



**Impunité fiscale, sociale,
environnementale**

Immersion dans le modèle Amazon



SOMMAIRE

P.3

Résumé

P.30

Partie 3 : Amazon, l'innovation au détriment des salarié·e·s



P.4

Nos revendications



P.39

Partie 4 : Amazon, économie globale contre économie locale

P.6



Introduction

P.45



Partie 5 : Face à Amazon, la riposte citoyenne s'organise



P.10

Partie 1 : Amazon, l'évadé fiscal

P.19



Partie 2 : Amazon, ennemi de l'environnement et du climat



P.53

Présentation des organisations à l'initiative du rapport



Résumé

Évasion fiscale massive, développement d'entrepôts entièrement robotisés, livraisons par drones, repas fournis en moins de 30 minutes, salarié·e·s sous surveillance, reconnaissance faciale, destruction d'invendus... Le monde selon Amazon, première capitalisation boursière au monde, semble s'inspirer d'une science-fiction. C'est pourtant une réalité chaque jour plus concrète.

Cette position invasive et omnipotente, Amazon a pu l'acquérir en s'affranchissant d'une série de règles et de lois. Jeff Bezos, multimilliardaire à la tête de la firme, a su construire sa suprématie au détriment du respect des normes les plus élémentaires.

Dans ce rapport, Attac France, les Amis de la Terre et l'Union syndicale Solidaires démontrent, chiffres et données à l'appui, l'impunité fiscale, sociale et environnementale dont jouit Amazon depuis de trop nombreuses années. Cette étude présente une série d'indicateurs qui éclairent sur l'impact écologique et économique sur les territoires. Enfin, il met enfin en évidence une série de pratiques illégitimes de la multinationale : du chantage à l'emploi sur des élu·e·s jusqu'à l'organisation de la gentrification de quartiers entiers à Seattle.

Dans ce rapport il est notamment démontré que :

> **Amazon dissimule 57% de son chiffre d'affaires réalisé en France**, selon nos estimations, ce qui lui permet de pratiquer une évasion fiscale massive en déplaçant une grande partie de ses bénéfices vers l'étranger. Cela a bien sûr des impacts négatifs sur les recettes fiscales des États où est présent Amazon, mais ce recours massif aux paradis fiscaux renforce également la position prédominante d'Amazon vis-à-vis de ses concurrents, plus petits, qui paient en proportion de leur activité davantage d'impôts.

> Le monde selon Amazon n'est pas viable : d'après nos calculs, **Amazon Web Services a émis 55,8 millions de tonnes de gaz à effet de serre en 2018, soit l'équivalent des émissions du Portugal** ; les pratiques de la firme occasionnent un gaspillage considérable : **3 millions de produits neufs ont été détruits par Amazon en France en 2018**.

> Amazon développe sa présence en France en faisant travailler majoritairement des personnes ayant des contrats précaires, notamment en intérim, qui s'épuisent dans des entrepôts gigantesques. En mesurant l'impact net d'Amazon sur l'emploi aux États-Unis où la multinationale est implantée depuis plus longtemps, on constate que **pour 1 emploi créé par Amazon, 2 emplois sont détruits**.

Mais parce que la marche d'Amazon n'est pas inéluctable, ce rapport s'attache aussi à présenter plusieurs luttes inspirantes, qui, partout autour du globe, s'opposent aux méfaits de la multinationale, avec à la clef, quelques victoires.

Nos revendications

Sur la base de ce rapport, nous exigeons qu'Amazon :

> sur le plan social :

respecte le droit du travail, applique la convention collective du commerce et de la distribution et intègre les intérimaires dans ses effectifs ;

> sur le plan écologique :

réduise fortement son impact écologique et soit contrainte de réduire les mises sur le marché de produits textiles et électroniques ;

> sur le plan fiscal :

soit transparente sur les flux financiers et relations entre ses filiales, et paie sa juste part d'impôt.

Des réglementations internationales et nationales sont donc indispensables pour mettre fin au système d'impunité dont bénéficient les multinationales.

Nos organisations, dans une perspective de justice fiscale, sociale et écologique, portent collectivement 10 revendications face à Amazon :

- 1 Le maintien de l'application de la convention collective du commerce et de la distribution pour les salarié·e·s d'Amazon.
- 2 Le respect du code du travail en termes de temps de traitement de la paie et des arrêts et accidents du travail.
- 3 L'intégration de tou·te·s les travailleuses et travailleurs intérimaires dans les effectifs d'Amazon et la fin de la sous-traitance.
- 4 La réduction progressive des ventes de produits neufs - notamment textiles et électroniques - afin de baisser de moitié d'ici 2030 les émissions de l'ensemble du modèle Amazon, de la fabrication des produits à la livraison, conformément aux recommandations du GIEC.
- 5 La réduction de l'impact climatique des transports par la diminution des trajets, le passage de l'ensemble des prestataires à des modes moins polluants, à commencer par l'arrêt immédiat du transport des marchandises par avion, du retour gratuit des produits.
- 6 La réduction de l'impact climatique des data centers, par la réduction progressive des données stockées et l'approvisionnement à 100% en énergies renouvelables.
- 7 La mise en place du "reporting public pays par pays" soit l'obligation, pour les multinationales, de rendre publiques les informations concernant leur activité dans chaque pays, ce qui permet de les taxer en conséquence.
- 8 La mise en place d'un système fiscal basé sur la taxation unitaire des multinationales, afin qu'Amazon paie sa "juste part" d'impôt.
- 9 La finalisation et mise en œuvre d'un traité international contraignant destiné à encadrer l'action des multinationales et les obligeant à publier des informations concernant les enjeux et les risques de leurs activités en matière d'environnement et de droits humains, ainsi que les politiques mises en place pour y faire face.
- 10 Dans l'immédiat, pour stopper l'expansion d'Amazon et l'aggravation de son impact écologique, social et économique sur les territoires, nous demandons l'arrêt de la construction de nouveaux entrepôts en France, tant que les mesures assurant le respect de l'Accord de Paris et qu'une étude d'impact sur l'emploi n'auront pas été mises en place.

