



E-commerce : comment Amazon s'est imposé dans l'habitude de consommation des Français ?

publié le 22/06/2015

Descriptif :

Un article sur LSA-CONSO.fr

Que ce soit à travers les ventes effectuées par le site, la marketplace ou les fiches des produits consultées par un nombre croissant d'internautes, Amazon est devenu en quelques années le pivot de l'acte de consommation des Français, une sorte de "Google du commerce". Et derrière l'apparente simplicité du site, se cache une redoutable mécanique.

Qu'il perde de l'argent ou qu'il en gagne, qu'il soit premier ou deuxième en termes de chiffre d'affaires, qu'on l'aime ou qu'on le déteste... Il est en tout cas une réalité indiscutable, Amazon s'est imposé en quelques années comme le pivot du parcours d'achat des Français. Selon Claire Koralewski, directrice générale en charge du retail au cabinet FullSIX : « Amazon cherche à construire un gazoduc dans le foyer des consommateurs en proposant tout : des produits de luxe à l'épicerie en passant par la télé en streaming. »

Quelques chiffres pour s'en convaincre :

Le site américain compte ainsi **23 millions de clients actifs dans l'Hexagone**, est visité tous les mois par **21 millions d'internautes** (sur PC, tablette ou smartphone), propose **129 millions de références** (soit 1600 fois les plus gros hypers français) et **ses fiches produits influencent 45% des Français dans leurs achats en magasin ...**

Pour en savoir plus :

[Plus qu'un commerçant, Amazon devient une sorte de société de services omnicommerce présente à tous les moments de l'acte d'achat.](#)



Académie
de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.