



Syndicat de la Librairie Française



Amazon, cette inexorable machine de guerre qui étouffe la concurrence, dégrade le travail et menace nos centres-villes

Synthèse du rapport d'Olivia LaVecchia et de Stacy Mitchell

Traduction française : Syndicat de la librairie française

Amazon, à l'origine simple librairie en ligne fondée par Jeff Bezos en 1995, touche un immense public, mais reste étonnamment invisible : sa puissance et son omniprésence peuvent facilement passer inaperçues. Mais derrière ces cartons sur les trottoirs et la perfection du service, ce que l'on ne voit pas, c'est qu'Amazon s'est introduit dans une part grandissante de nos activités et de nos transactions quotidiennes. La moitié des foyers américains sont aujourd'hui abonnés à « Prime », son programme (payant) de livraison express et gratuite ; la moitié des personnes qui vont sur le net pour y faire des achats démarrent leur recherche directement sur Amazon, qui empoche près de la moitié de l'argent dépensé en ligne par les Américains. Dans cinq ans, le cinquième de la distribution américaine (3,6 mille milliards de dollars) aura basculé en ligne et Amazon s'en attribuera les deux tiers.

Mais Amazon est beaucoup plus qu'un énorme distributeur particulièrement agressif. Ce phénomène inédit dans l'histoire économique américaine est une puissance d'un type nouveau. Amazon contrôle chaque jour davantage la structure sous-jacente de l'économie. Marketplace, sa plateforme de marché ouverte aux vendeurs tiers, est désormais la plateforme dominante de l'e-commerce. Sa division Web Services met la puissance de calcul et de stockage de son cloud computing à la disposition de chacun : de Netflix à la CIA, tout le monde en est client. Son maillage d'entrepôts et de centres logistiques dessert pratiquement toutes les grandes villes américaines. Forte de ce réseau et de son savoir-faire en matière de préparation et de livraison des commandes, la firme les exploite aujourd'hui pour elle-même, mais aussi pour d'autres entreprises. Le contrôle de cette infrastructure stratégique lui confère une situation favorable face à ses concurrents et lui permet même de définir leurs conditions d'accès au marché.

Et ce n'est pas tout. Amazon gère aujourd'hui les paiements d'autres acteurs de l'e-commerce et effectue les livraisons de divers restaurants dans plus d'une douzaine de villes américaines. Il produit des films, des programmes de télévision et fabrique des milliers de produits, des chemisiers aux aliments pour bébé, en passant par des piles. Il fait travailler plus de 1 000 personnes sur l'intelligence artificielle, publie des livres – ses propres titres figurant souvent en tête de liste des meilleures ventes de Kindle, la liseuse maison. Il se pose en challenger de Google pour les recherches en ligne et d'Apple pour l'informatique grand public. Il possède des marques comme Twitch, qui, avec ses cent millions d'utilisateurs, est l'une des plus grandes plateformes de jeux vidéo ou encore Audible, numéro



Syndicat de la Librairie Française

1 du livre audio. Amazon Handmade fait tout pour couler Etsy et Amazon Business pour pulvériser Staples et les autres distributeurs indépendants de fournitures de bureau. Amazon a installé des consignes dans les campus afin d'y faciliter ses livraisons aux étudiants et héberge un site qui propose des plans de cours aux enseignants. Il a lancé un service de musique en streaming similaire à Spotify et, au cours des trois dernières années, son offre vidéo en streaming est passée de 1% à 4% de l'ensemble de l'utilisation d'Internet en prime time. Amazon ouvre des centaines de magasins en dur, dont des librairies, des supérettes et des showrooms pour ses liseuses Kindle et ses enceintes connectées Echo. Il se développe rapidement en Europe, en Inde et en Chine.