«C'est le tout dernier modèle : l'Anneau. À ma connaissance, toutes les ligues de protection de la vie privée l'ont dénoncé comme une authentique perversion. Un très joli bijou, certes, au design intemporel, le marketing est parfait. Mais dans lequel tous les systèmes de contrôle ont été optimisés. Cet anneau ne permet plus de s'anonymiser dans certains lieux publics et privés comme avant. Ni de suspendre sa géolocalisation, qui est passée à présent au décimètre près. Il est quasiment possible de savoir si deux personnes s'embrassent ou font l'amour rien qu'avec la précision spatiale que cette bague autorise. Et il n'y a plus de stockage en dur, propriétaire, dans la bague, non plus. Tout remonte en permanence dans le cloud qui a donc une copie live de tous nos actes et paroles puisque l'alter ego a aussi été intégré en standard. Tout ce que tu demandes ou dis à ton moa peut être écouté ou retrouvé. [...] Les possibilités offertes par l'Anneau sont admirables. C'est une petite révolution. L'interface technique devient quasi transparente. On frôle l'humain augmenté et sans besoin de greffe.»

Alain Damasio, *Les Furtifs*
éd. La Volte, avril 2019 (pages 304-305)

**Mercredi 25 septembre
2019, Amazon annonce
la création d'Echo Loop,
bague connectée en titane.**

Introduction

Créée par Jeff Bezos en juillet 1994, Amazon est désormais la plus grande multinationale du monde avec 865 milliards de dollars de capitalisation boursière. En position dominante sur le secteur de la vente en ligne, elle atteint plus de 15 milliards de produits vendus dans le monde en 2018.

Amazon symbolise toutes les évolutions profondes de nos sociétés depuis les dernières décennies du XX^e siècle : mondialisation et multiplication des échanges commerciaux, développement du libre-échange, croissance exponentielle des transports internationaux, consommation débridée et envol du commerce électronique, accélération de l'extractivisme et de la consommation d'énergies fossiles, croissance des inégalités dans tous les pays et entre eux, progression de l'évasion fiscale des multinationales, affaiblissement des États, déploiement de dispositifs anti-syndicaux, renforcement d'une société de contrôle et de surveillance.

La croissance fulgurante d'Amazon a des effets ravageurs dans de multiples domaines. Son développement accompagne et s'appuie sur une augmentation massive de la consommation de produits dont une part importante ne répond pas à de véritables besoins. La livraison de ces produits s'effectue dans le cadre d'une réduction forte des délais de livraison largement inutile et source d'émissions de gaz à effet de serre. Les pratiques d'Amazon s'apparentent à de la concurrence déloyale et à du dumping vis-à-vis des structures commerciales existantes qu'elle écrase par sa puissance. Il résulte de cette position, presque hégémonique, des pressions et une forme de chantage auprès des fournisseurs qui utilisent sa plate-forme numérique pour

vendre leurs produits. Cette démesure entraîne une augmentation massive des transports internationaux, ainsi que des transports d'approvisionnement des entrepôts et de livraison des marchandises, provoquant nuisances et pollutions. Enfin, Amazon pratique une destruction massive de ses inventus (3 millions de produits neufs détruits en 2018 en France) et ne respecte pas les obligations de reprise des déchets électroniques et électriques.¹

Le gigantisme et la concentration caractérisent ce modèle : entrepôts bien plus grands que la moyenne des autres entreprises du secteur,² serveurs informatiques consommant des quantités faramineuses d'énergie. Cette démesure impacte aussi le développement de l'emploi concentré dans quelques entrepôts au détriment du tissu commercial local. Pratiquant le chantage à l'emploi dans des zones souvent sinistrées, Amazon met en place des conditions de travail parmi les plus dures du secteur : cadences imposées et harassantes, rémunérations inférieures à celles pratiquées dans le secteur, abus d'utilisation des intérimaires, pratiques de licenciement en fin de période d'essai, mesures de contrôle et de surveillance des salarié·e·s. Les livreurs sont ubérisés et mis sous pression sans possibilité de pouvoir s'organiser. Et Amazon, en développant l'automatisation dans les entrepôts logistiques et la livraison par drone, cherche à se débarrasser du facteur humain.

