



Rapport 2021 relatif aux vendeurs partenaires européens



Publié en juillet 2022

Introduction

Nous sommes fiers d'accompagner le succès de nos vendeurs partenaires européens en les aidant à vendre facilement en ligne et à développer leur activité à l'international depuis leur implantation locale.

Notre réussite est celle de nos vendeurs partenaires : plus de la moitié des produits achetés sur les boutiques Amazon sont vendus par des vendeurs partenaires, dont beaucoup sont des petites et moyennes entreprises (PME).

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

Avec l'objectif de toujours nous améliorer, nous faisons le maximum pour que nos vendeurs partenaires puissent utiliser nos services facilement. Pour qu'ils continuent à développer leur activité commerciale en Europe et au-delà avec Amazon, notre objectif est de rendre leur expérience de vente sur Amazon la plus fluide, intuitive et satisfaisante possible.

Investissements et croissance d'Amazon en Europe

Le premier investissement d'Amazon en Europe remonte à il y a plus de 20 ans. Depuis, nous avons investi massivement pour développer nos activités dans 20 Etats membres de l'UE et au Royaume-Uni.

Rien qu'entre 2010 et 2020, nous avons investi plus de 100 milliards d'euros dans le développement de nos activités dans l'UE et au Royaume-Uni. Si l'on cumule le total de nos investissements en Europe et notre contribution globale au PIB de l'Union, nos activités pan-européennes représentent un total estimé à plus de 200 milliards d'euros depuis 2010.

Ces investissements font d'Amazon un employeur de premier plan en Europe. Nous employons plus de 200 000 personnes en contrats permanents en Europe, sans compter les nombreux effectifs ponctuels et saisonniers qui viennent s'y ajouter. Nous sommes très fiers de pouvoir créer autant d'emplois de qualité. Rien qu'en 2021, nous avons créé 65 000 nouveaux postes permanents pour nos activités européennes.

Nous comptons 70 centres de distribution en Europe et avons plus que doublé nos capacités logistiques en 2021. Plus de 240 000 PME européennes vendent sur Amazon, et plus de 110 000 d'entre elles ont recours au service Expédié par Amazon (FBA). Avec Expédié par Amazon, les vendeurs partenaires stockent leurs produits dans nos centres de distribution et nous nous chargeons de préparer les commandes, de les expédier et de gérer le service client.

Toujours en 2021, Amazon a investi plus de 900 millions de dollars dans le monde et mobilisé plus de 12 000 experts, dont des spécialistes du *machine learning*, des développeurs, et des enquêteurs expérimentés, dédiés à la protection des clients, des marques, des vendeurs partenaires et de nos boutiques contre la contrefaçon, la fraude et les autres formes d'abus.

C'est avec beaucoup d'enthousiasme que nous continuerons d'investir en Europe et de nouer des partenariats avec les petites et moyennes entreprises européennes pour servir au mieux nos clients.

Section 1 :

Dynamiser les petites entreprises



Dynamiser les petites entreprises

Beaucoup de nos vendeurs partenaires sont des entrepreneurs qui comptent sur Amazon pour les aider à croître et à développer leur activité. Rester au courant des dernières tendances de l'e-commerce, des changements en matière de réglementation et des nouvelles fonctionnalités Amazon peut s'avérer difficile. C'est pourquoi nous mettons à leur disposition de nombreuses ressources pour les guider et accompagner leur succès.

Outils commerciaux et outils de formation

En 2021, nous avons mis en place de nouveaux outils et services pour aider nos vendeurs partenaires à lancer de nouveaux produits, à optimiser leurs offres et soutenir leur développement en Europe et à l'international.

Nous avons continué à apporter à nos vendeurs partenaires les informations qui leur sont utiles pour optimiser leur expérience de vente sur Amazon et pour qu'ils restent informés des nouvelles règles et obligations réglementaires applicables, à travers des annonces régulières via Seller Central, les forums de vendeurs, des bulletins d'information ou encore notre appli dédiée aux vendeurs.

Notre programme de formation Seller University a aidé nos vendeurs partenaires européens à maîtriser l'utilisation des outils d'Amazon pour développer leur activité de e-commerce. Les cours disponibles couvrent des centaines de thématiques comme par exemple : comment commencer à vendre sur Amazon, comment fonctionne le service Expédié par Amazon (FBA), comment promouvoir sa marque et ses produits, etc.

