



Rapport 2020 relatif aux vendeurs partenaires européens



Publié en juillet 2021

Sommaire

Introduction	3
Investissement et croissance en Europe	4
Dynamiser les petites entreprises	6
Vendre sur Amazon	9

Introduction

Nous sommes fiers d'aider nos vendeurs partenaires à prospérer en leur permettant de vendre facilement en ligne et d'étendre leur activité de leur ville d'origine vers le reste du monde.

Notre succès est celui de nos vendeurs partenaires. En effet, plus de la moitié des produits achetés sur Amazon sont vendus par des vendeurs tiers dont la plupart sont des petites et moyennes entreprises (PME).

En 2020, 185 000 PME européennes ont vendu plus de 1,8 milliard de produits sur nos boutiques (contre 1,3 milliard en 2019). En accédant à des millions de clients Amazon partout dans le monde, les PME européennes ont effectué plus de 12,5 milliards d'euros de ventes à l'export, avec en moyenne plus de 3 400 produits vendus chaque minute. À ce jour, les PME européennes ont créé plus d'un demi-million d'emplois dans leurs régions d'origine.

Ce rapport propose un aperçu de notre relation avec les vendeurs partenaires européens : comment nous avons investi dans leur croissance et comment nous les aidons à vendre sur Amazon.

Chez Amazon, notre culture axée sur le client s'étend à nos vendeurs partenaires. Nous demandons régulièrement des retours sur nos politiques, nos procédures et outils afin de nous assurer qu'Amazon est le lieu où les vendeurs partenaires prospèrent et où les clients peuvent profiter d'une vaste sélection de produits.

En 2020, nous avons investi environ 2,8 milliards d'euros en logistique, outils, services, programmes et formations pour aider les vendeurs partenaires européens, et nous disposons d'une équipe internationale dédiée composée de plus de 10 000 personnes dont la mission est d'aider les vendeurs partenaires dans le cadre de leur activité, et ce, au quotidien.

Nous nous efforçons sans cesse de nous améliorer et nous souhaitons nous assurer que nos vendeurs partenaires puissent utiliser nos services facilement. Notre objectif est de faire de la vente sur Amazon une expérience agréable et aussi fluide que possible afin que nos vendeurs partenaires puissent continuer à croître avec Amazon en Europe et partout dans le monde.



Merci,

Xavier Flamand

Directeur des services aux vendeurs pour l'UE, Amazon

Section 1 :

Investissement et croissance en Europe



Investissement et croissance en Europe

Nous travaillons avec des vendeurs partenaires européens depuis près de 20 ans et soutenir leur succès est pour Amazon, fondamental. En 2020, nous avons continué de proposer de nouveaux outils et fonctionnalités innovants, investi dans des services de logistique locaux et étendu nos boutiques en Europe.

Nous disposons de plus de 60 sites logistiques en Europe, dont des centres de distribution, des centres de tri et des agences de livraison. Nous avons augmenté la superficie totale de nos réseaux de distribution et de logistique de 50 % en 2020 et nous continuons d'ouvrir de nouveaux centres de distribution partout en Europe.

En 2020, plus de 80 000 PME européennes ont choisi d'utiliser le service « Expédié par Amazon ». Grâce à ce service, les vendeurs partenaires peuvent stocker leurs produits dans nos centres de distribution et nous nous chargeons de les récupérer, de les emballer, de les envoyer. Nous nous chargeons également du service client.

Nous avons par ailleurs lancé Amazon.nl et Amazon.se, permettant ainsi aux clients hollandais et suédois d'accéder à des millions de produits et permettant aux vendeurs partenaires de toucher de nouveaux clients dans ces pays.

L'avis des experts

Voici ce que nos experts ont à dire sur le succès de la vente en ligne pour les PME européennes :



« Le digital peut être un réel atout pour les commerçants de proximité. L'expérience du confinement a accéléré la transformation des usages et prouvé l'utilité économique et sociale du numérique. Nos études montrent que les commerces physiques qui ont développé un service de vente en ligne observent un impact positif sur leur activité. »

- Marc Lolivier, délégué général de la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (France)

« La pandémie de COVID-19 a permis de souligner à quel point il est urgent pour les PME de numériser leurs canaux de vente si elles souhaitent rester compétitives. C'est pour cette raison que l'augmentation des ventes internationales via des canaux de vente numériques est le « moteur » de la reprise économique. »

- Joan Romero, PDG de ACCIÓ - Agència per la Competitivitat de l'Empresa (Espagne)



« Alors que nous nous concentrons sur l'avenir, équiper les petites entreprises avec les compétences et les ressources dont elles ont besoin pour tirer parti du commerce numérique représentera un élément essentiel d'une reprise économique réussie. »

- Tej Parikh, Économiste en chef, Institute of Directors (R-U)

Section 2 :

Dynamiser les petites entreprises



Dynamiser les petites entreprises

De nombreux vendeurs partenaires sont des entrepreneurs qui expérimentent et construisent leur activité avec Amazon. Rester au courant des tendances de l'e-commerce, des changements en matière de réglementation et des nouvelles fonctionnalités Amazon peut s'avérer difficile. C'est pourquoi nous offrons de nombreuses ressources pour guider ces entrepreneurs vers la réussite.