Ces pratiques s'accompagnent de chantage aux subventions et financements publics des infrastructures requises pour s'installer, de clauses de confidentialité imposées à quelques élu·e·s avant l'implantation d'entrepôts, d'évasion fiscale massive, de lobbying intense auprès des gouvernements et parlementaires. L'entreprise est aussi un

1. Voir www.amisdelaterre.org/Amazon-hors-la-loi-les-Amis-de-la-Terre-saisissent-la-Direction-de-la.html 2. Jusqu'à 142 000 m² en France (à Brétigny-sur-Orge, Essonne) alors que la moyenne de la surface des plateformes logistiques est en France de 17 500 m² voir <https://reporterre.net/Le-plan-secret-d-Amazon-en-France>

fléau publicitaire puisqu'elle utilise la masse colossale de données recueillies pour développer des publicités ciblées et orienter nos choix, au point de menacer la circulation libre des idées et des informations.

Et Amazon est bien plus que le plus grand distributeur en ligne. Elle a développé des offres de plate-forme de marché à destination d'autres vendeurs, de services de stockage électronique, de paiement électronique, de vidéo à la demande, de musique en streaming, de production de films, de publication de livres et de fabrication de milliers d'autres produits.

Amazon illustre le niveau de pouvoir disproportionné et dangereux que les multinationales ont atteint aujourd'hui. En matière de droits humains et sociaux, de préservation des écosystèmes ou d'évasion fiscale, les multinationales semblent avoir gagné la bataille face à des États complaisants ou trop faibles pour s'opposer à leur pouvoir et à leurs armées de lobbyistes. Certaines de ces

multinationales disposent de capitalisations boursières dépassant le PIB de nombreux pays, leurs dirigeants et leurs actionnaires profitent de toutes les opportunités qui leur sont offertes pour accroître leurs avoirs au détriment du reste de l'humanité et de la planète. Elles se retrouvent ainsi en position de force pour influencer la fabrique des lois ou pour trouver des failles afin de contourner les dispositions qui leur déplaisent. Elles sont les grandes gagnantes du libre-échange qui leur permet de mettre les pays en concurrence pour peser lourdement sur les normes sociales, fiscales et écologiques.

Ce modèle n'est plus soutenable et nous entraîne droit à la catastrophe. Il est temps de réagir et de se libérer de l'emprise des multinationales et en particulier d'Amazon qui est en voie d'acquiescer une situation monopolistique dans un paysage de centres-villes sinistrés.

La filiale française d'Amazon est ouverte en 2000, le premier entrepôt logistique a été inauguré en 2007 à Saran, dans le Loiret. Dix ans après, en 2016, Amazon devient le premier distributeur non alimentaire en France en termes de chiffre d'affaires. En 2018, 21,5 millions de Français ont acheté au moins un article sur son site internet, en progression constante. À tel point qu'aujourd'hui la France représenterait 11 % du chiffre d'affaires d'Amazon à l'international.*

La France est clairement dans le viseur d'Amazon. Si le géant américain est déjà leader des

plate-formes de e-commerce en France, en particulier pour les ventes de textile, produits culturels et électroniques, encore peu d'objets de fabrication française transitent par ses entrepôts. En effet, selon les chiffres d'Eurostat et du Conseil national du numérique, les ventes en ligne concernaient seulement 16 % des PME et TPE françaises en 2015**. Elles sont à peu près 10 000 à proposer leurs marchandises via Amazon.

À chaque installation, les différents gouvernements se sont réjouis de l'arrivée d'Amazon, sans s'interroger sur les consé-

quences de son activité, que ce soit pour l'environnement ou le tissu économique local. Le seul combat revendiqué par le ministère de l'Économie concerne l'évasion fiscale massive que pratique Amazon. Mais ce n'est certainement pas la «taxe GAFA» qui parviendra à imposer à la multinationale de payer sa «juste part d'impôt», «comme tout le monde».

