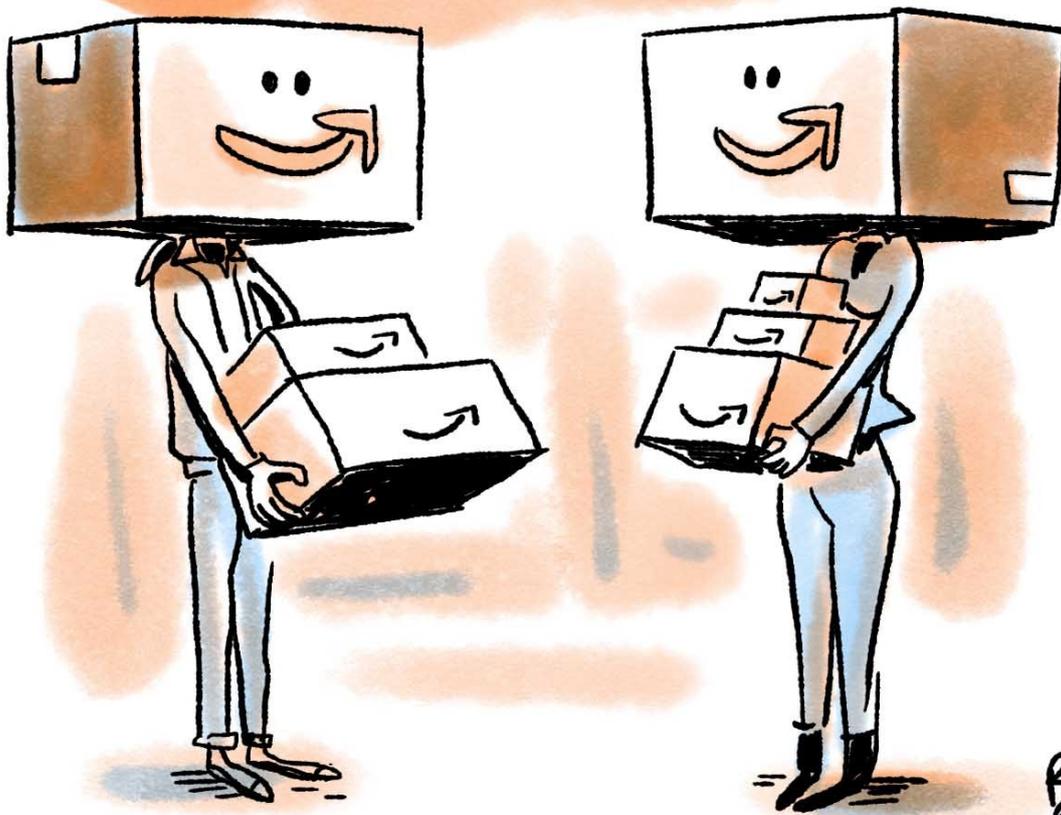


Le développement d'Amazon

Réouverture des entrepôts d'Amazon en France

*Niveau protection,
la direction a
mis le paquet*



BRIEF.ECO

BRG

Le développement d'Amazon

L'entreprise américaine Amazon rouvre depuis mardi ses entrepôts en France, fermés depuis le 16 avril. Principalement connu pour son activité de commerce en ligne, Amazon est présent dans de nombreux secteurs.

L'ACTU

Depuis mardi 19 mai, Amazon rouvre de manière progressive ses six centres de distribution en France. Il avait décidé de les fermer le 16 avril, deux jours après une décision de justice en première instance l'obligeant à réaliser avec les partenaires sociaux une évaluation des risques professionnels liés à l'épidémie de Covid-19. Dans l'attente des résultats de cette évaluation, l'entreprise devait restreindre son activité à l'envoi de produits de première nécessité sous astreinte d'un million d'euros par infraction constatée. Cette décision a été confirmée en appel le 24 avril, l'astreinte étant abaissée à 100 000 euros par infraction.

Amazon a justifié la fermeture de ses entrepôts par le fait que « même un taux infime de traitement accidentel de produits non autorisés, de l'ordre de 0,1 %, pourrait entraîner une pénalité de plus d'un milliard d'euros par semaine ». Malgré la fermeture de ses entrepôts, Amazon a continué de livrer ses clients en France depuis ses sites étrangers et par l'intermédiaire de vendeurs tiers dont les produits ne transitent pas par ses entrepôts. En France, Amazon emploie 9 300 personnes en contrat à durée indéterminée, plus des intérimaires, sur 20 sites (centres de tri, agences de livraison et centres de distribution).

L'ÉCLAIRAGE

Quelle est l'histoire d'Amazon ?