Outils commerciaux

En 2020, nous avons permis l'accès à plus de 250 nouveaux outils et services pour aider les vendeurs partenaires à lancer leurs nouveaux produits, à optimiser leurs offres et à se développer en Europe et dans le monde. Parmi ces outils figurent notamment des améliorations des outils Amazon de calcul de la TVA et de facturation, qui ont permis aux vendeurs partenaires européens d'automatiser la création de plus de 1,4 milliard de documents de facturation ; ainsi que des recommandations personnalisées « Expédié par Amazon », qui se fondent sur l'apprentissage automatique afin d'offrir aux vendeurs des recommandations personnalisées sur les produits à inclure dans le service « Expédié par Amazon » pour accélérer leur croissance sur Amazon.

Amazon Brand Analytics a également vu le jour en 2020. Cet outil aide les propriétaires de marque à prendre des décisions stratégiques concernant leur portefeuille produits et leurs activités marketing à l'aide de cinq rapports clés qui comprennent les termes de recherche, la comparaison de produits et le comportement d'achat répété. Par ailleurs, notre nouvelle solution de publicité et d'analyse Amazon Attribution offre aux vendeurs partenaires des informations concernant les campagnes marketing qu'ils mènent sur les moteurs de recherche, les réseaux sociaux, par vidéo et par e-mail en dehors d'Amazon et l'impact qu'elles ont sur les achats et les performances de vente sur Amazon.

Outils de formation

En 2020, nous avons maintenu nos vendeurs partenaires informés au travers notamment de conseils leur permettant d'optimiser leur expérience de vente sur Amazon. Nous les avons également tenu informés des évolutions réglementaires (dont celles liées au Brexit et aux changements en matière de TVA), sous la forme d'annonces régulières via Seller Central, les forums de vendeurs, des newsletters et notre appli dédiée aux vendeurs.

Notre Seller University a contribué à aider les vendeurs partenaires européens à maîtriser les outils d'Amazon et à développer leur activité grâce à des cours couvrant plus de 1 800 sujets, dont un guide pour commencer à vendre sur Amazon, une présentation du fonctionnement du service « Expédié par Amazon » et des astuces sur la publicité pour les propriétaires de marque. Les vendeurs partenaires ont visionné ce contenu plus de 800 000 fois en 2020.

Soutenir les petites et moyennes entreprises

Nous sommes heureux qu'Amazon ait pu continuer à servir nos vendeurs partenaires et nos clients au cours de la pandémie de COVID-19. Les clients ont pu commander et recevoir ce dont ils avaient besoin lors de cette crise et nos vendeurs partenaires, pour la plupart, ont vu leur activité en ligne croître. Pour soutenir les PME européennes durant cette pandémie, nous avons financé, à l'occasion de Prime Day 2020, une promotion spéciale « 10 € offerts pour 10 € dépensés » à destination de nos clients, qui a permis aux PME de générer plus de 750 millions d'euros de ventes lors des deux semaines précédant l'événement. Nous avons également soutenu des milliers d'entreprises partout en Europe avec nos services de stockage et la dispense de frais pour le service « Expédié par Amazon ».