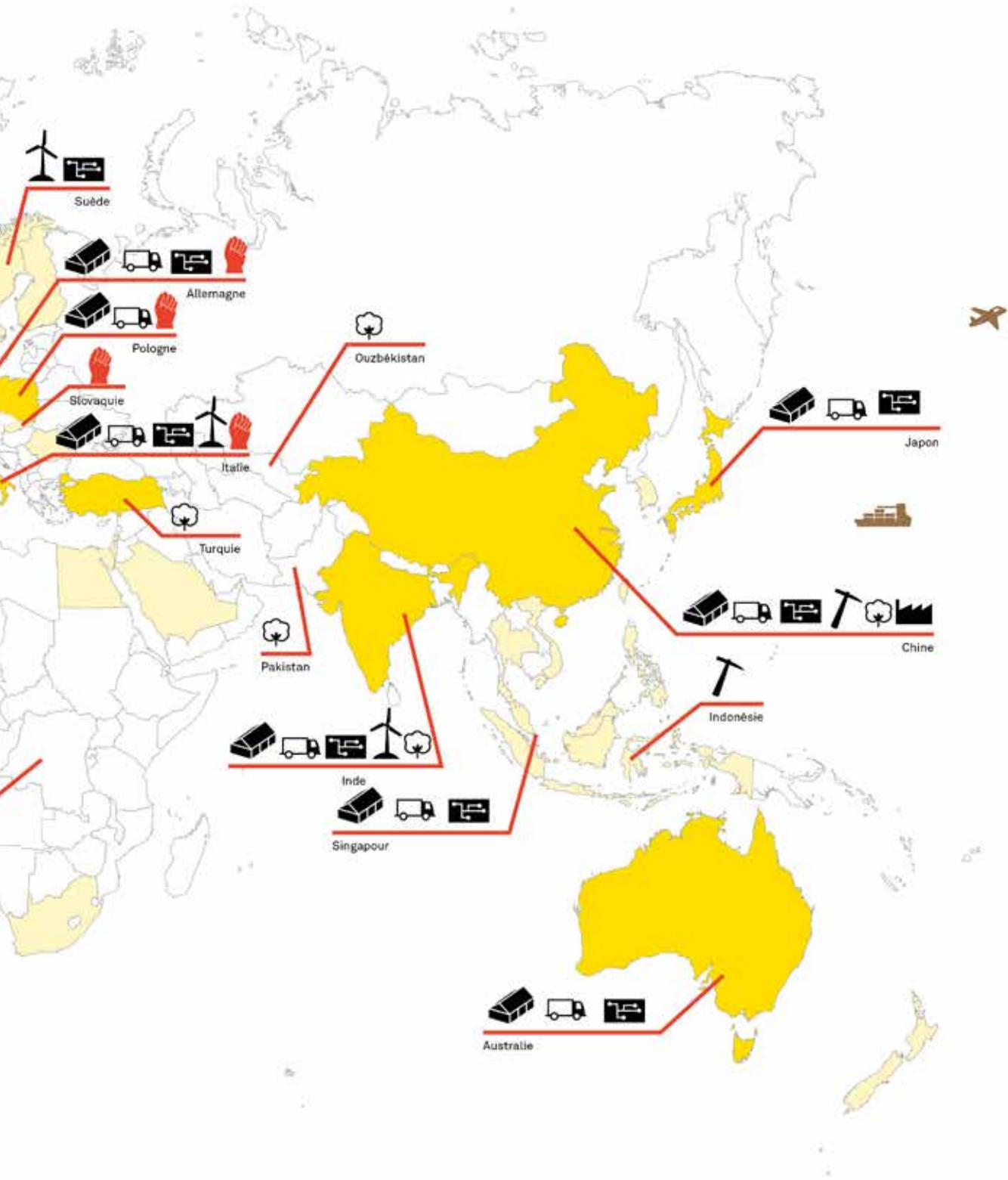
* www.lsa-conso.fr/la-croissance-d-amazon-en-france-en-5-chiffres-cles,314911













** www.usine-digitale.fr/article/pourquoi-amazon-cherche-a-seduire-les-petits-commerçants.N807415



Le monde d'Amazon

Sources : <https://dviz.fr/2019/04/18/amazon-140-nouvelles-implantations-dans-le-monde-depuis-2016/> • <https://durabilite.aboutamazon.fr/amazon-dans-le-monde> • [https://fr.wikipedia.org/wiki/Amazon_\(entreprise\)#/media/Fichier:AmazonSiteAvailability.svg](https://fr.wikipedia.org/wiki/Amazon_(entreprise)#/media/Fichier:AmazonSiteAvailability.svg) • <https://wikileaks.org/amazon-atlas/map/> • <https://www.amazon.jobs/fr/locations>



Implantation d'Amazon dans le monde		Impact de l'activité d'Amazon (non-exhaustif)
 siège	 mobilisation syndicale	 pollution due au transport aérien et maritime
 entrepôts	 implantation des entrepôts et distribution	 surexploitation agricole : coton
 data centers	 autres types d'implantation d'Amazon (AWS, recherche et développement, service client e-s)	 surexploitation minière : métaux
 distribution		 surproduction textile et électronique
 projet d'énergies renouvelables		

Amazon, l'évadé fiscal

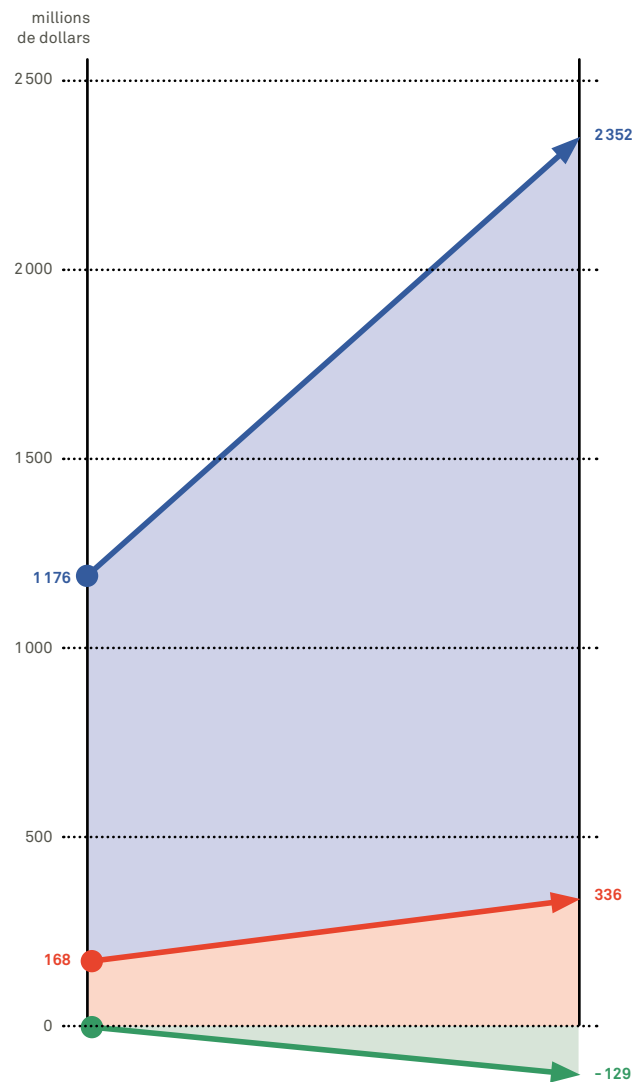
PARTIE 1



Amazon fait partie des champions de l'évasion fiscale. Depuis l'origine, Jeff Bezos a organisé son groupe de telle sorte qu'il est très difficile de chiffrer l'étendue réelle de son activité pays par pays. L'évasion fiscale est en quelque sorte dans l'ADN de la multinationale.