Amazon a également lancé deux nouveaux programmes Expédié par Amazon (FBA) : FBA Liquidations et FBA Grade and Resell. Ces programmes ont été imaginés pour faciliter la revente sur Amazon des produits retournés par les clients ou des stocks excédentaires, ce qui permet de donner une seconde vie à davantage de produits.

Nous avons également déployé le service [Transparency](#) qui permet aux marques de repérer et tracer les produits dans leurs canaux de distribution et d'obtenir des données analytiques avancées sur les retours des clients. Ce nouveau service permet aux marques de visualiser les tendances les concernant, d'identifier les produits présentant des défauts au niveau d'une usine ou d'un lot de fabrication et d'apporter les correctifs nécessaires.

Cette année encore, nous avons continué de proposer à nos vendeurs partenaires des outils dédiés qui répondent à leurs besoins. C'est le cas par exemple du service Account Health Rating, qui permet d'évaluer l'état de santé du compte et aide les vendeurs partenaires à intervenir pour corriger les problèmes de conformité de leurs produits aux conditions générales et à assurer ainsi la continuité de leur activité. C'est aussi le cas du Listing Quality Dashboard, outil d'aide à la résolution des problèmes de référencement, qui permet d'optimiser la visibilité des produits.

Soutenir les petites et moyennes entreprises

Avec la pandémie de Covid-19, de nombreuses entreprises européennes se sont adaptées et beaucoup se sont mises à vendre en ligne pour la toute première fois. Nous avons investi plus de 7 millions d'euros dans des programmes de formation au numérique pour accompagner la digitalisation des entrepreneurs européens, au Royaume-Uni, en Allemagne, en France, en Italie et en Espagne, en coopération avec une

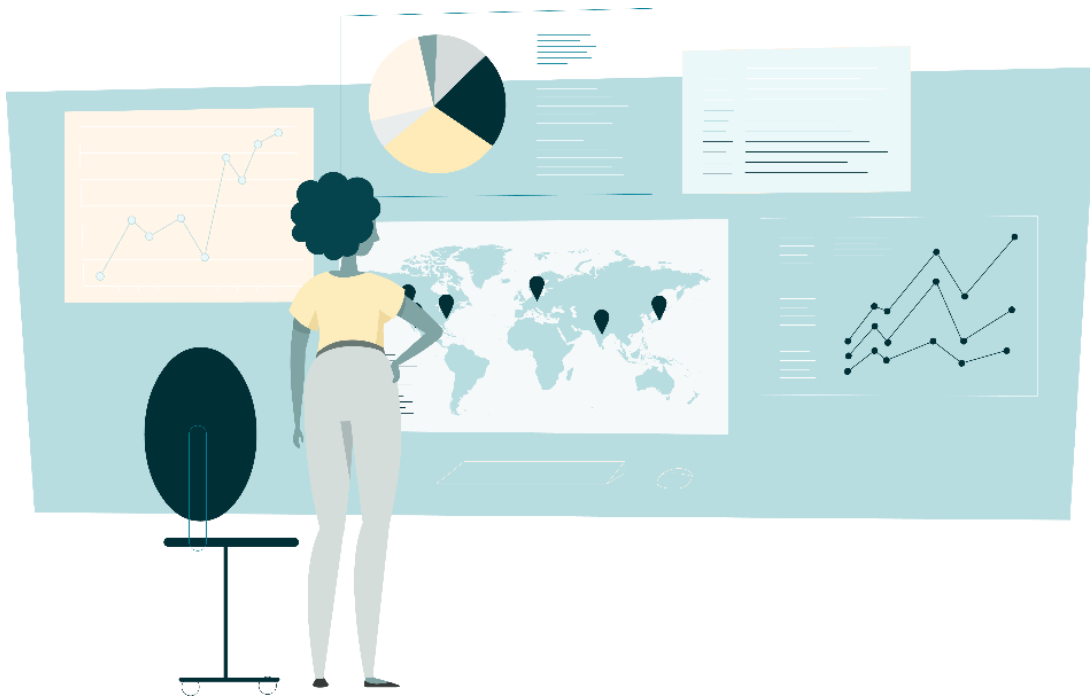
trentaine de partenaires locaux. A ce jour, ce programme a permis de soutenir plus de 350 000 entrepreneurs européens dans leur transition vers la vente en ligne, sur Amazon comme ailleurs.

