

## Espagne : Amazon part à l'assaut du marché des produits frais à Madrid

Amazon bouscule les rayons fruits et légumes en Espagne. Le géant du commerce en ligne se lance dans la vente de produits alimentaires frais, à travers une alliance avec La Plaza de Dia, l'enseigne premium des supermarchés DIA, laquelle met en ligne une offre de quelque 5.300 références, depuis les primeurs jusqu'à la viande en barquette, l'épicerie ou la droguerie, et parmi lesquelles nombre de produits de marque distributeur.

Elle est pour l'instant réservée à Madrid et aux alentours de la capitale espagnole, où les clients d'Amazon peuvent déjà bénéficier du service Prime Now, en place depuis juillet dernier dans la région et qui permet d'être livré à domicile en moins d'une heure.

En même temps qu'il scellait son pacte avec Dia, le site marchand a conclu un accord avec les magasins Lavinia, spécialisés dans la vente de vins et spiritueux, qui ajouteront 1.000 références, et, encore plus surprenant, avec les commerçants du Mercado de la Paz, l'un des marchés de quartier réputés parmi les mieux achalandés de la capitale espagnole.

Amazon multiplie ainsi les clins d'oeil tant au client à la recherche de bonnes affaires qu'à celui qui est habitué à sélectionner les commerçants. Il confirme aussi sa volonté d'élargir sa proposition commerciale sur le marché espagnol. Il y a quelques jours, la plate-forme de vente en ligne avait déjà ajouté à son catalogue la catégorie « handmade », présentant des centaines de produits « uniques » fabriqués à la main par des artisans, selon des critères proches de ceux de la plate-forme Etsy.

### Enrichir l'offre

Entré il y a six ans sur le marché espagnol, Amazon a commencé à vendre des articles de droguerie ou d'épicerie en conserve en 2015. L'alliance avec Dia lui permet d'enrichir son offre tandis que la chaîne de supermarchés de proximité compte pour sa part tirer parti de cette association en touchant une clientèle à plus fort pouvoir d'achat que celle de ses magasins de quartier.

Ces mouvements ont lieu au moment où le commerce en ligne est en pleine expansion en Espagne et rattrape son retard après des années de vaches maigres. Le chiffre d'affaires global du secteur a triplé depuis 2009, atteignant 5,31 milliards au 4e trimestre 2015, soit une hausse de 23 % par rapport à la même période de l'année antérieure, porté par l'embellie économique et la reprise de la consommation.

Mais les clients espagnols ont pour l'instant réservé leurs achats essentiellement au secteur des voyages, entre hôtels et billets d'avion, et aux articles de mode et beauté, alors que 3,2 % seulement de leurs dépenses en ligne vont à leurs achats en supermarché et alimentation. Amazon espère briser la résistance en entrant en force au rayon des produits frais.

Lien article : 