Les prouesses d'Amazon pour échapper à l'impôt

Le nom d'Amazon est souvent associé à l'impressionnante capacité de cette société à s'affranchir du paiement de taxes et d'impôts partout où elle opère, y compris aux États-Unis, le pays de son siège et de son implantation d'origine. Sa dernière prouesse : ne pas avoir eu à régler d'impôts fédéraux aux États-Unis au titre des exercices 2017 et 2018, alors qu'elle y affichait des bénéfices de respectivement 5,6 milliards et 11,2 milliards de dollars ! En 2018 Amazon a même réussi l'exploit d'obtenir une restitution d'impôt de 129 millions de dollars (c'est-à-dire que son taux effectif d'imposition s'élevait à -1%)¹ grâce au recours à différents dispositifs de réduction d'impôts dont la multinationale pouvait bénéficier.



Malgré ses bénéfices records, Amazon ne paye pas d'impôts aux États-Unis

Entre 2017 et 2018, Amazon a vu ses bénéfices doubler, passant de 5,6 à 11,2 milliards de dollars.

■ Les impôts qu'aurait dû payer Amazon au taux nominal d'imposition des bénéfices aux États-Unis soit 21 %.

■ Taux moyen d'imposition d'Amazon entre 2009 et 2018 (3%)

■ L'impôt effectif "payé" par Amazon en 2017 (0 dollar) et 2018 (crédit d'impôt de 129 millions de dollars, soit un taux de -1%)

source : <https://itep.org/amazon-in-its-prime-doubles-profits-pays-0-in-federal-income-taxes/>

1. <https://itep.org/amazon-in-its-prime-doubles-profits-pays-0-in-federal-income-taxes>

Il semble qu'une proportion importante de la charge d'impôt a pu être effacée grâce au dispositif qui accorde des avantages fiscaux aux rémunérations versées au management des entreprises, sous forme de stock-options, et dont les montants dépendent des bénéficiaires. Si pour les deux derniers exercices, l'allègement fiscal octroyé à Amazon a été extrême, l'impôt fédéral ne pesait déjà qu'un très faible poids durant les années précédentes. Ainsi sur la période 2009 - 2018, grâce aux divers dispositifs de réduction d'impôt, son taux d'imposition s'est élevé en moyenne à environ 3%, loin des 35% ou, depuis 2017, des 21% de taux « nominaux » d'imposition des bénéficiaires des sociétés.²

Un montage juridique complexe

En Europe, Amazon a largement exploité les avantages des différents systèmes d'imposition pour localiser ses profits. Jusqu'en 2015, les clients français de la multinationale recevaient des factures émises par sa filiale luxembourgeoise.³ Les activités d'Amazon en Europe reposaient alors sur trois structures domiciliées au Luxembourg : deux filiales dotées de moyens opérationnels et une holding sans locaux ni personnel et dont la matérialité se résumait à sa boîte postale. La holding, imposable aux États-Unis (et donc exemptée d'impôts au Luxembourg), détenait les droits des logiciels pour les pages internet d'Amazon, ainsi que ceux de sa marque et de ses données clients pour l'Europe. En contrepartie, elle versait des redevances annuelles à la maison-mère, domiciliée dans le Delaware, un État des États-Unis considéré comme un paradis fiscal.

Cette même holding facturait l'utilisation des droits aux deux autres filiales pour des montants supérieurs à ceux qu'elle-même payait à la société-mère. Par ce biais, les impôts à payer au niveau européen sur les bénéfices

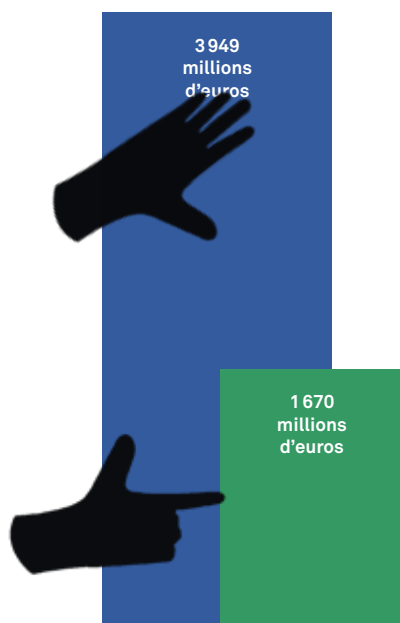
qui y avaient été réalisés par Amazon se sont trouvés fortement diminués, de l'ordre de 75% d'après les calculs de la Commission européenne.⁴ « Grâce aux avantages fiscaux accordés, près des trois quarts des bénéficiaires d'Amazon en Europe n'étaient pas imposés », c'est en ces mots que Margrethe Vestager, la Commissaire européenne à la concurrence, a décrit le rescrit fiscal négocié entre le Luxembourg et Amazon.⁵ Dans le même temps la holding luxembourgeoise générait « ex nihilo » un résultat positif, qui remontait sous forme de dividendes vers la maison-mère. L'administration publique luxembourgeoise avait avalisé les calculs des redevances payées par les

