

# Les dossiers

## GRANDE CONSO



# J'ai testé... Amazon Fresh

[FÉVRIER 2014]

Au sommaire

**LE CONTEXTE**

**L'OFFRE**

**MES 5 SCÉNARIOS D'ACHAT**

**LE DÉBRIEF**

**LES PRIX**

**CONCLUSION**

A Los Angeles

# LE CONTEXTE

## Amazon Fresh, l'offensive par l'Ouest

L'expérience Amazon Fresh a démarré timidement à Seattle en 2007. Et encore, l'enseigne ne livrait pas la totalité de l'agglomération. **Un début de déploiement est intervenu en 2013 avec l'ouverture de deux nouvelles zones : San Francisco et Los Angeles (partiellement).** En moyen terme, en tous les cas dès 2014 selon les informations que laisse filtrer le groupe, de 15 à 20 métropoles seraient d'ores et déjà ciblées. Aux Etats-Unis mais pas uniquement. Dernières rumeurs en date : la prochaine base américaine serait située à Baltimore et le premier pays (hors US) serait l'Allemagne. Mais Londres ou Paris seraient aussi en bonne place dans liste !

Seattle  
Ouverture en 2007

San Francisco  
Ouverture en 2013

Los Angeles  
Ouverture en 2013



A venir : Baltimore  
(Selon Baltimore Journal)

De 15 à 20 implantations à venir dans le monde  
(métropoles)



# L'OFFRE (PRODUITS)



## “Fresh” mais pas 100 % frais

Contrairement à ce que beaucoup pensent (et certains écrivent...) Amazon Fresh n'est pas spécialisé sur les produits frais. Amazon Fresh est un cybermarché proposant à la fois épicerie, DPH, produits frais industriels et produits frais traditionnels.

### L'offre d'Amazon Fresh par rayon

Epicerie	5 951 réf.
Boissons (incluant café et thé)	3 276 réf.
Snacks	1 620 réf.
Chocolat et confiserie	651 réf.
Crèmerie	646 réf.
Viande et poisson	639 réf.
Vins	601 réf.
Surgelés	583 réf.
“Restaurant” / Produits prêts à consommer	437 réf.
Pains et assimilés	428 réf.
Fruits et légumes	421 réf.
Bière et alcools	343 réf.
Petit-déjeuner	252 réf.
Baby food	218 réf.

Part des produits frais  
(et surg.)

**17 %**

**16 140 réf.**

# L'OFFRE (PRODUITS)



## Trois types d'offres bien distinctes



### FOOD

Epicerie et produits frais de "type supermarché"  
**Offre industrielle**

### "LOCAL FAVORITES"

Plats cuisinés de restaurants, fromages, vins, pâtisseries, etc.  
**Offre artisanale ou boutique spécialisée**

### NON-FOOD

500 000 références provenant du site Amazon.com

La véritable originalité d'Amazon Fresh est là : rassembler une offre qui, de prime abord, ne peut être présentée sur une même interface. Le client peut ainsi commander à la fois une bouteille de soda (gérée sur l'entrepôt Amazon Fresh) et un plat cuisiné préparé dans un restaurant de la ville.

# L'OFFRE (PRODUITS)

## Exemples de produits proposés dans l'offre "local favorites"



Plats préparés (from restaurant Border Grill). 18 \$



Pâtisserie artisanale. 10 \$ les 6 cookies



Jus de fruits "détox" de l'enseigne Living Juice.  
10 \$ la bouteille

# L'OFFRE (PRODUITS)

## Exemples de produits proposés dans l'offre "local favorites"



Boucherie artisanale. 18 \$ la pièce dans le filet.



Boutique spécialisée en huile d'olive.  
15 \$ le flacon de 375 ml



Boutique spécialisée savonnerie / hygiène.  
Production locale. 8 \$ le savon.

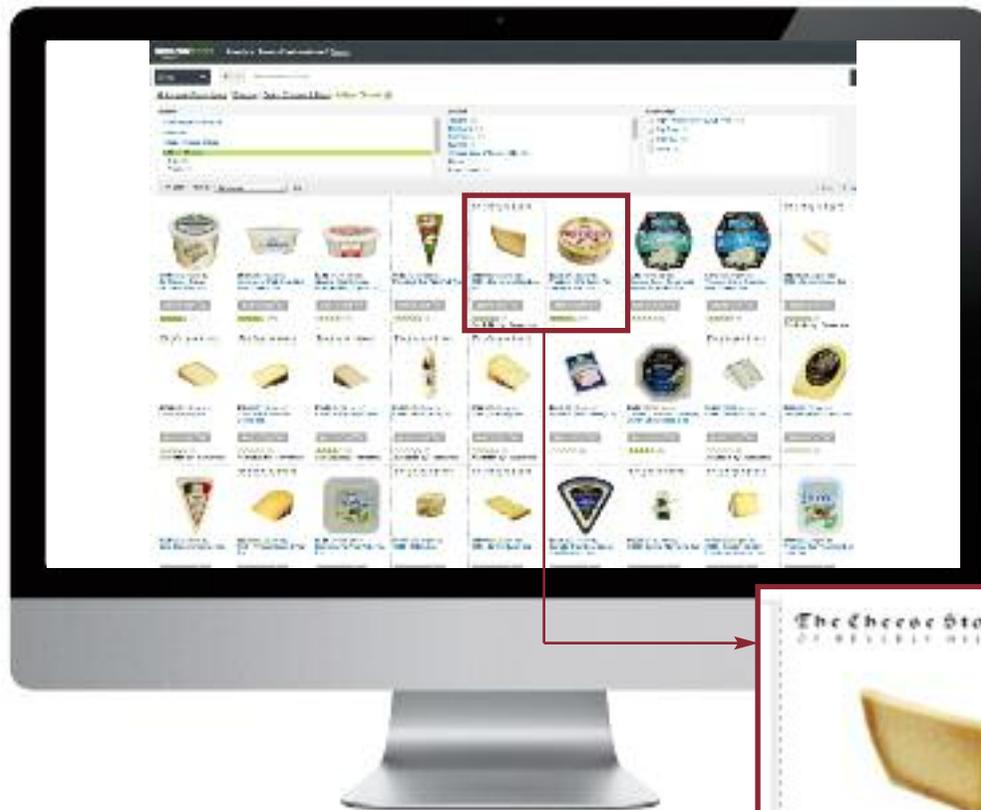
# L'OFFRE (SERVICE)



## Livraison gratuite... mais abonnement obligatoire

**Amazon applique à sa division alimentaire son modèle "Prime" mis en place sur le non-alimentaire.** La livraison est gratuite mais, pour en bénéficier, le client doit s'abonner. A la différence du non-al où la fréquence d'achat est faible et le prix d'abonnement fixé à 79 \$ aux US, l'abonnement au service alimentaire est facturé 299 \$ par an. Pour ce prix, **le client peut commander aussi souvent qu'il le souhaite. Attention néanmoins, Amazon impose un minimum d'achat : 35 \$**

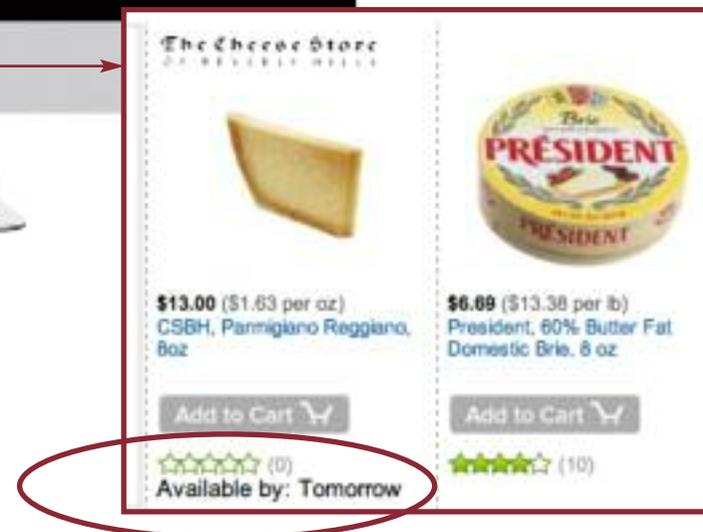
# L'OFFRE (SERVICE)



## Délai de livraison : pour aujourd'hui (et pour demain)

**Pour être livré le jour même, le client doit commander avant 10 h.** Mais cette livraison en "A pour A" n'est possible que pour les produits gérés par Amazon sur son entrepôt. Pour les produits "Local favorites" Amazon doit au préalable les récupérer dans les magasins/restaurants partenaires. Dans ce cas, la livraison n'est possible que le lendemain.