En 2021, Amazon a annoncé le lancement des Launchpad Innovation Awards, un prix ouvert aux start-ups européennes innovantes, avec à la clé une prime de 100 000 euros pour la « start-up de l'année ». Ce prix reflète la volonté d'Amazon de soutenir et promouvoir des marques émergentes et d'apporter pleine satisfaction à ses clients avec des produits novateurs.

Pour en savoir plus sur la façon dont Amazon accompagne les PME et s'engage pour la protection des marques, visitez [About Amazon](#) et lisez l'édition [2021 de notre Rapport de protection des marques](#).

Section 2 :

Vendre sur Amazon



Vendre sur Amazon

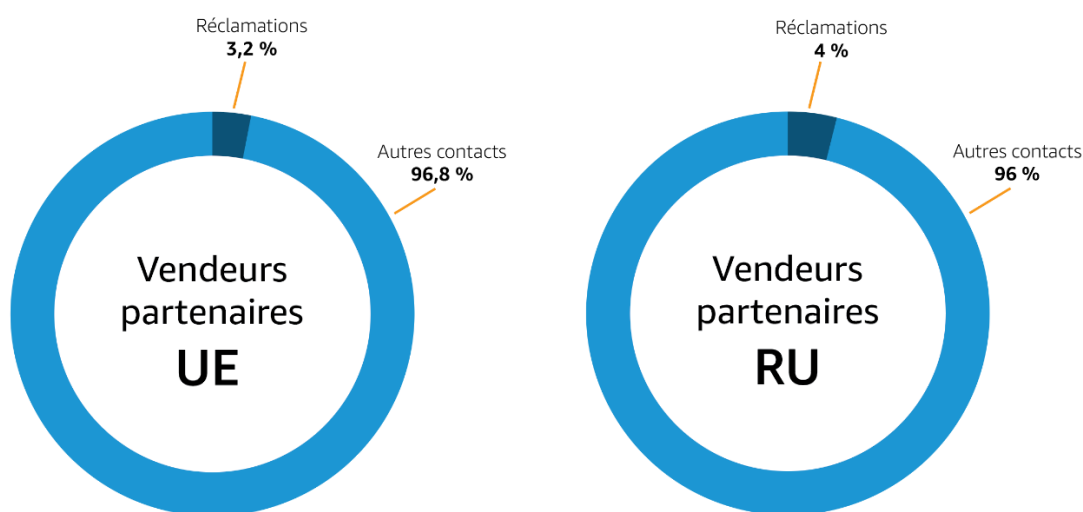
En vendant sur les boutiques Amazon, les vendeurs partenaires peuvent s'appuyer sur notre structure et notre rayonnement ainsi que sur l'efficacité des coûts d'Amazon pour accéder à de nouveaux marchés et toucher de nouveaux clients. Ils ont également accès aux données, statistiques et outils analytiques mis à leur disposition par Amazon. Une équipe dédiée, composée de plusieurs milliers de personnes, s'efforce d'améliorer l'expérience de nos vendeurs partenaires et les accompagne dans la conduite de leurs opérations au quotidien.

Nous nous tenons à l'écoute de nos vendeurs partenaires pour innover et améliorer leur expérience de vente sur Amazon. Pour obtenir leurs avis sur nos fonctions et nos processus, nous recueillons notamment leurs témoignages à travers des sondages qui s'affichent à l'ouverture de leur compte, nous nous appuyons sur des études ad-hoc ainsi que sur des ateliers interactifs animés par nos équipes. Nous analysons également nos échanges et interactions avec les vendeurs partenaires pour identifier et corriger les éventuels problèmes et améliorer nos contenus et processus d'aide.

