

## Le graphique qui explique le business model magique d'Amazon (et le gros risque qui pourrait poindre)



Le modèle d'Amazon est très puissant. Un graphique tente d'expliquer ce succès phénoménal...qui pourrait bien comporter une sacrée faille.

Avec Atlantico.fr

Amazon. Le géant américain semble défier les lois physiques du business. L'entreprise n'affiche presque aucun profits, voire des profits négatifs. Mais pourtant, non seulement son cours de Bourse ne fait que grimper—même lorsque les autres valeurs de la techno s'effondrent—mais sa croissance semble également exponentielle, et l'entreprise n'arrête pas de conquérir de nouveaux marchés.

Quel est le secret de la firme de Seattle ? Nicolas Colin, professeur à Dauphine et à Sciences Po, et co-fondateur de l'incubateur parisien de startups The Family, le résume par un graphique très parlant, qui mérite d'être décortiqué un peu.

Il s'agit d'un cercle vertueux. Amazon a, en réalité, deux business principaux : le commerce direct, mais également la "marketplace", place de marché de vendeurs tiers, qui en réalité génère le plus de marge pour Amazon. Pour chacun d'entre eux, Amazon a mis en place un cercle vertueux.

Pour le commerce direct, les prix bas génèrent plus de demande, qui génèrent plus d'abonnements à Prime, le service d'abonnement d'Amazon avec expédition gratuite, qui génère plus de cashflow (puisque les abonnés payent de manière récurrente) et plus de données, qui permet d'améliorer le service, permettant ainsi de faire baisser les prix et augmenter la qualité, ce qui génère plus de demande...et ainsi de suite.

Pour la place de marché, ça commence pareil. Les prix bas créent plus de demande, qui attirent plus d'achats, qui attirent plus de vendeurs, donc plus de variété, et des prix plus bas grâce à la loi de l'offre et de la demande, et donc plus de demande des consommateurs.

Ces deux phénomènes ensemble mènent au secret d'Amazon : le cash flow. Car si l'entreprise n'affiche pas de profits comptables, elle génère énormément de cash. Où va ce cash ? Il va subventionner de nouvelles activités, pas rentables de prime abord mais qui le seront éventuellement—si ça marche. Comme le dit Jeff Bezos, PDG d'Amazon, "J'adore quand nos tentatives échouent—notre marge augmente !"

Comment ce cash flow si puissant est-il produit ? [Comme l'écrit Nicolas Colin](#), il est lié à deux phénomènes. Le premier, c'est le fonds de roulement négatif—comme tous les commerçants, Amazon est payée par ses clients avant d'avoir à payer ses fournisseurs. Donc l'entreprise est financée par ses clients.

---

Et enfin, et surtout, la croissance. La croissance génère le cash flow qui permet de financer les activités de la marque. Le chiffre d'affaires d'Amazon décrit une courbe exponentielle.

□

Ce qui suggère que ce modèle si intelligent et si efficace pourrait avoir une faille. Il nécessite la croissance. Sans croissance, le cercle vertueux pourrait s'inverser et devenir un cercle vicieux. La baisse du cashflow mènerait à une hausse des prix et à une réduction des services fournis, et donc à moins de demande, et donc un déclin de l'activité, et ainsi de suite.

[Comme l'écrit l'investisseur Timothy Green](#), "ce cash flow supplémentaire est bien, mais il n'est pas durable. Il n'existe que tant qu'Amazon continue de croître". Un géant qui court très vite, mais peut être un géant aux pieds d'argile...