grande difficulté, souhaiterait vendre, pour les convertir en entrepôts. Ces magasins viendraient ainsi compléter le portefeuille de 16 centres d'approvisionnement déjà opérationnels au travers du pays. Des rumeurs que le distributeur en ligne se refuse à commenter.

Plus sûr en revanche, le succès de l'enseigne ne se dément pas. Lancé il y a tout juste vingt ans, Amazon UK prévoit d'employer quelque 27 500 personnes d'ici à la fin de l'année. Le distributeur, qui a déménagé son siège londonien il y a un an dans un superbe bâtiment dans le quartier branché de Shoreditch, a vu ses revenus bondir : en 2017, l'enseigne a engrangé 11,4 milliards de dollars (9,85 Mrds€)... C'est encore peu au regard de l'ensemble des ventes mondiales du géant de l'e-commerce (moins de 7 %) mais les niveaux de croissance restent significatifs : + 19 % sur une année, soit sa plus forte croissance depuis 2011. Pour Zoë Mills, analyste senior au sein de GlobalData, la capacité d'innovation constante du

distributeur reste sa plus grande force : « Depuis ces deux dernières années, Amazon a étendu le réseau de ses vendeurs extérieurs, ce qui lui a permis à la fois d'augmenter le nombre d'articles et de marques, mais aussi de se concentrer sur le développement de ses propres produits, comme sa gamme d'enceintes connectées. » La recette fonctionne : Amazon serait aujourd'hui le cinquième distributeur le plus important outre-Manche, selon GlobalData, qui estime que 4 livres sur 100 dépensées l'an dernier dans le commerce l'ont été au bénéfice du géant.

▲ La plate-forme logistique d'Amazon à Dunfermline, en Écosse.

Déjà un tiers des ventes britanniques en ligne

« L'entreprise ne se contente pas seulement de voler des parts de marché à ses concurrents britanniques mais devrait couvrir quelque 33,5 % de l'ensemble des dépenses en ligne en 2017, contre 29,6 % en 2016 », estime une note du cabinet d'études. « Amazon a toujours tenté d'être le premier à mettre sur le



© MINTEL

L'ambition d'Amazon est d'être le distributeur le plus important dans chacun des marchés dans lesquels il est présent. Et pour y parvenir, il lui faut être un leader dans le secteur de la distribution alimentaire.

Nick Carroll, analyste senior chez Mintel

Octobre 1998

Lancement outre-Manche

27 500

Le nombre de salariés
(prévu à fin 2018)

11,4 Mrds \$

Les revenus 2017 (+ 19%)

16

Le nombre d'entrepôts

33,5%

Sa part dans les dépenses en
ligne britanniques en 2017

Source : estimations GlobalData

DÉJÀ NUMÉRO 5

Top 10 des parts de marché (en %) dans le
commerce britannique (tous secteurs) en 2017
Source : GlobalData Retail Intelligence Centre



POURQUOI AMAZON S'INTÉRESSERAIT À HOMEBASE

- **La poursuite de la construction** de son réseau d'entrepôts.
- **Une opération à moindre coût** : la rumeur fait état du rachat des murs et non de l'enseigne déficitaire.
- **La garantie d'emplacements en centre-ville** pour accélérer les temps de livraison, en particulier dans le cadre de Prime Now.

marché les nouvelles tendances et produits dans lesquels il a investi. La réponse du public a toujours été positive, poursuit Zoë Mills, mais la marque sait aussi très bien où ne pas investir : par exemple, son offre Kindle est pratiquement restée en l'état, ce qui est plutôt bien vu étant donné le déclin complet du secteur des liseuses. »

Dans ce paysage idyllique, les résultats d'Amazon dans la distribution alimentaire, au travers de ses offres Pantry et surtout Amazon Fresh, ont cependant déçu. Selon des chiffres de Kantar Worldpanel, le mastodonte retiendrait à l'heure actuelle une faible part de marché de 1 % du secteur de la distribution alimentaire en ligne, laquelle représente... 7 % du total des ventes alimentaires au Royaume-Uni. « La prédiction selon laquelle Amazon allait bouleverser le secteur de la distribution alimentaire britannique ne s'est pas matérialisée, explique Fraser McKeivitt, responsable de la distribution chez Kantar Worldpanel. Ce secteur exige une échelle suffisante. Or l'offre Fresh n'est disponible à l'heure actuelle qu'à Londres et ses alentours et s'accompagne de restrictions puisqu'elle n'est ouverte qu'aux clients Prime. »

Des rumeurs d'alliances

Reste que le nombre de clients Prime outre-Manche se chiffrerait « en millions », selon le pure player, qui reste évasif sur le sujet. « Et il n'est pas impossible qu'Amazon puisse construire à terme une po-

sition de distribution alimentaire en ligne crédible, estime Nick Carroll, analyste senior chez Mintel. Mais pour vraiment concurrencer les mastodontes du secteur, il va lui falloir des magasins. » Le rachat de Whole Foods (leader du bio aux USA et qui comptait 9 magasins en Grande-Bretagne), en 2017, pour 13,7 milliards de dollars, lui a ainsi permis d'avoir une première empreinte physique : peu après l'acquisition, le géant a fermé les deux Whole Foods situés en dehors de la capitale britannique pour ne garder que les sept points de vente dans le centre de Londres.

Pas de quoi, cependant, tailler des croupières à ses concurrents : ces derniers mois, les rumeurs sont d'ailleurs allées bon train sur les alliances possibles que le pure player pourrait nouer avec l'un des autres géants de la distribution alimentaire. Morrisons serait considéré comme un client sérieux : Amazon a déjà scellé un partenariat avec l'enseigne pour son service de livraison express Prime Now. Et, coincé entre les mastodontes Tesco et Asda-Sainsbury's d'un côté et les discounters de l'autre, Morrisons est clairement sous pression. « L'ambition d'Amazon est d'être le distributeur le plus important dans chacun des marchés dans lesquels il est présent », explique Nick Carroll, et pour y parvenir, il lui faut être un leader dans le secteur de la distribution alimentaire. » Un défi que l'ogre Amazon doit encore relever. ■

STÉPHANIE SALT, À LONDRES