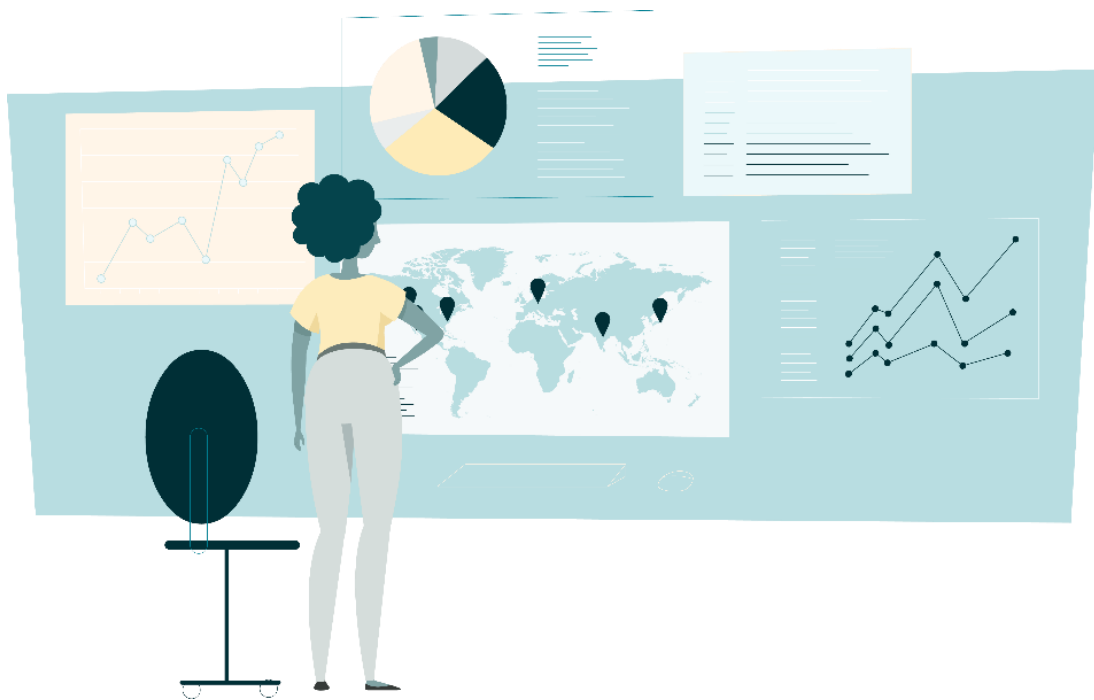
En outre, Amazon Launchpad, un programme qui met en avant les produits innovants de startups, a offert une dispense de frais continue et une formation en ligne sur le financement, le marketing et d'autres sujets.

Lancé en octobre 2020, notre programme Climate Pledge Friendly permet aux clients de découvrir et d'acheter facilement des produits certifiés de durables. Les vendeurs partenaires peuvent ainsi démontrer leur engagement envers la préservation de l'environnement en identifiant les produits certifiés par les organismes éligibles, comme Fairtrade International ou Carbon Neutral de Carbon Trust, et ainsi obtenir notre badge Climate Pledge Friendly.

En outre, nous avons investi plus de 600 millions d'euros pour protéger nos boutiques de la fraude et des abus à l'échelle mondiale. Nous avons ainsi été en mesure de protéger les marques de nos vendeurs partenaires et avons aidé les clients à ne trouver que des produits authentiques sur notre boutique. Nous avons également lancé notre programme IP Accelerator en France, en Allemagne, en Italie, en Espagne, aux Pays-Bas et au Royaume-Uni pour aider les vendeurs partenaires européens à déposer et protéger leur marque et à innover au fur et à mesure qu'ils développent leur activité.

Section 3 :

Vendre sur Amazon



Vendre sur Amazon

En vendant sur Amazon, les vendeurs partenaires peuvent profiter du volume de trafic client, tirer parti de l'envergure et de l'efficacité des coûts d'Amazon et accéder à une multitude de données et d'analyses. Nous disposons d'une équipe internationale dédiée comptant plus de 10 000 personnes dont l'objectif est d'améliorer l'expérience des vendeurs partenaires sur Amazon et de les aider à mener leur activité au quotidien.

Lorsque nous innovons pour améliorer l'expérience de vente sur Amazon, nous commençons par écouter nos vendeurs partenaires. Nos programmes d'information dédiés aux vendeurs partenaires permettent d'obtenir des retours sur nos fonctionnalités et procédures au moyen de sondages soumis aux vendeurs partenaires lorsqu'ils se connectent à leur compte, en partageant des études *ad-hoc* et en organisant des ateliers interactifs avec nos équipes. Nous analysons également les prises de contact de nos partenaires de vente afin de détecter et de régler les bugs et d'améliorer notre contenu et nos procédures d'aide.

Nous avons créé de nouveaux outils qui répondent aux besoins des vendeurs partenaires, comme le Account Health Rating qui aide les vendeurs partenaires à traiter de manière proactive les violations de politiques afin qu'ils puissent éviter toute interruption de leur activité. Le Listing Quality Dashboard, lui aussi lancé en 2020, permet aux vendeurs d'accéder à des procédures de dépannage guidées qui les aident à améliorer leurs offres et à optimiser l'accessibilité à leurs produits.