Exemple ici avec l'offre fromages : le brie Président est disponible aussitôt. En revanche, le Parmesan, qui provient du fromager de Beverly Hills, ne sera livrable que le lendemain.



# L'OFFRE (SERVICE)

## L'organisation Amazon Fresh pour les "Local favorites"



# MES 5 SCÉNARIOS D'ACHAT

## UNE COMMANDE GÉNÉRALISTE

BOISSONS  
EPICERIE  
FRUITS ET LÉGUMES  
SURGELÉS  
CRÉMERIE  
CHARCUTERIE

## UNE COMMANDE "PRÊTS À CONSOMMER"

1 PLAT CUISINÉ  
1 BOUTEILLE DE VIN  
1 MORCEAU DE GORGONZOLA

## UNE COMMANDE 100 % SURGELÉS

## UNE COMMANDE 100 % VINS

## UNE COMMANDE GÉNÉRALISTE

MAIS AVEC L'IDÉE DE NE PAS ÊTRE  
DISPONIBLE À L'ADRESSE DE LIVRAISON  
ET AU CRÉNEAU HORAIRE CHOISI  
(FAIRE "NO SHOW")

Parce que

# VOTRE TEMPS est PRÉCIEUX

Une fois par mois



## 20' POUR SAVOIR et comprendre

### LA VEILLE **GRANDE CONSO** DE RÉFÉRENCE

#### **SIGNAUX ECO**

Démographie - Emploi - Epargne - Inflation  
Pouvoir d'achat - Indicateurs macro-éco

#### **SIGNAUX CONSO**

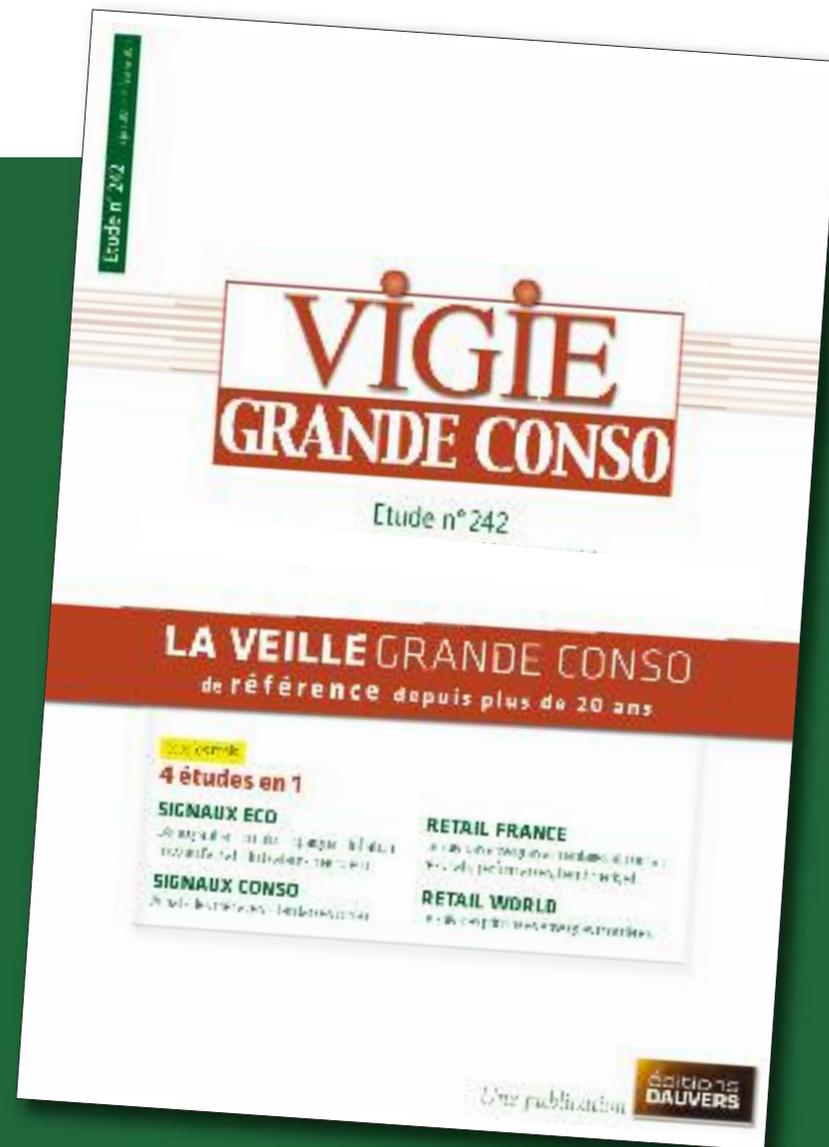
Achats des ménages - Tendances conso  
Etudes socio

#### **RETAIL FRANCE**

Le suivi des enseignes :  
résultats, performances, benchmark, etc.

#### **RETAIL WORLD**

Le suivi des principales enseignes  
européennes et mondiales.



**Pour recevoir un exemplaire découverte gratuit...**

[olivier@olivierdauvers.fr](mailto:olivier@olivierdauvers.fr)

