

Amazon, fort de son excellent 1er trimestre, augmente le prix de son service Prime

En marge de la publication de ses résultats trimestriels excellents, le géant du commerce en ligne Amazon a indiqué que son offre Prime passerait de 99 à 119 dollars par an (de 82 à 98 euros) aux Etats-Unis. L'action d'Amazon s'envole à la



Bourse en post-séance : +7,22% à 1 627 dollars.

Ce nouveau tarif entrera en vigueur le 11 mai pour les nouveaux abonnés et à partir du 16 juin pour ceux qui renouvelaient leur abonnement.

« Les coûts sont importants », justifie le directeur financier.

C'est la deuxième fois que le prix de Prime augmente.

En 2014, il grimpe de 79 à 99 dollars.

Comme il y a quatre ans, Amazon estime qu'il n'y aura pas d'impact à long terme sur le nombre d'abonnés, qui vient de dépasser la barre des 100 millions – dont une majorité aux Etats-Unis.

« La valeur de Prime pour les consommateurs n'a jamais été aussi élevée » dit

Amazon : nouvelles options de livraison et nombreux services pour les clients Prime.

L'abonnement Prime a été lancé en 2005. Il bénéficie de la livraison gratuite en deux jours ouvrés (un jour en France).

Aux Etats-Unis, Amazon.com propose un catalogue de films et de séries en streaming, une plate-forme d'écoute musicale, l'accès à une bibliothèque de livres numériques et un espace de stockage de photos en ligne. Elle a ajouté la livraison de produits alimentaires en deux heures.

Prime est devenu l'un des piliers de la stratégie de développement d'Amazon, dont le chiffre d'affaires a été l'an passé de 178 milliards de dollars (144 milliards d'euros). La livraison gratuite incite les clients à acheter davantage en ligne pour rentabiliser leur abonnement.

Elle les fidélise: car sur un autre site marchand, ils auront à payer des frais de port. « Les abonnés Prime dépensent en moyenne deux fois plus que les non-abonnés »,

sources : Brian Olsavsky directeur financier d'Amazon, Daniel Ives, de GBH Insights