Créé en 1994 à Seattle aux États-Unis, Amazon est à l'origine une librairie en ligne. Son fondateur, Jeff Bezos, fixe comme premier objectif de « **satisfaire le client à tout prix** ». Pour y parvenir, il propose un **catalogue très vaste, des prix réduits et une livraison rapide**. Il privilégie la croissance au profit – Amazon réalise seulement en 2001 ses premiers bénéfices. L'entreprise **entre en bourse en 1997**. L'année suivante, elle vend de nouveaux produits – jouets, films ou encore jeux vidéo – et ouvre ses premiers entrepôts à l'étranger. Elle s'implante en France en 2000.

En 2006, Amazon lance **Amazon Web Service**, sa division spécialisée dans les services de cloud computing (serveurs de données) à la demande pour les entreprises et les particuliers. En 2019, cette activité représente 12 % de son chiffre d'affaires, mais 60 % de ses bénéfices, selon son rapport annuel.

Amazon a **diversifié ses activités** : il propose un service de vidéo à la demande par abonnement pour lequel il produit des contenus, commercialise la liseuse électronique Kindle et l'assistant vocal Alexa ou encore exploite sa propre flotte de fret aérien. Il a racheté en 2017 les magasins physiques de produits bio Whole Foods Market. En 2019, Amazon a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 280 milliards de dollars, un résultat net (bénéfice) de près de 11,6 milliards de dollars et emploie 840 000 personnes dans le monde.

Quelle est la stratégie d'Amazon en matière d'e-commerce ?

Amazon est à la fois un **revendeur** – il achète des produits puis les revend – et une **place de marché** – il met en relation des vendeurs et des acheteurs et perçoit une commission sur les ventes. « Plus il y a de vendeurs partenaires présents sur le site, plus c'est intéressant pour les consommateurs d'y aller faire ses emplettes et, réciproquement, plus il y a de visiteurs du site, plus il est intéressant d'y être présent comme vendeur », explique dans un article publié en 2018 le professeur français d'économie François Lévêque. Les économistes nomment « **effet de réseau** » ce phénomène par lequel l'utilité d'un produit ou d'un service croît avec la quantité de ses utilisateurs.

L'activité de **place de marché** permet aussi à Amazon de repérer les produits qui se vendent le mieux puis de les distribuer lui-même, souvent à moindre prix. Il **concurrence ainsi ses vendeurs partenaires**. Dans un article publié en 2017, la juriste américaine Lina Khan dénonce ces pratiques anticoncurrentielles, qui font actuellement l'objet d'une enquête de la Commission européenne. Elle juge que les plateformes internet, pour gagner des parts de marché, fixent des « prix prédateurs », à un niveau si bas qu'ils ne permettent pas à la concurrence de se maintenir ou de s'installer. Selon elle, le succès en bourse de ces entreprises dont les profits sont limités prouve que les investisseurs récompensent cette stratégie.

Quel est l'impact d'Amazon sur l'économie et l'emploi ?

En 2018, lors de la conférence annuelle des banquiers centraux à Jackson Hole aux États-Unis, Alberto Cavallo, professeur à la Harvard Business School, lie la **faible inflation** à l'**activité des e-commerçants** et en particulier d'Amazon. Il nomme cette théorie « l'effet Amazon ». Selon lui, la concurrence que se livrent les e-commerçants les pousse à modifier fréquemment leurs prix et à les uniformiser. Les autres commerçants sont contraints de s'aligner. Comme les prix sont modifiés par des algorithmes, Alberto Cavallo note qu'ils sont de plus en plus sensibles à certains paramètres, tels qu'une variation du prix des carburants ou des taux de change.

Dans une note publiée en novembre, le député français Mounir Mahjoubi, ancien secrétaire d'État au Numérique, affirme qu'**à chiffre d'affaires équivalent, un entrepôt Amazon emploie deux fois moins de salariés qu'un commerce traditionnel en raison de son « exceptionnelle productivité »**, résultat d'une « organisation du travail contestable » et d'une « automatisation poussée ». Dans une étude publiée en 2018 aux États-Unis, les économistes Janelle Jones et Ben Zipperer notent que **l'ouverture d'un centre de distribution Amazon conduit à une hausse de 30 % des emplois logistiques** dans le territoire, mais que les emplois créés sont « compensés par des pertes d'emplois dans d'autres secteurs ».

POUR ALLER PLUS LOIN

Concurrence féroce. Dans le site The Conversation, un média publiant des articles d'universitaires, le professeur d'économie François Lévêque analyse la stratégie d'Amazon et son rapport à la concurrence. Il raconte en particulier comment il a réussi à mettre la main sur Quidsi, une start-up spécialisée dans les produits pour bébé, malgré le refus initial de cette dernière.

Diversification. Interrogé par Marianne, le journaliste Benoît Berthelot, auteur de l'ouvrage « Le monde selon Amazon », explique comment Amazon est devenu l'une des plus grandes entreprises mondiales. Il évoque sa position de numéro 1 mondial dans le cloud, ses contrats avec l'armée et la police et les quantités colossales de données personnelles qu'il recueille.

Source: <https://www.brief.eco>