éditions  
**DAUVERS**



Les dossiers  
GRANDE CONSO

éditions  
DAUVERS

# LE DÉBRIEF

SCÉNARIO 1

## UNE COMMANDE GÉNÉRALISTE

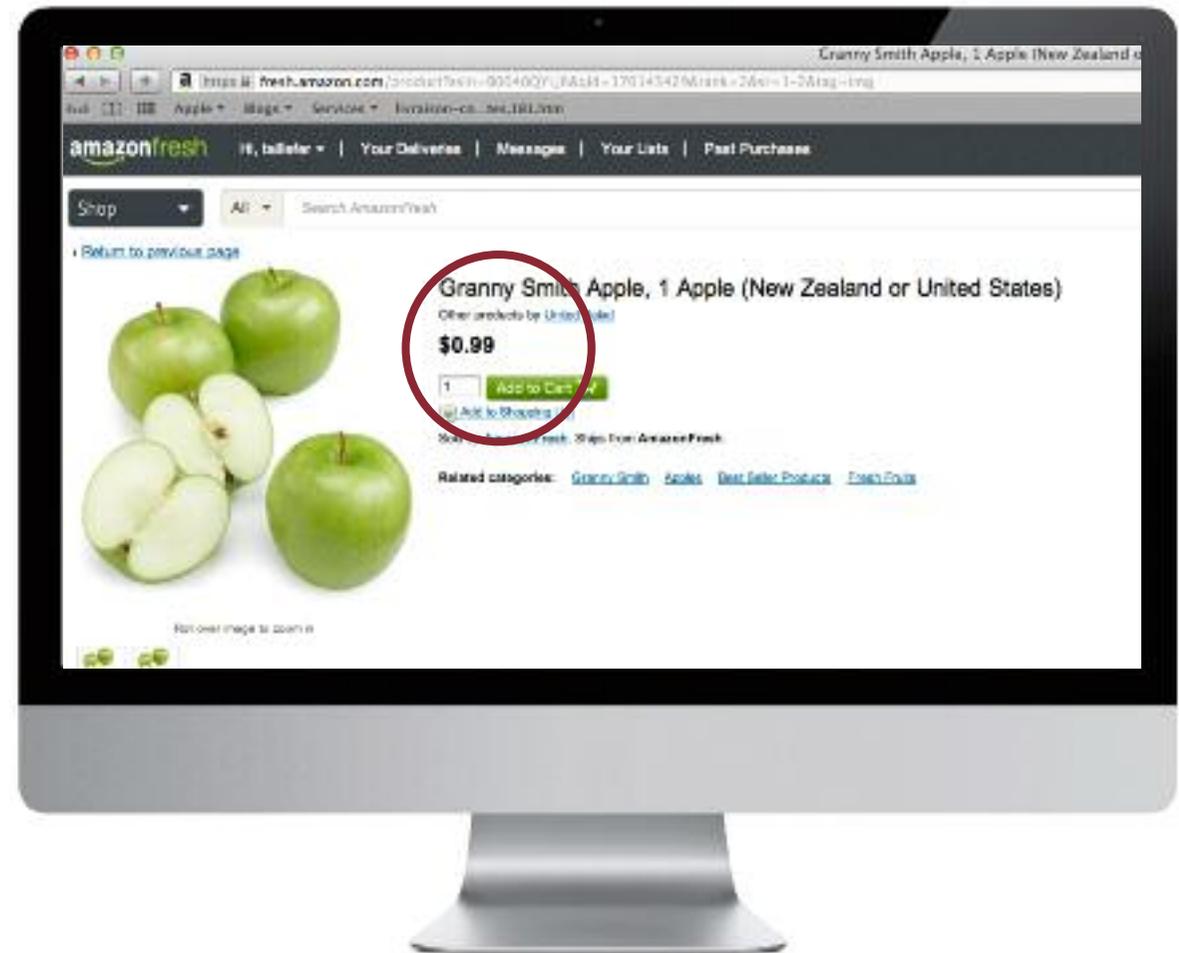
BOISSONS  
EPICERIE  
FRUITS ET LÉGUMES  
SURGELÉS  
CRÉMERIE  
CHARCUTERIE

# LE DÉBRIEF

## SCÉNARIO 1

### UNE COMMANDE GÉNÉRALISTE

BOISSONS  
EPICERIE  
FRUITS ET LÉGUMES  
SURGELÉS  
CRÉMERIE  
CHARCUTERIE



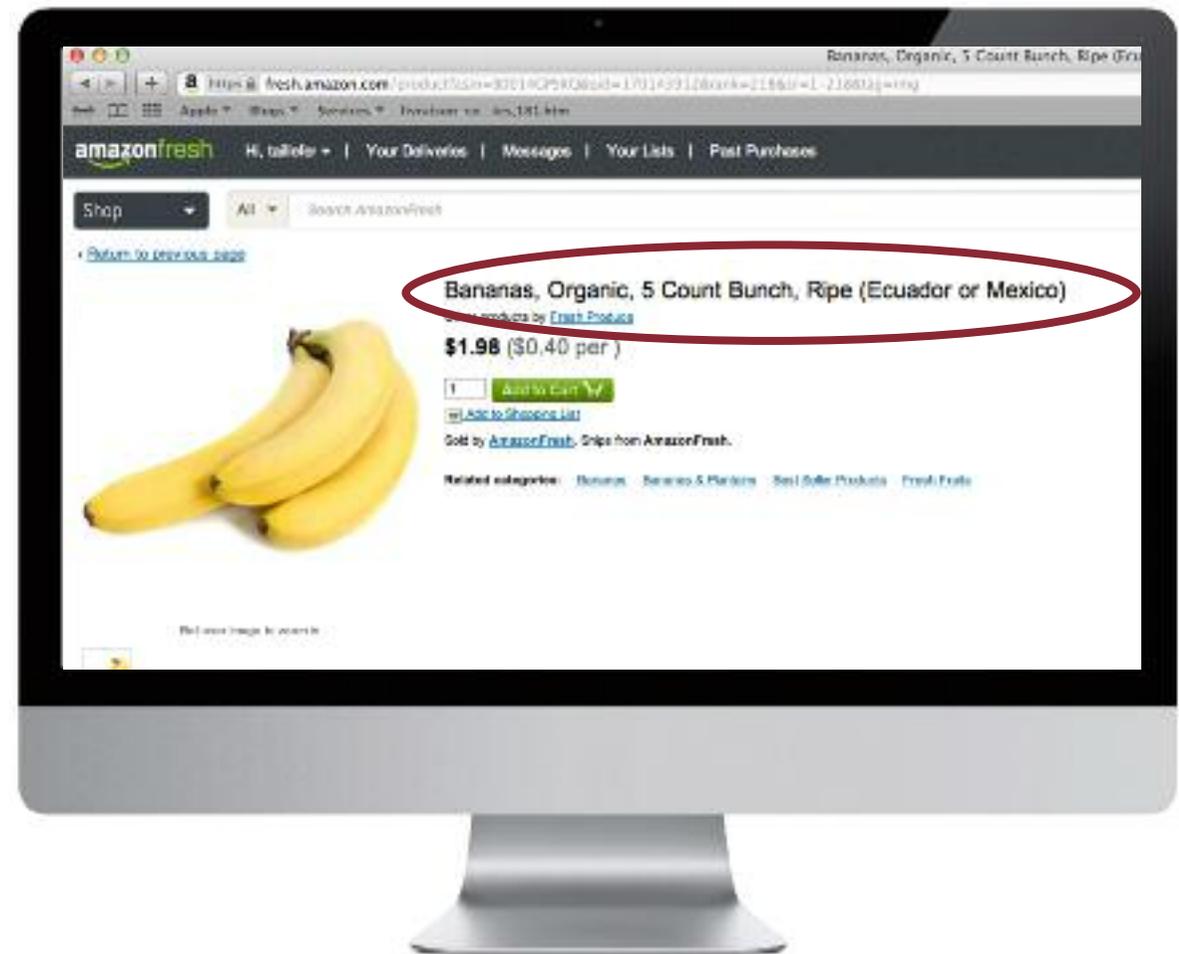
Pas de poids variables. Les fruits et légumes sont vendus à la pièce...