DÉFINITION

Les prix de transfert

Selon la définition de l'OCDE, les prix de transfert sont « les prix auxquels une entreprise transfère des biens corporels, des actifs incorporels, ou rend des services à des entreprises associées ». Dit autrement, un prix de transfert est la contrepartie versée par une filiale d'une entreprise à une autre de ses filiales (ou bien à la maison-mère) pour l'utilisation d'un bien (stocks) ou de services (brevet, marque...). Par exemple la facturation par la maison-mère d'Amazon localisée dans le Delaware aux filiales européennes de redevances pour l'utilisation de la marque est un prix de transfert. L'intérêt de ces facturations - dans le cas de redevances notamment - est que le prix est difficilement contestable. Dans le cas d'Amazon, établir un prix très élevé, permet de diminuer le résultat réalisé en Europe pour faire augmenter le résultat états-unien au sein d'une juridiction fiscale avantageuse.

2. <https://itep.org/amazon-in-its-prime-doubles-profits-pays-0-in-federal-income-taxes> 3. www.capital.fr/entreprises-marches/comment-amazon-embrouille-le-fisc-1264911 4. https://ec.europa.eu/luxembourg/news/aides-d%C3%A9tat-la-commission-consid%C3%A8re-que-le-luxembourg-accord%C3%A9-%C3%A0-amazon-des-avantages-fiscaux_fr 5. www.lesechos.fr/2017/10/en-sanctionnant-amazon-bruxelles-poursuit-son-offensive-fiscale-183876



L'évasion fiscale d'Amazon

En bleu, le chiffre d'affaires réel estimé en France pour Amazon en 2017. En vert, son chiffre d'affaires déclaré (en millions d'euros). On estime donc que 57% du chiffre d'affaires d'Amazon est dissimulé. Source : Attac France, *La taxe GAFA, une fausse solution à l'évasion fiscale*, <http://france.attac.org/6704>

filiales opérationnelles à la holding. Selon *The Guardian*, cet arrangement aurait préalablement donné lieu à des contacts directs entre un des principaux fiscalistes d'Amazon, Robert Comfort, et le Premier ministre du Luxembourg de l'époque, Jean-Claude Juncker.⁶

57 % de son chiffre d'affaires dissimulé

Comme elle l'avait fait pour les aides d'État illégales irlandaises, déguisées sous la forme d'un traitement fiscal préférentiel, vis-à-vis d'Apple, Mme Vestager a enquêté sur la nature de l'accord secret entre Amazon et le Luxembourg. Condamnée, en octobre 2017, à restituer "environ 250 millions d'euros" d'impôts, la multinationale n'a même pas eu besoin de faire appel de cette décision puisque c'est l'État luxembourgeois qui s'en est chargé, refusant dans le même temps qu'Amazon lui verse la somme due.⁷

Ces arrangements fiscaux, entrés en vigueur en 2006, restent encore en grande partie en vigueur à ce jour. En 2018, le Luxembourg était d'ailleurs à la sixième place du classement mondial du secret financier établi annuellement par le Tax Justice Network.⁸ Des deux côtés de l'Atlantique, ces pratiques font l'objet de procédures judiciaires qui n'ont pas encore connu d'aboutissement complet.

À partir d'août 2015, Amazon a créé des filiales dans les différents pays d'Europe, et elle a continué à utiliser d'autres mécanismes d'évasion fiscale.⁹ En France par exemple, la multinationale continuait à facturer les trois quarts de ses services depuis d'autres pays sur l'exercice 2015 et la moitié en 2017¹⁰ (selon des estimations prudentes). Comme si cela ne suffisait pas, la filiale française payait des sommes colossales pour utiliser la marque détenue... par une filiale luxembourgeoise. Autrement dit, Amazon se facturait ses propres services pour diminuer son résultat sur le sol français. Concrètement, en 2016, Amazon déclarait un chiffre d'affaires de 21,6 milliards d'euros¹¹ en Europe, pour un impôt sur les sociétés de seulement... 16,5 millions d'euros.¹²

L'ampleur des effets obtenus par les différents artifices juridiques et comptables d'Amazon peut être illustrée par les écarts observés entre les chiffres d'affaires renseignés par la multinationale pour différents pays d'Europe et les estimations des chiffres d'affaires réels pour ces mêmes pays. D'après les données qu'Attac a pu se procurer, le chiffre d'affaires réel, en 2017, d'Amazon en France aurait été de l'ordre de 3,9 milliards d'euros contre un chiffre d'affaires déclaré de 1,67 milliard d'euros. C'est donc 57 % de son chiffre d'affaires qui serait dissimulé.¹³

6. www.theguardian.com/technology/2016/feb/18/revealed-project-goldcrest-amazon-avoid-huge-sums-tax 7. www.euccheck.fr/2018/12/20/y-a-t-il-une-impunite-fiscale-des-gafa 8. www.financialsecrecyindex.com/en/introduction/fsi-2018-results 9. www.capital.fr/entreprises-marches/comment-amazon-embrouille-le-fisc-1264911 10. Attac France, *La taxe Gafa, une fausse solution à l'évasion fiscale* : <https://france.attac.org/6704> 11. www.lesechos.fr/2017/04/lactivite-damazon-en-europe-a-progresse-de-16-en-2016-165049 12. www.capital.fr/entreprises-marches/comment-amazon-embrouille-le-fisc-1264911 13. Voir calculs en annexe 1

En quoi Amazon est-elle un cas à part ?