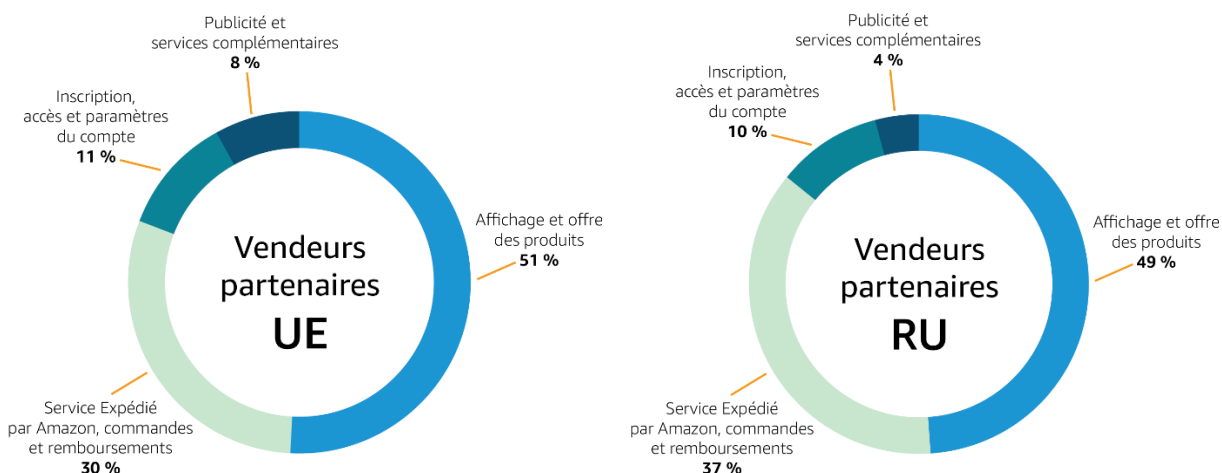
Assistance aux vendeurs partenaires et contacts

Les vendeurs partenaires peuvent nous contacter de plusieurs façons, dont par e-mail, téléphone, chat, etc. En 2021, nous avons relevé plus de quatre millions d'échanges et de prises de contact avec nos vendeurs partenaires dans l'UE et plus d'un million avec ceux du Royaume-Uni. Très souvent, ces prises de contact sont motivées par la recherche de conseils, de renseignements ou d'une aide concernant l'utilisation de nos outils, processus et programmes.

Les vendeurs partenaires nous ont également parfois contactés lorsqu'ils n'étaient pas satisfaits de nos services ou pour contester nos politiques ou décisions. En 2021, ce fut le cas pour 3,2 % de l'ensemble des prises de contact de vendeurs partenaires de l'UE (152 730 contacts) et pour 4 % des prises de contact de vendeurs partenaires du Royaume-Uni (43 484 contacts). La grande majorité de ces réclamations a pu être traitée et résolue de façon satisfaisante pour le vendeur partenaire (voir page suivante).



Les réclamations des vendeurs partenaires peuvent être classées dans cinq grandes catégories : Affichage et offre des produits (51 % dans l'UE, 49 % au RU) ; Service Expédié par Amazon, commandes et remboursements (30 % dans l'UE, 37 % au RU) ; Inscription, accès et paramètres du compte (11 % dans l'UE, 10 % au RU) ; et Publicité et services complémentaires (8% dans l'UE, 4 % au RU).



Dans l'Union européenne, nos délais moyens de traitement des contacts sont de 5,5 jours, 7,5 jours au Royaume-Uni, hors délais de réponse des vendeurs partenaires. Dans 87 % des cas dans l'UE et 84 % des cas au RU, la réclamation a pu faire l'objet d'une résolution satisfaisante pour le vendeur partenaire. Il existe une très grande variété de types de réclamations avec des degrés de complexité différents, certaines nécessitant un examen plus approfondi avant de pouvoir proposer une solution.

Dans l'éventualité où un vendeur partenaire resterait insatisfait des suites données à sa réclamation par les équipes de support Amazon, il peut demander que son litige fasse l'objet d'une procédure de médiation indépendante via le CEDR, Centre pour le règlement efficace des différends (plus d'informations [ici](#)).

En 2021, 237 demandes de médiation éligibles ont été soumises par des vendeurs partenaires de l'UE. Amazon examine chaque dossier et s'efforce de trouver une solution avant le début de la procédure formelle de médiation, de façon à faire économiser du temps et de l'argent aux vendeurs partenaires. Amazon a ainsi résolu 122 demandes de médiation de façon anticipée et satisfaisante pour les vendeurs partenaires de l'UE. Sur les 115 cas restants dans l'UE, seuls cinq vendeurs partenaires dans l'UE ont choisi de poursuivre la procédure de médiation. Le médiateur a donné raison à Amazon dans quatre de ces cas.

En 2021, 197 demandes de médiation éligibles ont été soumises par des vendeurs partenaires du Royaume-Uni. Amazon a résolu 120 demandes de médiation de façon anticipée et satisfaisante pour les vendeurs partenaires. Sur les 77 cas restants, seuls huit vendeurs partenaires du Royaume-Uni ont choisi de poursuivre la procédure de médiation. Le médiateur a donné raison à Amazon dans cinq de ces cas.