# LE DÉBRIEF

## SCÉNARIO 1

### UNE COMMANDE GÉNÉRALISTE

BOISSONS  
EPICERIE  
FRUITS ET LÉGUMES  
SURGELÉS  
CRÉMERIE  
CHARCUTERIE



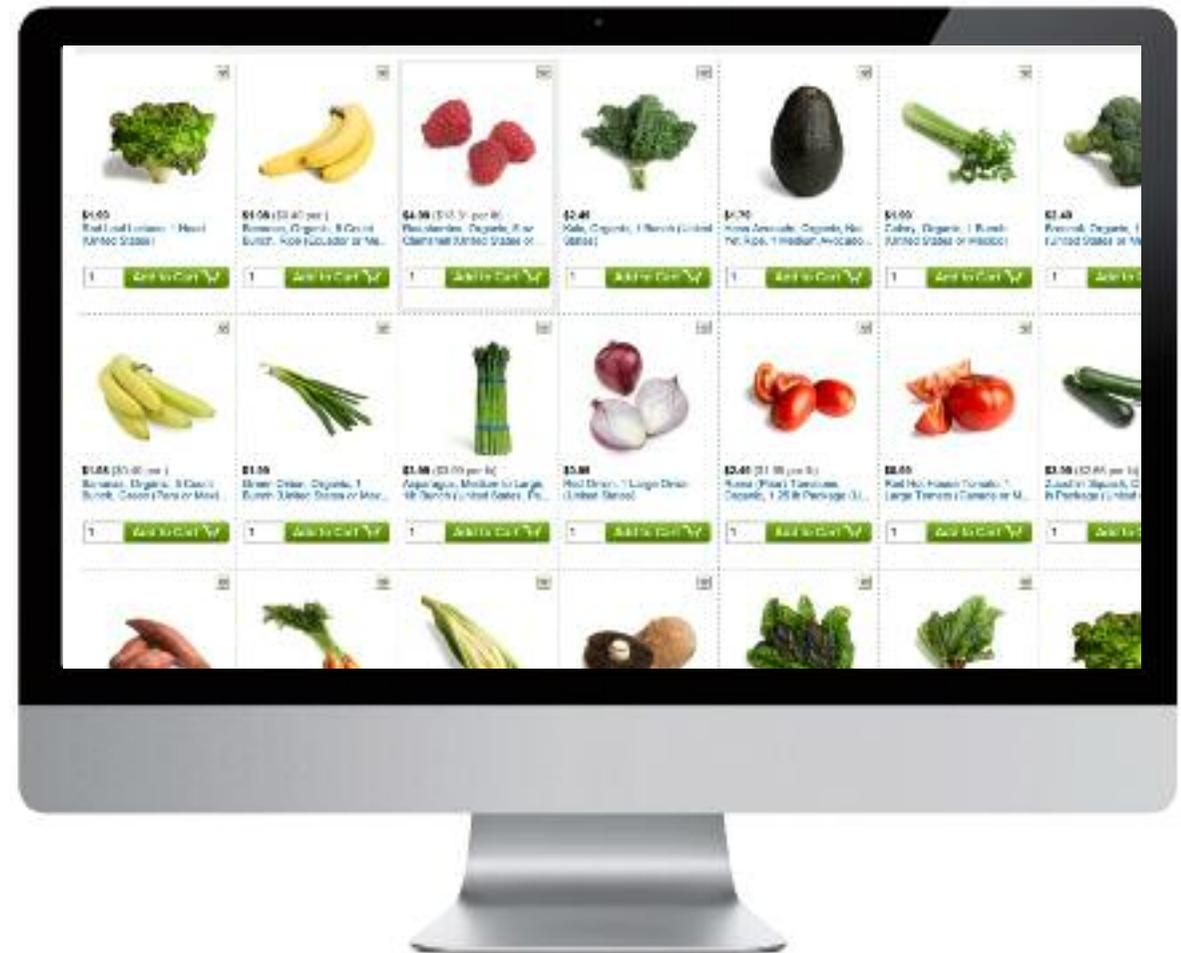
... ou par lot : ici les bananes, vendues par main de 5 fruits.

# LE DÉBRIEF

## SCÉNARIO 1

### UNE COMMANDE GÉNÉRALISTE

BOISSONS  
EPICERIE  
FRUITS ET LÉGUMES  
SURGELÉS  
CRÉMERIE  
CHARCUTERIE



La qualité des photos (et notamment des détourages) est remarquable.

# LE DÉBRIEF

## SCÉNARIO 1

### UNE COMMANDE GÉNÉRALISTE

BOISSONS  
EPICERIE  
FRUITS ET LÉGUMES  
SURGELÉS  
CRÉMERIE  
CHARCUTERIE

Deux types de livraison : **“doorstep”** (remise devant la porte) et **“attended”** (remise en main propre).

Pour certains produits (notamment les alcools), seul le attended delivery est possible. A noter que le doorstep est possible avant 7h du matin et que la livraison à l’heure du déjeuner est en revanche impossible. Etonnant !



# LE DÉBRIEF

## SCÉNARIO 1

### UNE COMMANDE GÉNÉRALISTE

BOISSONS  
EPICERIE  
FRUITS ET LÉGUMES  
SURGELÉS  
CRÈMERIE  
CHARCUTERIE

### A vot' bon cœur !

Evidemment une surprise pour le Français... Amazon suggère le pourboire. Tellement suggéré que le site calcule même automatiquement un montant équivalent à 10 % de la commande. Cela dit, l'enseigne précise que le pourboire n'a rien d'obligatoire. Et elle permet même de modifier la somme accordée jusqu'à 48h après la livraison.



# LE DÉBRIEF

## SCÉNARIO 1

### UNE COMMANDE GÉNÉRALISTE

BOISSONS  
EPICERIE  
FRUITS ET LÉGUMES  
SURGELÉS  
CRÉMERIE  
CHARCUTERIE

### Livraison

Livraison dans les temps pour cette commande. Chaque type de produit bénéficie d'un sac différent (un seul format de sac). Y compris s'il n'y a qu'un produit. Le pot d'Häagen-Dazs commandé était ainsi seul dans l'un des sacs ! Quant au camion, il n'est que mono-température (réfrigérée).



# LE DÉBRIEF

## SCÉNARIO 1

### UNE COMMANDE GÉNÉRALISTE

BOISSONS  
EPICERIE  
FRUITS ET LÉGUMES  
SURGELÉS  
CRÉMERIE  
CHARCUTERIE

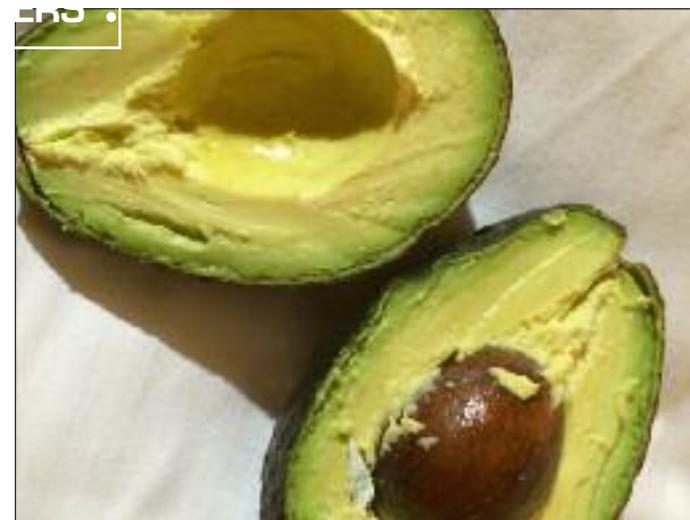
#### Fruits et légumes

Rien de tel que des fruits et légumes dans une commande pour mesurer l'attention portée aux produits. En la matière, rien à dire. Bien au contraire !

Et notamment sur un produit très sensible :  
l'avocat. Parfait.



éditions  
DAUVERS



# LE DÉBRIEF

## SCÉNARIO 1

### UNE COMMANDE GÉNÉRALISTE

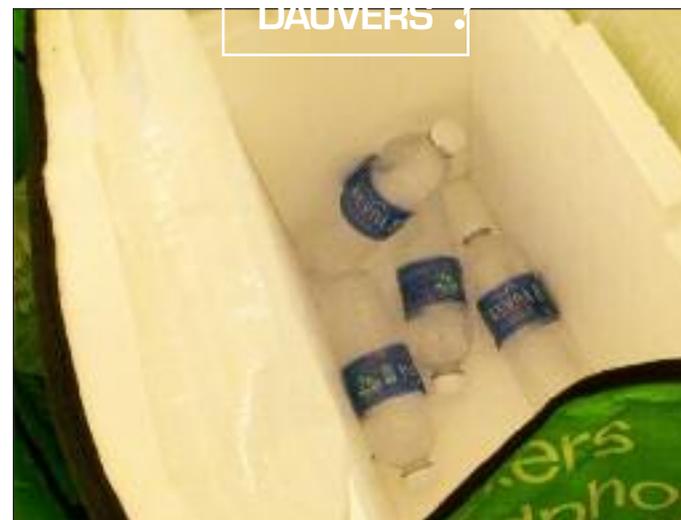
BOISSONS  
EPICERIE  
FRUITS ET LÉGUMES  
SURGELÉS  
CRÉMERIE  
CHARCUTERIE



éditions  
DAUVERS

### Gestion de la chaîne du froid

Les produits frais sont placés dans des caisses en polystyrène. A l'intérieur, la température est préservée grâce à des bouteilles d'eau congelée ! En l'occurrence des bouteilles Aquafina (groupe Pepsico). Dit autrement, c'est Pepsico qui gère la chaîne du froid d'Amazon Fresh !