La capacité d'Amazon à échapper aux systèmes fiscaux, réside dans sa combinaison d'activités numériques composée d'un large éventail d'offre de biens et services, résultant à la fois d'activités commerciales et industrielles. De plus, la taille qu'elle a acquise, la surface financière associée, et ses promesses d'emplois, lui permettent de s'opposer aux États pour les obliger à accepter ses montages « d'optimisation fiscale ».

Plus que d'autres multinationales, Amazon se sert des économies d'impôts pour se constituer un avantage stratégique, dans la mesure où elle peut pratiquer des prix inférieurs à ceux de ses concurrents ne disposant pas d'établissements dans différents pays. Ainsi, selon une étude du Centre for Economics and Business Research, les librairies britanniques seraient soumises à une imposition 11 fois plus élevée rapportée à leurs chiffres d'affaires que celle d'Amazon.¹⁴ Selon *Der Spiegel*, Amazon facturait à partir du Luxembourg des e-books vendus en Allemagne, au taux de TVA de 3 % en vigueur au Luxembourg, au lieu du taux de 19 % applicable en Allemagne.¹⁵

Amazon missionne régulièrement des cabinets de lobbying pour l'aider à influencer la législation en sa faveur.¹⁶ Amazon a par exemple mobilisé ses lobbyistes pour lutter contre un arrêt de la Cour suprême étasunienne daté de juin 2018, qui autorise les différents États américains à collecter des taxes sur les ventes en ligne de produits réalisés par des vendeurs tiers sur les places de marché en ligne, ce qui représente plus de

la moitié du total des ventes enregistrées par Amazon sur sa plate-forme aux USA. En Europe, Amazon dépense chaque année entre 100 000 et 150 000 euros pour obstruer toute avancée législative sur l'encadrement et le traitement des données personnelles et près de 2 millions d'euros au total en 2017¹⁷. Au niveau mondial, cela représente près de 15 millions de dollars par an, même si les dépenses de la multinationale restent concentrées aux États-Unis.¹⁸ Amazon s'est d'ailleurs offert les services de Jay Carney, ancien responsable des relations presse de Barack Obama, qui a fait largement gonfler les effectifs de lobbyistes.¹⁹ Encore plus fort, Amazon a recruté Jeff Miller, un proche de Donald Trump, afin d'augmenter les chances de l'entreprise de décrocher plusieurs contrats avec le Pentagone pour un total de 10 milliards de dollars.²⁰

Face aux dénonciations de ses pratiques en matière fiscale, Amazon se défend généralement en affirmant qu'elle s'acquitte de tous les impôts et taxes dont elle est redevable et qu'elle agit toujours dans le respect du cadre juridique.²¹ De fait, Amazon tire au maximum profit des marges d'interprétation que laissent les dispositions légales. Ceci se traduit par la mise en place d'un ensemble d'entités juridiques, ainsi que par la réalisation de toute une série de transactions financières ou d'opérations comptables, dont le seul objectif est de faire baisser le montant des impôts et taxes dûs.

Dans la mesure où les pratiques d'évitement d'impôt d'Amazon abusent du flou de certaines lois, il est peu aisé pour les administrations et les autorités fiscales de les mettre en évidence. Face à la complexité de ces montages, il est nécessaire de recourir à des

14. www.theguardian.com/books/2017/sep/12/amazon-pays-11-times-less-corporation-tax-than-traditional-booksellers 15. www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/umsatzsteuer-wie-amazon-zur-hinterziehung-genutzt-wird-a-1171381.html 16. www.lopinion.fr/edition/wsj/amazon-roi-lobbying-a-washington-154363 17. <https://portail-ie.fr/analysis/1157/le-combat-damazon-a-bruxelles> et Registre de transparence de l'Union européenne, cité par Benoît Berthelot, *Le monde selon Amazon*, Le Cherche Midi, 2019, p.91 18. www.lsa-conso.fr/amazon-a-depense-3-63-millions-de-dollars-dans-le-lobbying-au-t3-aux-usa-un-record-depuis-2008,301391 19. www.bloomberg.com/graphics/2019-amazon-lobbying 20. www.businessinsider.fr/us/amazon-hires-trump-ally-jeff-miller-lobby-pentagon-cloud-contract-2019-7 21. www.itespresso.fr/europe-amazon-accuse-evasion-fiscale-italie-156738.html

DÉFINITION

L'établissement stable

La notion d'«établissement stable» désigne généralement une installation fixe d'affaires ayant une activité propre dans un pays ou un agent dépendant dans le pays, disposant du pouvoir d'engager la société. Pour l'impôt sur les sociétés, le droit interne retient la notion « d'entreprise exploitée en France ». Il existe trois critères non cumulatifs : l'exploitation d'un établissement en France, la réalisation en France d'opérations par l'intermédiaire d'un représentant dépendant et la réalisation d'opérations formant un cycle commercial complet.

