

Suivre LSA



Testez la newsletter quotidienne pendant 1 mois

OK

Commerce
Connecté

COMMERCE CONNECTÉ

TOUTE L'ACTU LSA

LSA EXPERT

ÉVÉNEMENTS

FORMATIONS

EMPLOI

FRANCHISE

FOURNISSEURS DE MAGASIN

MAGASIN CONNECTÉ

WEB TO STORE

E-COMMERCE

M-COMMERCE

MARKETING DIGITAL

SOLUTIONS & TECHNO

CONNECTED RETAIL

LES RENCONTRES

COMMERCE & CONSOMMATION

Rendez-vous
le mercredi 23 mars 2016[Accueil LSA](#)[Entreprises](#)[Distributeurs](#)

Easy Life Premium : les distributeurs face à Amazon Premium

FRANÇOIS DESCHAMPS

COMMERCE CONNECTÉ, DÉLAI DE LIVRAISON , ENTREPRISES

PUBLIÉ LE 02/02/2016

[TWITTER](#)[FACEBOOK](#)[LINKEDIN](#)[GOOGLE +](#)

Easy Life Premium est un service permettant aux internautes de bénéficier des livraisons et des retours de manière illimitée auprès de retailers partenaires. Sous forme d'abonnement, EL'P se positionne comme une alternative à Amazon Premium, un choix supplémentaire pour les

consommateurs, et une manière pour les retailers d'unir leurs forces dans l'adversité.



COMMENT ÇA MARCHE ? MARCHANDS ON PARLE DE NOUS FAQ A PROPOS

S'INSCRIRE

SE CONNECTER



Pour 49 euros par mois, les internautes bénéficient des livraisons et des retours gratuits et illimités auprès des commerçants partenaires

De but en blanc, Patrick Robin, CEO d'Easy Life Premium, tient à être clair : « *il ne s'agit pas d'être contre Amazon, mais de proposer une alternative, un choix supplémentaire aux consommateurs* ». Easy Life Premium (EL'P), dont la plateforme a été mise en ligne il y a dix jours à peine, propose en effet aux cyberacheteurs une offre d'abonnement transversale consistant à bénéficier des livraisons et des retours gratuits et illimités auprès d'un panel de distributeurs traditionnels, de pure players et de grandes marques. Son tarif ? 49 euros par an. Pour l'heure, EL'P compte une quinzaine de partenaires - trente aurait déjà donné un accord de principe - parmi lesquels Ooshop (Groupe Carrefour), Etam, Spartoo, Oscaro ou encore Naf Naf. « *Nous visons, dans l'absolu, les acteurs numéros un et deux sur les catégories de produits alimentaires, mode, maison et déco, bricolage, beauté, enfants et sport.* », précise Patrick Robin (photo ci-dessous). Ce service est le fruit d'une idée née il y a six ans, et n'a pour l'heure, aucun équivalent

en France.

Freiner la glotonnerie d'Amazon

EL'P s'appuie sur un constat simple : la croissance et le succès d'Amazon sont –entre autres– portés par la puissance de son offre de livraison en 24h gratuite et illimitée, Amazon Premium ('Prime' aux Etats-Unis). Sur la période des fêtes de fin d'année en 2015, le géant du e-commerce a annoncé avoir recruté trois millions de membres adhérents supplémentaires.

Si Amazon se garde bien de communiquer le nombre total de ses abonnés Premium (ou 'Prime'), le Consumer Intelligence Research Partners, l'estime à 54 millions rien que pour les Etats-Unis (Chiffre janvier 2016, source). Selon nos informations, en France à l'automne 2015, Amazon compterait deux millions d'adhérents au programme 'Premium', un chiffre en hausse et qui pourrait bien doubler en 2016.



L'adhérent Prime, deux fois plus dépensier

Un chiffre colossal qui met par ailleurs en lumière le gap existant entre les membres et les non membres du programme en termes de dépenses réalisées sur la plateforme. En effet, aux Etats-Unis, tandis que les membres 'Prime' dépenseraient en moyenne chaque année 1 100 dollars sur la plateforme, les autres clients du site ne

dépenseraient 'que' 600 dollars. Autrement dit, quasi deux fois moins. *« Les frais de livraison sont une douleur pour de nombreux cyberacheteurs. Environ 53% d'entre eux abandonnent leur panier d'achat sur un site à cause du montant des frais de livraison. Aussi, 87% d'entre eux ont une démarche proactive avant de confirmer leur commande. Souvent ils recherchent sur Internet un code promo afin d'économiser le prix de la livraison »*, souligne Patrick Robin. Une réalité qu'Amazon a bien compris, et cela, depuis longtemps.

Un client capté par Amazon Prime est perdu pour les autres distributeurs

Pour les retailers, face à cette montée en puissance d'Amazon, et à sa capacité à gagner de nouveaux clients, il y a urgence à réagir. *« Selon une étude de Business Insider Intelligence, en 2013, 2% des clients Walmart étaient également membres de l'offre Amazon Prime. En 2014, ce taux est passé à 8%, soit une croissance de 400% en une année. Dans le même temps, si 12% des clients Amazon non-membres Premium sont aussi clients chez Walmart, seuls 0,9% de clients Walmart sont à l'inverse, membres de l'offre Amazon Prime »*. En clair, un client membre de l'offre Amazon prime, est un client perdu pour les autres distributeurs. Or, il est coutume de dire que la France a quelques années de retard sur les Etats-Unis. C'est pourquoi, dans une logique d'anticipation, il est tout à fait possible d'imaginer que le même phénomène se reproduise sur le marché hexagonal dans les mois à venir. Sauf que cette fois, ce fameux 'retard' européen pourrait bien être une opportunité à saisir. *« Aucun marchand ne peut lutter seul contre Amazon, la seule solution est de jouer collectif »*, estime Patrick Robin.