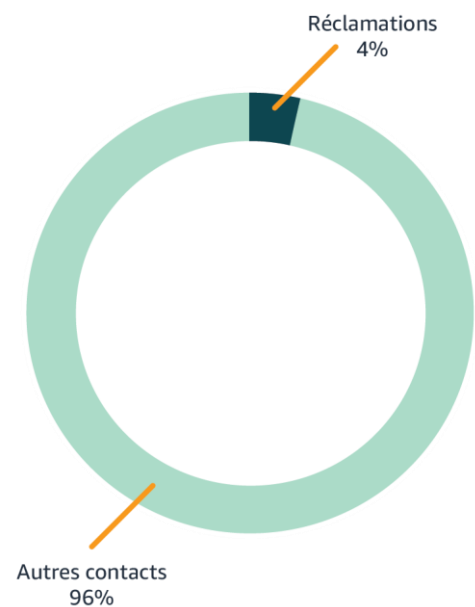
Assistance aux vendeurs partenaires et contacts

Lorsque les vendeurs partenaires européens ont besoin d'aide ou de davantage d'informations sur nos outils et nos services, ils peuvent accéder à un service d'assistance et de gestion de compte disponible dans 10 langues différentes. Nous avons également créé de nombreux outils d'aide en libre-service, faciles d'utilisation et qui permettent aux vendeurs partenaires de résoudre leurs problèmes rapidement et efficacement.

Notre équipe est disponible pour accompagner les vendeurs partenaires à mener leurs activités au quotidien. Elle les a notamment aidés à naviguer dans le contexte de la COVID-19, du Brexit, du « paquet » législatif concernant les produits et de la taxe britannique sur les services numériques.

Les vendeurs partenaires peuvent nous contacter de différentes manières : par e-mail, par téléphone et par chat. En 2020, nous avons enregistré plus de sept millions d'échanges et de prises de contact avec les vendeurs partenaires européens. La plupart de ces prises de contact concernaient la recherche de conseils, d'information et d'aide au sujet de nos outils, de nos procédures et de nos programmes. Il s'agissait notamment de questions sur la création d'offres produits, l'inscription à des programmes tels que le Registre des marques et les exigences en matière de poids et de dimensions pour le service « Expédié par Amazon ».

Les vendeurs partenaires nous ont également contactés lorsqu'ils n'étaient pas satisfaits de nos services ou pour contester nos politiques ou décisions. En 2020, ceux-ci ont représenté moins de 4 % de tous les échanges effectués avec les vendeurs partenaires européens (284 577 contacts).



Voici les cinq sujets principaux qui ont conduit à des plaintes de la part des vendeurs partenaires : Affichage et offre des produits (65 %) ; « Expédié par Amazon », commandes et remboursements (23 %) ; Inscription, accès au compte et paramétrages (6 %) ; et Publicité et services complémentaires (5 %).

En 2020, nous avons étudié 68 % de ces plaintes et pris une décision finale à leur sujet en moins de 24 heures. Notre temps de traitement moyen était de 3,7 jours. Dans 90 % des cas, nous avons résolu les plaintes de manière satisfaisante pour les vendeurs partenaires.

Si les vendeurs partenaires ne sont pas satisfaits d'une décision prise par Amazon après avoir contacté notre équipe d'assistance, ils peuvent chercher à résoudre la plupart des litiges au moyen d'une procédure de médiation indépendante, facilitée par le CEDR, Centre pour le règlement efficace des différends (plus d'informations disponibles [ici](#)). Amazon étudie tous les cas de médiation et tente de les résoudre avant que la procédure de médiation formelle ne commence, permettant aux vendeurs partenaires d'économiser du temps et de l'argent.

En 2020, les vendeurs partenaires européens ont envoyé 74 demandes de médiation. Amazon en a résolu 58 de manière satisfaisante pour les vendeurs partenaires avant que la procédure de médiation ne soit engagée. Pour 13 cas, les vendeurs partenaires ont reçu des informations sur la manière de commencer une médiation, mais ont choisi de ne pas y donner suite. En ce qui concerne les médiations qui ont eu lieu, dans deux cas sur trois, le médiateur était en accord avec la décision d'Amazon. Enfin, sur les 74 demandes de médiation et parmi les cas pour lesquels une procédure de médiation a eu lieu, le médiateur a recommandé que nous changions notre décision pour un cas seulement, recommandation que nous avons suivie.

Pour aller plus loin

En 2021 et au-delà, nous continuerons de soutenir les vendeurs partenaires et d'investir en eux en leur fournissant les outils dont ils ont besoin pour faire prospérer leur activité de vente en Europe et dans le monde.

Pour obtenir plus d'information sur la manière dont nous soutenons les petites et moyennes entreprises et dont nous protégeons les marques, veuillez consulter notre [Rapport PME 2021](#) et notre [Rapport 2020 de protection des marques](#).