Les dossiers  
GRANDE CONSO

éditions  
DAUVERS

# LE DÉBRIEF

SCÉNARIO 2

## UNE COMMANDE "PRÊTS À CONSOMMER"

1 PLAT CUISINÉ  
1 BOUTEILLE DE VIN  
1 MORCEAU DE GORGONZOLA



# LE DÉBRIEF

## SCÉNARIO 2

### UNE COMMANDE "PRÊTS À CONSOMMER"

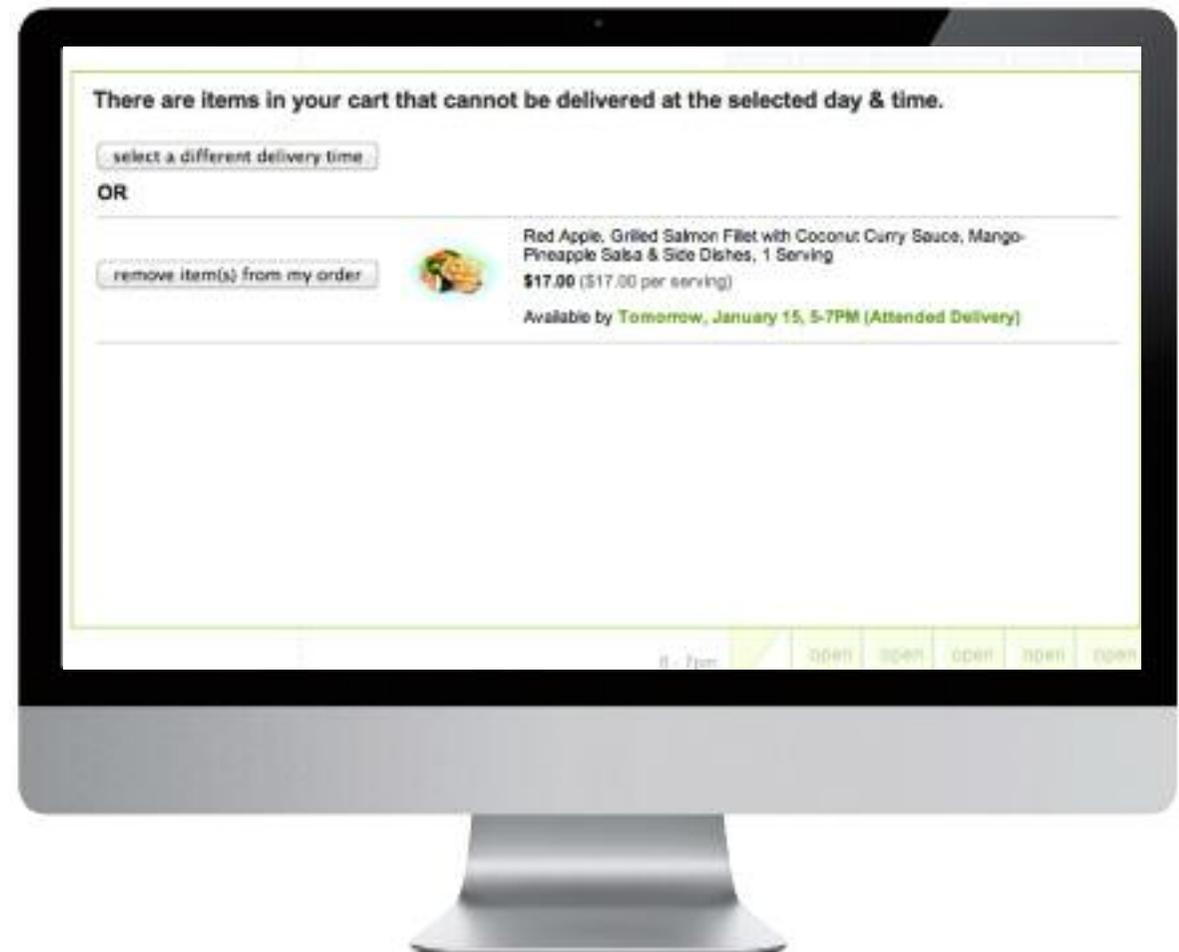
1 PLAT CUISINÉ  
1 BOUTEILLE DE VIN  
1 MORCEAU DE GORGONZOLA

#### **Mauvaise surprise !**

Après l'avoir choisi puis validé, direction le paiement pour ce plateau repas avec son saumon grillé en guise de plat principal. Mauvaise surprise...

Le plat n'est plus disponible.

Va donc pour une pizza (et sans le pourboire pourtant à nouveau suggéré !).



# LE DÉBRIEF

## SCÉNARIO 2

### UNE COMMANDE "PRÊTS À CONSOMMER"

1 PLAT CUISINÉ / PIZZA  
1 BOUTEILLE DE VIN  
1 MORCEAU DE GORGONZOLA

#### Modèle économique

Pas sûr que cette commande ait été très rentable pour Amazon... Les trois produits livrés proviennent de trois commerces différents et ont donc nécessité 4 flux différents : de chacun des 3 commerces vers l'entrepôt Amazon Fresh ; puis de l'entrepôt vers le domicile du client.



# LE DÉBRIEF

## SCÉNARIO 2

### UNE COMMANDE "PRÊTS À CONSOMMER"

1 PLAT CUISINÉ / PIZZA  
1 BOUTEILLE DE VIN  
1 MORCEAU DE GORGONZOLA



éditions  
DAUVERS

### Artisanale

Aucun doute, la pizza commandée n'a rien d'industrielle.  
Elle débarque tout droit (précuite) de la Pizzeria Il Fico.  
Mais sans aucune mention de réchauffage. Un manque.



# LE DÉBRIEF

## SCÉNARIO 2

### UNE COMMANDE "PRÊTS À CONSOMMER"

1 PLAT CUISINÉ / PIZZA  
1 BOUTEILLE DE VIN  
1 MORCEAU DE GORGONZOLA



éditions  
DAUVERS

### Transparence

Amazon Fresh fonctionne en transparence totale vs les boutiques spécialisées. Le client ne peut ainsi ignorer la provenance de son fromage.

D'ailleurs, The Cheese Store en profite pour faire la promo de ses soirées dégustations.



# LE PARTENAIRE FROMAGES



The Cheese Store,  
une boutique du centre-ville  
de Beverly Hills.

# LE PARTENAIRE FROMAGES

**The Cheese Store.**  
Moins de 50 m<sup>2</sup> de surface commerciale ! La boutique reçoit les commandes d'Amazon en fin de matinée et dispose de l'après-midi pour les préparer. Amazon passe les récupérer en fin de journée, avant la fermeture.





Les dossiers  
GRANDE CONSO

éditions  
DAUVERS

# LE DÉBRIEF

SCÉNARIO 3

**UNE COMMANDE  
100 % PRODUITS  
SURGELÉS**

# LE DÉBRIEF

## SCÉNARIO 3

**UNE COMMANDE  
100 % PRODUITS  
SURGELÉS**

### **Quand le chauffeur n'en fait qu'à sa tête !**

J'avais programmé les commandes 2 et 3 à deux moments distincts : début et fin de matinée. Mais le chauffeur, parti pour une tournée d'une demi-journée, a jugé préférable de rassembler les 2 commandes, voyant qu'elles étaient destinées au même client à la même adresse. Pas tout à fait ce qui avait été demandé...