Le pari d'Amazon, c'est que tant que les consommateurs bénéficieront de la commande en un seul clic et de la livraison le jour même, ils ne réagiront pas au fait qu'il resserre sans cesse le nœud coulant dans lequel il nous étrangle sans même que nous nous en rendions compte. Le géant de l'e-commerce se sert des données qu'il accumule au fil de nos pérégrinations et de nos achats sur le net pour nous mettre sous les yeux les articles susceptibles de nous intéresser, voire ajuster ses prix en conséquence. Le contrôle qu'il exerce sur les vendeurs de Marketplace, conjugué à son propre pouvoir en tant que producteur, signifie qu'il oriente de plus en plus nos choix, décide des produits qui seront ou non mis sur le marché et figureront ou non sur nos écrans. La position chaque jour plus dominante d'Amazon impose des coûts faramineux à l'ensemble de la société. Elle détruit des opportunités, creuse les inégalités, concentre le pouvoir, menace gravement la libre concurrence, la cohésion sociale et la démocratie.

Ce rapport présente des données nouvelles et fait la synthèse de rapports et de travaux de recherche antérieurs. Dans la première partie, « Une stratégie de monopole », il examine la façon dont Amazon utilise sa position dominante pour éliminer la concurrence et prendre le contrôle de divers secteurs d'activité, laissant dans son sillage une économie moins diversifiée, moins innovatrice et moins riche en opportunités pour les entrepreneurs.

- Amazon utilise ses colossales ressources financières pour vendre nombre de produits à un prix inférieur au prix coûtant. Cette tactique vise à éliminer les concurrents et à attirer les clients au sein de son écosystème payant (Prime), réduisant fortement les chances qu'ils aillent voir ailleurs par la suite.
- En utilisant Prime pour accroître sa part de marché du commerce en ligne, Amazon ne laisse d'autre choix aux distributeurs et fabricants rivaux que de vendre sur Marketplace, sa propre plateforme. Ce faisant, il substitue un marché privé qu'il contrôle au marché libre, ce qui lui permet de dicter ses termes à ses concurrents plus petits et de prélever sa dîme sur leurs recettes.
- Amazon joue sur l'interaction entre la vente en ligne qu'il exerce directement et les activités de sa Marketplace pour faire pression sur les fournisseurs, optimisant sa propre domination. Il leur extorque des commissions de plus en plus lourdes. Jusqu'au moment où, exsangues, ils ne sont plus en capacité d'inventer et de développer de nouveaux produits.



Syndicat de la Librairie Française

- Dans le même temps, Amazon étend rapidement ses propres gammes de produits, puisant dans l'immense réserve de données collectées sur sa plateforme Marketplace pour comprendre le métier de ses fournisseurs... avant de les concurrencer directement. Nombre de ces produits vendus sous sa marque figurent en tête des résultats de recherche.
- Amazon accélère le déclin rapide de myriades de commerces indépendants. Les fabricants jugent cette tendance préjudiciable à leur activité dans la mesure où les nouveaux produits, les jeunes auteurs ou les créateurs ont désormais plus de mal à trouver leur public.
- Amazon constitue un danger plus grave encore pour l'industrie du livre. Ce géant de la vente de livres en ligne peut manipuler à sa guise le résultat de nos recherches sur le net, en faire disparaître certains titres, orienter notre attention sur d'autres. Il menace ainsi la circulation libre et ouverte d'idées et d'informations.
- Amazon exploite son inépuisable réserve de données qui lui donnent une connaissance fine de nos habitudes d'achat. Cela lui permet d'augmenter les prix, voire d'interdire l'accès à certains produits ou encore de punir les clients récalcitrants qui refusent de s'abonner à Prime en leur faisant payer plus cher les frais de port ou en allongeant le délai de livraison.
- Mais à trop se polariser sur les prix, on passe à côté des vrais coûts que nous impose le monopole d'Amazon. L'étau dans lequel il nous enferme réduit nos chances de trouver un bon emploi et bride notre liberté en qualité de créateurs de valeur. Le nombre de créations d'entreprises s'est effondré ces dix dernières années. Les économistes estiment que cela pèse sur la création d'emplois, étouffe les classes moyennes et creuse les inégalités de revenus.

Dans la seconde partie, « Une expansion à marche forcée au détriment des emplois et des salaires », ce rapport analyse le modèle social d'Amazon. Le travail, dans ses 190 entrepôts et autres centres logistiques, ressemble davantage à un modèle du passé qu'à un avenir prometteur : de nombreux employés, sous-payés, souvent condamnés à la précarité de l'intérim ou du travail à la tâche, y effectuent des tâches épuisantes.

