

Amazon tantea a 'retailers' franceses

M. P. MADRID

Actualizado: 04/10/2017 00:31 horas

El gigante estadounidense ha intentado negociar con el grupo Casino, Intermaché y Systeme U.

Amazon pretende acelerar su ofensiva offline en el negocio de la distribución minorista de alimentación. Tras comprar en junio la cadena estadounidense de comida orgánica WholeFoods por 13.700 millones de dólares, el gigante del cibercomercio dirige sus ojos a Europa, concretamente a Francia. Según el periódico galo Le Monde, que no revela sus fuentes, Amazon se ha aproximado a varios grandes distribuidores franceses, entre ellos al grupo Casino, con la intención de sellar acuerdos de distribución o incluso para realizar alguna adquisición.

Concretamente, Amazon ha mostrado su interés en la división Monoprix del grupo Casino, una enseña que cuenta con 698 establecimientos en localizaciones céntricas de ciudades. Monoprix, que está en 250 urbes francesas, también tiene presencia en el norte de África y en países de Oriente Medio.

Junto a los supermercados de la enseña Monoprix, esta división de Casino cuenta con establecimientos de belleza, alimentación orgánica y restauración, entre otros. Según Le Monde, el grupo Casino ha rechazado negociar con Amazon. "No tenemos

intención de vender Monoprix", dicen al rotativo francés fuentes del grupo Casino, también propietario de las cadenas Spar, Vival y LeaderPrice.

Le Monde asegura que Amazon también ha contactado con Intermarché y Systeme U, otras dos cadenas francesas de alimentación. La información del periódico galo se publica semanas después de que algunos analistas se hicieran eco de rumores del mercado acerca del posible interés de Amazon por adquirir Carrefour.

El rotativo francés asegura que, según fuentes del sector de la distribución del país galo, Amazon "se ha acercado a todo el mundo, pero no ha recibido una buena acogida entre los retailers". Amazon estaría interesado en la vía de las adquisiciones para ganar capacidad de compra en el segmento de la alimentación, capilaridad y conocimiento de los consumidores, que aún se muestran reacios a la hora de comprar online alimentación, especialmente frescos.

Según Le Monde, de forma paralela, Amazon está buscando emplazamientos para abrir una quincena de establecimientos físicos propios en Francia, especialmente en París. Su objetivo sería contar en los próximos dos años con supermercados físicos inspirados en el concepto de Amazon Go, la tienda futurista sin cajas registradoras que ya opera en Seattle (EEUU).

Francia no es el único país europeo donde Amazon quiere construir un negocio de distribución offline. Le Monde asegura que la compañía también ha tanteado a la cadena Morrisons, el cuarto mayor distribuidor de alimentación en Reino Unido.