# LE DÉBRIEF

## SCÉNARIO 3

**UNE COMMANDE  
100 % PRODUITS  
SURGELÉS**



### Chaîne du froid

Même système de caisse en polystyrène (que pour les produits frais). Mais, à l'intérieur, la température est maintenue grâce à des pains de neige carbonique.



Les dossiers  
GRANDE CONSO

éditions  
DAUVERS

# LE DÉBRIEF

SCÉNARIO 4

**UNE COMMANDE  
100 % VINS**

# LE DÉBRIEF

## SCÉNARIO 4

### UNE COMMANDE 100 % VINS

#### **Attended delivery**

La présence d'alcool dans la commande empêche le doorstep delivery. Le client doit donc être physiquement présent pour réceptionner la commande.



# LE DÉBRIEF

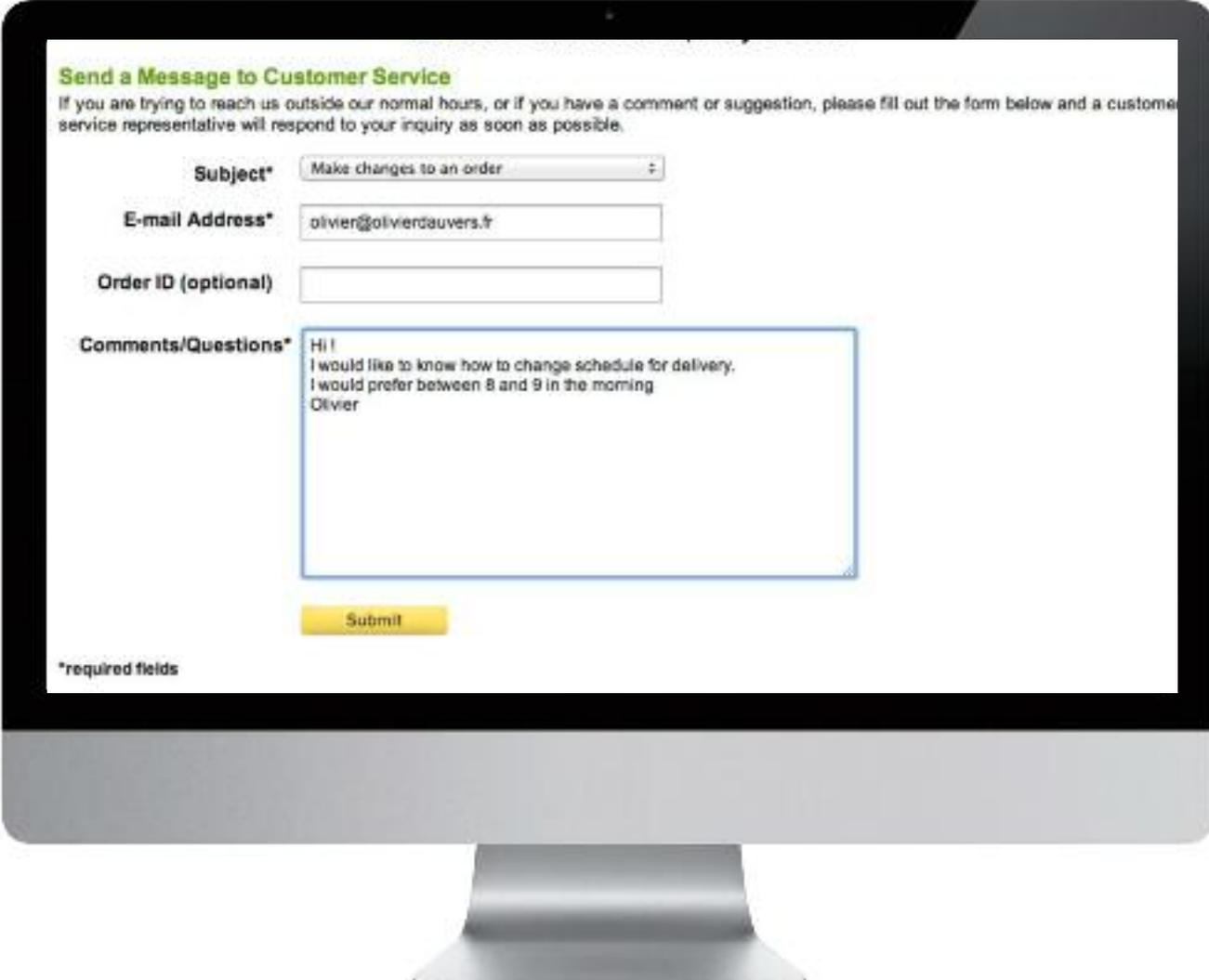
## SCÉNARIO 4

### UNE COMMANDE 100 % VINS

#### Amazon, roi du service client ?

Pour le vérifier, un petit test. La commande à peine passée, j'adresse un mail au service clients pour "apporter un changement à la commande" (c'est une rubrique prévue).

Objectif : modifier l'heure de livraison prévue. Résultat : la demande n'a pas été prise en compte et j'attends toujours la réponse !



**Send a Message to Customer Service**  
If you are trying to reach us outside our normal hours, or if you have a comment or suggestion, please fill out the form below and a customer service representative will respond to your inquiry as soon as possible.

**Subject\***

**E-mail Address\***

**Order ID (optional)**

**Comments/Questions\***  
Hi !  
I would like to know how to change schedule for delivery,  
I would prefer between 8 and 9 in the morning  
Olivier

\*required fields

# LE DÉBRIEF

## SCÉNARIO 4

### UNE COMMANDE 100 % VINS

#### Transparence (2)

A Los Angeles, le vin commandé provient du caviste The Wine House. Là encore (comme pour le fromage) totale transparence : les étiquettes prix de The Wine House figurent même sur les bouteilles. D'ailleurs, les prix sur le site Amazon Fresh sont les mêmes que chez Wine House. Preuve (en creux) qu'Amazon Fresh fonctionne en rétro-commission et non en marge avant.



# LE PARTENAIRE VINS

éditions  
DAUVERS

Direction une zone industrielle pour dénicher le partenaire vin d'Amazon Fresh. Bien loin du cadre chic du fromager !



# LE PARTENAIRE VINS

L'intérieur est à l'image de l'extérieur ! Pas franchement glamour... Mais la réputation de Wine House est de proposer l'offre la plus large de LA : plus de 7 000 références.



# LE PARTENAIRE VINS

Offre large et grande surface  
(pour un caviste) :  
près de 2 000 m<sup>2</sup>. A noter que  
rien, tant dans la boutique  
que sur son propre site,  
ne mentionne le partenariat  
avec Amazon Fresh.



# LE PARTENAIRE VINS

En boutique, le même produit  
que celui commandé.  
Et donc le même prix.





Les dossiers  
GRANDE CONSO

éditions  
DAUVERS

# LE DÉBRIEF

SCÉNARIO 5

## UNE COMMANDE GÉNÉRALISTE

MAIS AVEC L'IDÉE DE NE PAS ÊTRE  
DISPONIBLE À L'ADRESSE DE LIVRAISON  
ET AU CRÉNEAU HORAIRE CHOISI  
(FAIRE "NO SHOW")

# LE DÉBRIEF

## SCÉNARIO 5

### UNE COMMANDE GÉNÉRALISTE

MAIS AVEC L'IDÉE DE NE PAS ÊTRE  
DISPONIBLE À L'ADRESSE DE LIVRAISON  
ET AU CRÉNEAU HORAIRE CHOISI  
(FAIRE "NO SHOW")

**Dans ce scénario, l'idée est de ne pas être présent à l'heure de la livraison.**

Le camion Amazon est à l'heure. Mais pas moi ! Le livreur tente un appel téléphonique. Evidemment pas de réponse ! Il s'organise avec le concierge de l'hôtel pour déposer néanmoins sa commande.