- Amazon a éliminé environ 149 000 emplois de plus dans le commerce de détail traditionnel qu'il n'en a créé dans ses entrepôts et le rythme de ces licenciements se précipite. De nombreux emplois sont en danger : le secteur de la distribution représente environ un emploi sur 8 aux États-Unis et, contrairement aux emplois d'Amazon, ils sont disséminés sur l'ensemble du territoire.
- Le travail, dans les entrepôts d'Amazon, est exceptionnellement pénible, alors que l'entreprise paie ses salariés manutentionnaires en moyenne 15% de moins que dans les autres entrepôts de la région.



Syndicat de la Librairie Française

- Dans les entrepôts d'Amazon, beaucoup de manutentionnaires ne sont pas salariés par la firme. Leurs employeurs sont des agences d'intérim. Amazon les qualifie de « saisonniers » alors qu'ils travaillent souvent tout au long de l'année. Ce dispositif lui permet d'esquiver ses responsabilités, en particulier en matière d'accidents du travail. Il contribue également à dissuader ses propres salariés de se battre pour l'amélioration de leurs conditions de travail.
- Amazon a de plus en plus souvent recours au « travail à la demande », sur le modèle tant décrié d'Uber. Dans 30 villes, il fait appel à des livreurs indépendants qui reçoivent leurs instructions via une application sur leur portable et sont payés à la pièce, chichement, pour chaque colis livré.
- La compagnie repousse les frontières de l'automatisation, puisqu'elle installe des robots dans ses centres logistiques les plus récents et développe des drones qui pourraient livrer à domicile, sans aucune intervention humaine, la plupart des articles qu'elle expédie. Amazon semble vouloir, à l'avenir, employer le moins de personnel possible, et s'appuyer sur des machines et une réserve de travailleurs indépendants auxquels il ferait appel en cas de besoin.
- Amazon étend son modèle social précaire à la livraison des colis, menaçant ainsi les emplois de près d'un million de salariés du secteur qui touchent actuellement des rémunérations convenables. Il loue des avions cargos, s'est doté d'une flotte de camions et ses lobbyistes travaillent à l'autorisation d'utiliser des drones afin de compléter son arsenal logistique, tant pour ses propres besoins que pour ceux d'autres entreprises.
- Si Amazon pressure son personnel, il couvre d'or une poignée de dirigeants. En 2017, à la faveur de l'envol de la valeur en bourse d'Amazon à la suite du Black Friday, Jeff Bezos a dépassé Bill Gates et Warren Buffet, devenant ainsi la personne la plus riche du monde, selon l'agence de presse économique américaine Bloomberg.

Dans la troisième partie, « Amazon ruine la vitalité des centres villes », ce rapport explore la façon dont Amazon bouleverse la relation traditionnelle entre le commerce et le lieu, transformant nos villes et notre possibilité de « vivre-ensemble » en menaçant les flux de revenus et le capital relationnel indispensables au bon fonctionnement de nos territoires.

- Amazon, en accroissant sans cesse sa part de marché, a déjà vidé plus de 14 millions de m² de locaux commerciaux, l'équivalent de 700 hypermarchés et provoqué la fermeture de 22 000 magasins de centre-ville.
- La vitalité de nos villes est largement liée au commerce de proximité et aux nombreuses rencontres qu'il occasionne. Sur Amazon, le shopping est une activité solitaire, ce qui entraîne une lourde incidence sur nos relations sociales.



Syndicat de la Librairie Française

- La propriété d'un commerce local est une puissante source de capital relationnel. Nombre de propriétaires de magasins indépendants ont, lors d'études récentes, cité Amazon comme étant la principale menace à leur survie.

- L'invisibilité d'Amazon et son absence de présence incarnée rendent plus difficile de réagir, sur le terrain, à l'impact de sa force de frappe. Il est important de savoir que tous les acteurs de l'e-commerce ne suivent pas son exemple et que de nombreuses entreprises vendent en ligne tout en restant profondément ancrées localement.

Enfin, dans la dernière partie, « Organiser la résistance politique face à Amazon » le rapport examine la façon dont la montée en puissance d'Amazon a été massivement facilitée par le gouvernement américain, par le biais de subventions et de dérogations fiscales qui se chiffrent en milliards de dollars.