Amortir l'abonnement en huit semaines

Easy Life Premium part avec un désavantage. Si la formule propose les livraisons et les retours gratuits de manière illimitée pour l'internaute, elle ne peut garantir l'arrivée des colis en 24h. Chaque marchand conservant en effet les pleins pouvoirs sur la livraison des commandes, et tous n'ont pas la capacité aujourd'hui d'assurer des livraisons express en une journée. *« En revanche, nous pouvons capitaliser sur la force et la puissance des marques avec lesquelles nous travaillons »*. Selon des études réalisées en amont du lancement d'EL'P, les internautes sont prêts à s'abonner si et seulement si, leur abonnement est amorti en 8 semaines. Une condition qui ne peut être remplie uniquement si l'e-acheteur réalise plus de trois achats par mois, et s'il dispose de la largeur d'offre nécessaire pour satisfaire cette fréquence d'achat.


Levier marketing pour les marchands

Pour les distributeurs, les avantages seraient multiples. Tout d'abord, les modalités de livraison étant devenues un argument marketing fort pour les e-marchands, adhérer à ce programme serait l'assurance de s'offrir à moindre coût, un canal d'acquisition de clients supplémentaire. *« Aussi, nous le voyons bien avec les différences de montants dépensés entre les membres et non membres du programme Prime, c'est l'assurance d'une augmentation du taux de conversion grâce à un repeat business plus important »*. Aussi, grâce aux paiements des abonnements réalisés par carte bancaire, EL'P pourrait quasiment garantir un taux de fraude proche de 0%. Enfin, Easy Life Premium reverse aux distributeurs adhérents, 30% du montant des abonnements

souscrits par les e-acheteurs. Et pour Patrick Robin, le but est clair : atteindre un million d'internautes abonnés d'ici fin 2017. Un objectif atteignable qui répond toutefois à un enjeu de communication important. « *Le logo de notre service, la coccinelle, doit devenir un label et un réflexe dans l'esprit des consommateurs* ». Outre une campagne en télévision courant d'année 2016, EL'P fera l'objet d'une extension au sein du navigateur Web, que les internautes pourront choisir d'installer ou non. Cette extension comprend un moteur de recherche à partir duquel les internautes pourront rechercher un produit donné, et accéder instantanément à la liste des marchands possédant ledit produit. Enfin, les retailers mettront en avant le service sur leur site mais aussi en fin de tunnel d'achat. Reste à savoir si un tel dispositif suffira à rattraper le déficit de notoriété auquel il doit faire face au regard de la popularité d'Amazon Premium.

RÉAGIR

EFFECTUER UNE AUTRE RECHERCHE



A LIRE AUSSI



Decathlon joue à fond la carte du web

Kwalito : une appli mobile pour manger plus sainement

Observatoire de l'alimentaire on-line les prix remontent légèrement... et la bataille fait rage à [...]

A LIRE SUR LSA

Leclerc ouvre Styl', son concept consacré à la personnalisation des objets

Portrait-robot du voleur en magasin

Pinault s'offre Michel et Augustin

Recommandé par



Prix des Monte-Escaliers

Trouvez votre meilleure offre: Il permet d'économiser jusqu'à 30%



L'équilibre idéal !

Caractère et élégance, l'équilibre idéal entre un crossover et un 4x4.



Circuit Club Med Inde

Découvrez les trésors du Rajasthan, source d'inspiration du Livre de la Jungle.



Capital.fr

Le Perp, un placement pour la retraite devenu enfin séduisant !

Publicité  LIGATUS

Découvrez nos offres de création d'entreprise en franchise dans le secteur des **Magasins**

En partenariat avec  Toute la Franchise

ESPACE ABONNÉ

[Mon compte](#)

[Newsletters](#)

[Accès aux magazines](#)

[Etudes de marchés](#)

[Contact](#)



Soldes d'hiver 2016 : toutes les dates



Autant attendus par les professionnels que par les consommateurs, les soldes approchent. Voici les dates essentielles à retenir ainsi que les exceptions départementales à connaître. [Calendrier](#)

NOS ÉVÈNEMENTS

16/03/2016

COOPERATIVES AGROALIMENTAIRES

Quels nouveaux relais de croissance pour la filière alimentaire

23/03/2016

CATEGORY MANAGEMENT

Maîtrisez l'expérience shopper tout au long de vos parcours [...]

06/04/2016

ECONOMIE COLLABORATIVE & RETAIL

Comment tirer parti des nouvelles pratiques de consommation

31/05/2016

CONGRÈS OMNICANAL

Réussir votre mutation digitale pour unifier le parcours client

[Tous nos événements](#)

LES + LUS

Kingfisher : Véronique Laury annonce 1 milliard d'euros...



Avec une hausse du CA de 3,4%, Leclerc a aligné les performances en...



Aroma-zone veut ouvrir une deuxième boutique à Paris d'ici fin 2016



OFFRES D'EMPLOI

- CHEFS DE SECTEUR ALIMENTAIRE ET NON ALIMENTAIRE (H/F)



- MANAGERS DE RAYON ALIMENTAIRE ET NON ALIMENTAIRE (H/F)



- Chef de Rayon Epicerie H/F

E.Leclerc 

- Chef de Rayon Produits Frais LS H/F

E.Leclerc 

[Créer votre CV en ligne et soyez visible des recruteurs](#)

[Toutes les offres](#)



Une marque du groupe

INFOPRO
digital