Parce que

# VOTRE TEMPS est PRÉCIEUX

Une fois par mois



## 20' POUR SAVOIR et comprendre

## LA VEILLE GRANDE CONSO DE RÉFÉRENCE

### SIGNAUX ECO

Démographie - Emploi - Epargne - Inflation  
Pouvoir d'achat - Indicateurs macro-éco

### SIGNAUX CONSO

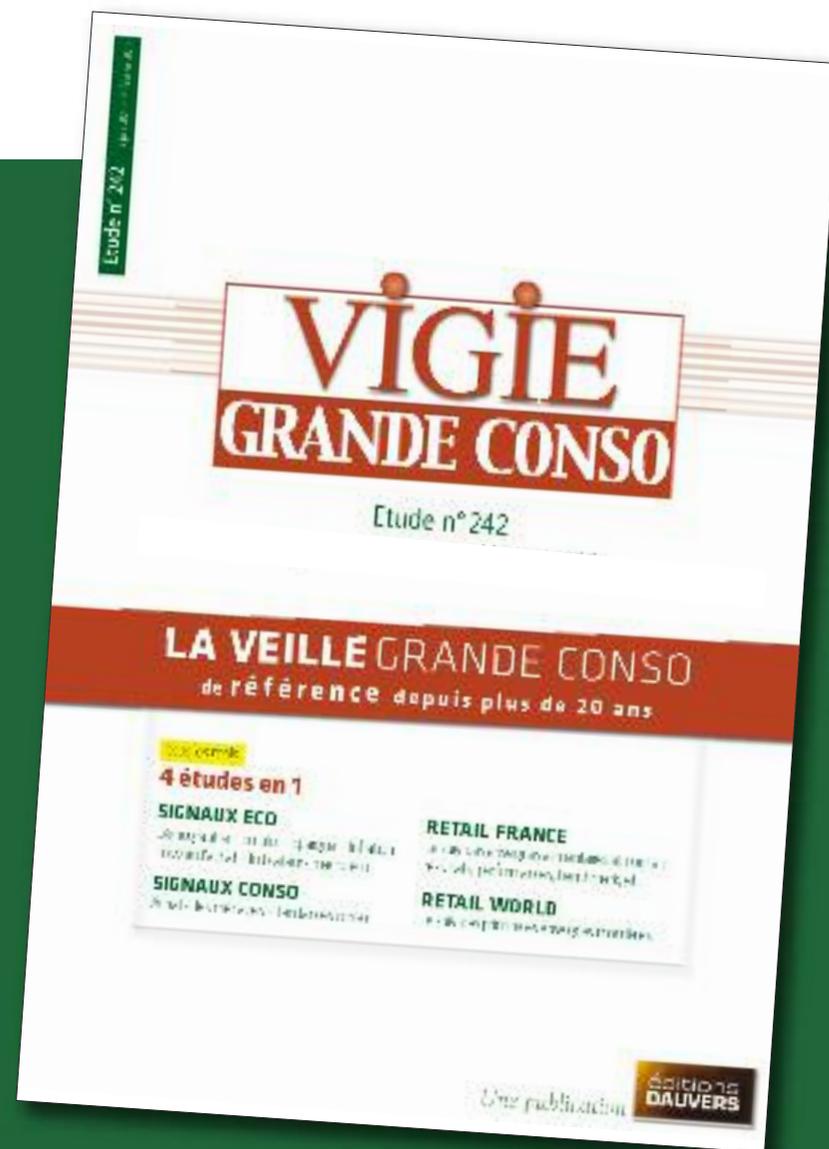
Achats des ménages - Tendances conso  
Etudes socio

### RETAIL FRANCE

Le suivi des enseignes :  
résultats, performances, benchmark, etc.

### RETAIL WORLD

Le suivi des principales enseignes  
européennes et mondiales.



**Pour recevoir un exemplaire découverte gratuit...**

[olivier@olivierdauvers.fr](mailto:olivier@olivierdauvers.fr)

éditions  
**DAUVERS**

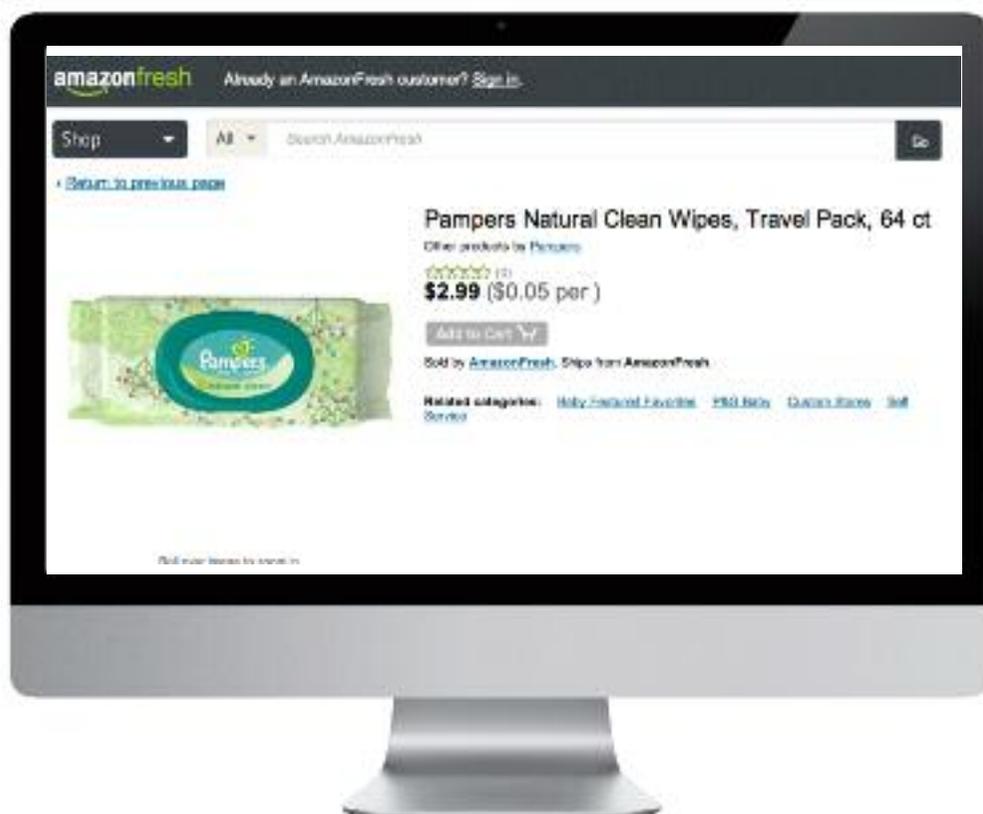
# LES PRIX

**La question est simple... Sur l'alimentaire, Amazon Fresh est-il un "price-killer" qui va tout emporter sur son passage ?** La réponse est non ! Même si le relevé ne porte que sur 100 produits, la tendance est claire : Amazon Fresh ne creuse pas l'écart. L'enseigne est certes moins chère que Target City (le format de "proximité" de Target) mais est devancée sur l'échantillon par Winco Foods et Walmart. Et il est même aisé de "prendre en faute" Amazon Fresh sur des produits majeurs (voir pages suivantes).