- Aux Etats-Unis, Amazon a empoché depuis 2005 au moins 613 millions de dollars de fonds publics pour financer ses entrepôts. Plus de la moitié des 77 grandes plateformes logistiques construites entre 2005 et 2014 ont été subventionnées par les contribuables.

- Eviter de collecter la taxe sur les ventes a largement contribué à l'essor d'Amazon. Aujourd'hui encore, il reste 16 États dans lesquels il ne la collecte toujours pas, aux dépens des magasins en dur.

- Amazon a eu recours à un paradis fiscal pour éviter de verser des centaines de millions de dollars par an d'impôts fédéraux. Son système d'évasion fiscale, utilisé pendant plus de douze ans, est aujourd'hui l'objet de multiples investigations. Mais, quelle que soit l'issue de ces affaires, cette manœuvre a déjà aidé Amazon à acquérir une position dominante grâce à un taux d'imposition très inférieur à celui des autres distributeurs.

Ce rapport esquisse ensuite les mesures que devraient prendre les responsables politiques pour juguler la puissance d'Amazon et créer les conditions d'une économie plus concurrentielle et plus équitable.

- Il faudrait restaurer le large éventail d'objectifs qui a inspiré l'application de la législation antitrust durant la majeure partie du XXe siècle. Puis utiliser ces dispositions législatives pour scinder Amazon en plusieurs entités distinctes, l'empêcher d'utiliser ses ressources financières contre ses concurrents plus petits et veiller à ce que la concurrence sur sa plateforme soit loyale et saine.

- Il faudrait revoir la législation du travail afin de protéger les droits des salariés dans l'économie numérique, renforcer la protection des titulaires d'emplois temporaires et empêcher les entreprises de déclarer de nombreux employés avec la qualification de contractuels indépendants, échappant ainsi aux normes en termes de rémunération et de durée du travail.



Syndicat de la Librairie Française



- Les élus locaux devraient cesser d'offrir à Amazon des subventions et des dérogations fiscales. Ils devraient repenser leur politique d'incitation économique pour que celle-ci soit cohérente avec les bénéfices fiscaux et sociétaux qu'offrent les entreprises locales indépendantes.

Amazon fait penser aux barons du chemin de fer américains du XIXe siècle, qui décidaient quelles entreprises pourraient ou non acheminer leurs marchandises jusqu'à leurs clients et ce qu'il leur en coûterait, ou aux patrons d'ateliers de confection du même âge d'or inégalitaire, qui payaient leurs ouvrières à la tâche. Amazon a des ambitions monopolistiques et exerce sur l'industrie du livre une position presque aussi dominante que celle de la Standard Oil sur le pétrole lorsqu'elle a été démantelée en 1911. C'est vers cette époque, avec ses briseurs de trusts, sa méfiance du pouvoir illimité de l'entreprise, son combat pour la journée de travail de huit heures, que nous pouvons nous tourner pour réfléchir à la nécessité de façonner notre avenir numérique en élaborant des politiques publiques au service de l'intérêt général.

Il n'est pas inévitable qu'Amazon conserve indéfiniment sa position dominante. Ses pratiques ne sont pas synonymes d'innovation numérique porteuse d'avenir. À côté d'Amazon, des foules d'entreprises indépendantes créent des modèles où le commerce est à la fois numérique et implanté localement. Il y a aussi des entreprises dans le commerce, la distribution et le transport qui versent des salaires convenables à leur personnel. De nouveaux modèles émergent intégrant la façon dont on pourrait exploiter les plateformes numériques pour promouvoir la libre concurrence et le bien commun. Mais pour que ces autres modes d'organisation économique aient une chance de réussir, il faut commencer par regarder en face la façon dont Amazon resserre inexorablement son étau sur le commerce et les conséquences du pouvoir que cela lui confère.

Institute for Local Self-Reliance

www.ilsr.org

Syndicat de la librairie française

Tél. : 01 53 62 23 13

m.leguillou@syndicat-librairie.fr

www.syndicat-librairie.fr

www.librairiesindependantes.com

Twitter : @SLF_Librairie

Facebook : @Librairiesindependantes