Sur le panier de 100 produits, en indice :

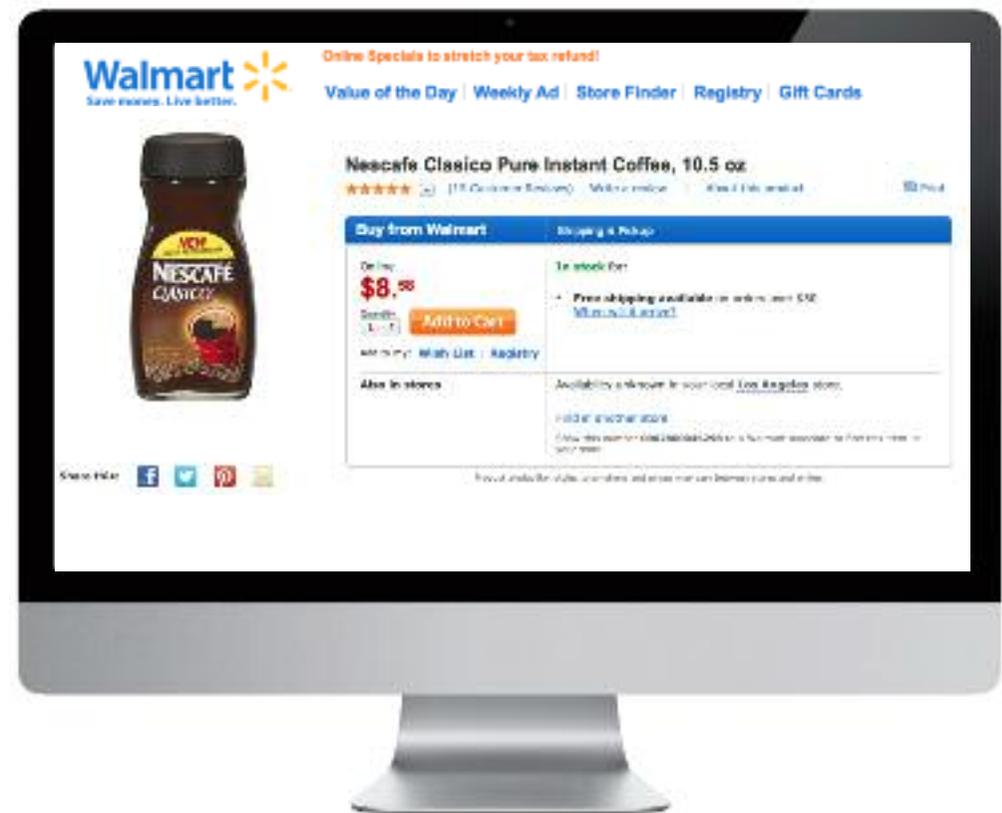
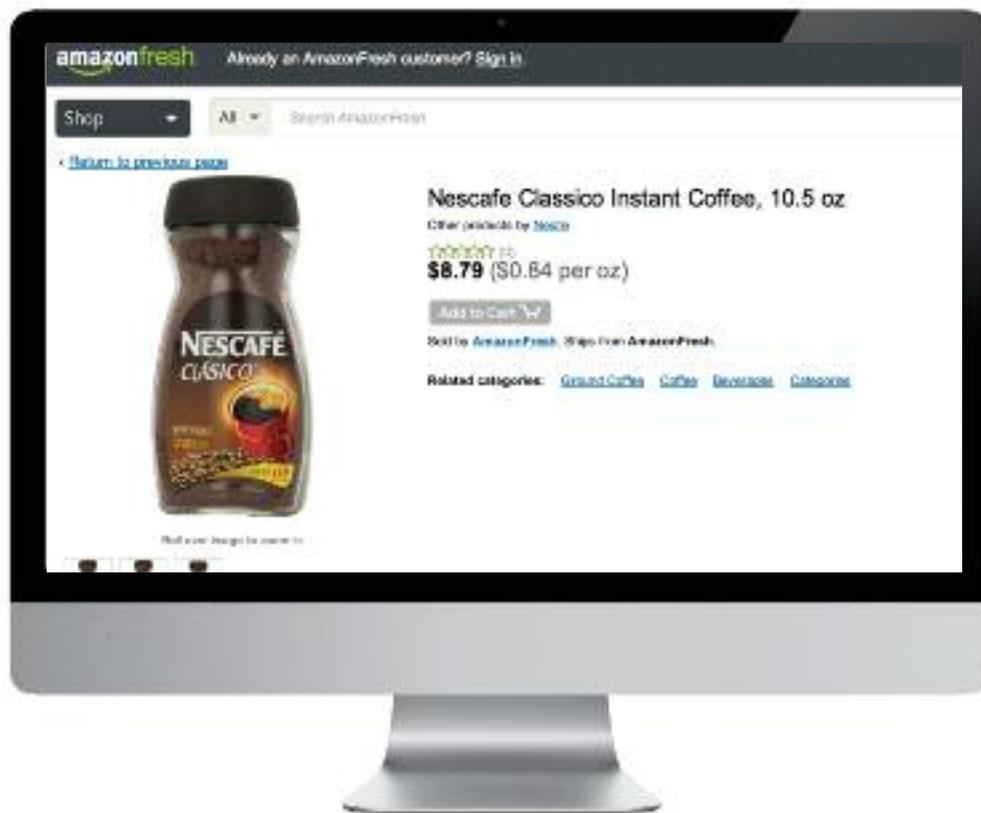


# LES PRIX



Les lingettes Pampers ? Environ 30 % d'écart à l'avantage de Walmart ! Sur les couches, comparatifs quasi-impossibles en raison des jeux de formats.

# LES PRIX



Le Nescafé ? Moins de 3 % d'écart, toujours à l'avantage de Walmart. Et l'illustration qu'Amazon Fresh n'est pas le price killer annoncé (ce qui ne signifie pas qu'il n'est pas "dans le match").

# CONCLUSION

>> **Dans sa dimension cybermarché, Amazon Fresh n'est pas un acteur absolument discriminant vs les concurrents. Tant sur le volet offre, prix que service.** Côté prix, Amazon Fresh génère, comme ses concurrents, le surcoût de la livraison à domicile. Ici, le surcoût n'est pas lissé dans les prix, mais facturé sous forme de ticket d'entrée : 299 \$. Ce qui, de fait, restreindra son potentiel de marché. Surtout dans les pays où, culturellement, le service est non-valorisé (en tous les cas vu du client).

>> **En revanche, l'originalité principale (et discriminante) d'Amazon Fresh est bien d'être un agrégateur d'offres via les "local favorites".** Livrer à domicile les produits du meilleur fromager ou du meilleur boucher de la ville est un vrai service différenciant (et fortement fidélisant). Quant à la question de savoir si ce service est rentable, tout dépend donc du prix de cession auquel Amazon Fresh négocie puisque le prix final est identique pour le client. Ce qui peut même laisser à imaginer que le "petit commerçant" est tout autant un client que le consommateur final. Car sans offre "local favorites", le service Amazon Fresh perd quand même de son intérêt. En clair, Amazon Fresh doit donc convaincre des offreurs locaux de passer sous sa bannière. Ce qui revient de fait à appliquer à l'alimentaire sa logique de market place sur le non-al.

# VIENT DE PARAÎTRE

## DIXIÈME ÉDITION DES **Tranches de vie commerciale**, par Olivier Dauvers



“ Personne ne regarde les magasins comme lui... Et, surtout, n'ose le raconter... ”

Nouvelle édition **2014**,  
84 pages.

Olivier Dauvers vous fait partager une année à visiter les magasins, décoder les stratégies des enseignes, éplucher les prospectus.

**A LIRE :** Mois par mois, le bêtisier complet de l'année avec les nouvelles enseignes, les bonnes et mauvaises pratiques merchandising, les initiatives marketing, etc. Le tout illustré d'exemples 100 % terrain !



*“Un excellent exercice de Penser Client”*



Disponible sur  
[www.olivierdauvers.fr](http://www.olivierdauvers.fr) /rubrique Shop  
ou par mail [florence.taillefer@editionsdauvers.fr](mailto:florence.taillefer@editionsdauvers.fr)

Prix : 22 € TTC - Dégressif pour commande en nombre (à partir de 8 € / ex)



L'éditeur-expert  
Grande Conso

éditions  
**DAUVERS**

*Veille stratégique, études, livres, magazine, blog, production audio-visuelle*

**L'ÉDITEUR-EXPERT GRANDE CONSO**

[www.olivierdauvers.fr](http://www.olivierdauvers.fr)