investigations mobilisant des moyens importants (temps d'investigation, haut niveau de compétences...), ainsi qu'à une collaboration des États concernés - car le cœur du système d'évasion fiscale est souvent dans les liens entre les différentes filiales. Enfin, Amazon, comme beaucoup d'autres multinationales, résiste systématiquement à se conformer à toute décision administrative défavorable. Ceci implique, pour les États, la nécessité de longues procédures judiciaires, souvent coûteuses, dont l'issue positive n'est pas assurée. C'est ainsi que ces entreprises échappent la plupart du temps à toute condamnation, en négociant des accords avantageux avec les autorités publiques.²²

Une des procédures impliquant les sociétés luxembourgeoises d'Amazon²³ portait sur la suspicion d'une sous-évaluation des prix qui avaient été retenus pour la détention de

logiciels, de marques et de données-clients confiés à la holding luxembourgeoise. En effet, un écart impressionnant a pu être constaté entre les estimations produites par les différents experts au sujet de ces valeurs. Alors que les experts d'Amazon situaient la juste valeur de la facture initiale dans une fourchette de 284 à 412 millions de dollars, ceux désignés par l'administration fiscale étaient parvenus à un chiffre de 3,47 milliards de dollars, soit un rapport de 1 à 100 ! Dans son enquête sur les arrangements fiscaux qu'Amazon avait négociés avec le Luxembourg, la Commission européenne a conclu en 2017 que les flux financiers entre les sociétés luxembourgeoises d'Amazon ont représenté, sur la période de 2006 à 2014, un préjudice, au niveau de l'Union européenne, de 250 millions de dollars. Ce montant est toutefois encore susceptible de changer, en fonction des conclusions définitives de la procédure aux États-Unis.

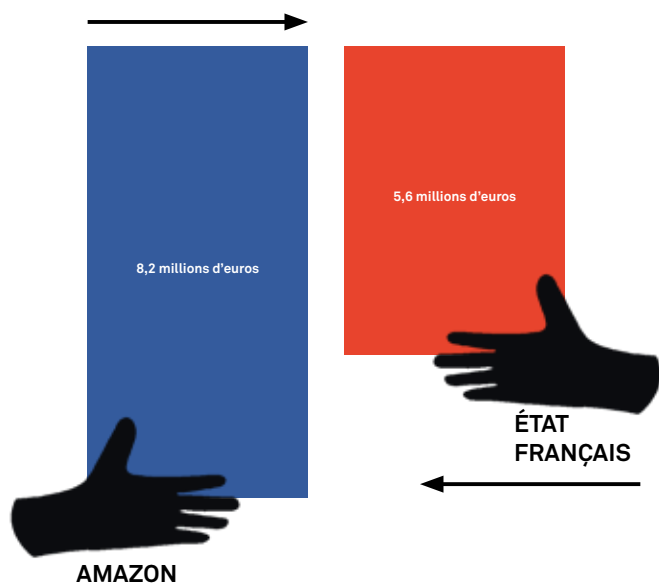
Un contexte politique favorable à Amazon

Si Amazon a pu à ce point échapper à l'impôt, cela tient à plusieurs raisons. D'abord, l'arrivée des technologies numériques a permis de réaliser des prestations commerciales dans un pays, sans toutefois y avoir de présence matérielle, et cela a donc facilité les opérations de paiements de pays à pays. Ces changements, accélérés par la mondialisation et la circulation plus libre des monnaies, marchandises et capitaux, ont rendu caduques les règles constitutives de l'établissement stable.

²². www.lemonde.fr/economie/article/2017/12/15/amazon-paiera-100-millions-d-euros-en-italie-apres-une-enquete-pour-fraude-fiscale_5230384_3234.html ²³. Christoph Trautvetter/ Silke Ötsch/Markus Henn, *Unternehmenssteuern in Deutschland, rechtliche Grauzonen und zivilgesellschaftliche Alternativen*, Otto Brenner Stiftung 2018, p.52 et 53

Pour pallier l'évitement de l'impôt et adapter la fiscalité à l'activité économique, un nombre croissant d'experts et d'observateurs préconisent d'intégrer à l'impôt sur les sociétés la dimension digitale ou numérique afin de le relocaliser.

Plus globalement, la compétition au moins-disant fiscal, et l'absence de régulations internationales sur des standards de protection sociale et de conditions de travail ont entraîné d'une part des baisses des taux nominaux d'imposition, et d'autre part une amplification des dispositifs de réductions d'impôts. Ainsi, la part des impôts sur les sociétés et sur les revenus des capitaux dans le total des recettes fiscales n'a, depuis des années, cessé de reculer dans les principaux pays industriels. Rappelons qu'en 2018 en France, l'impôt sur les sociétés ne représentait plus que 14,7 % (contre 17,2 % en 2000) des recettes fiscales totales, contre 50,7 % pour la TVA, et que le taux d'impôt sur les sociétés doit passer de 33 % à 25 % d'ici à 2022.



Des avantages fiscaux pour Amazon

En 2017, en France, Amazon logistique a bénéficié de 5,6 millions d'euros au titre du crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE). À comparer aux 8,2 millions d'euros d'impôts payés cette année là par la multinationale... Source : D'après Benoît Berthelot, *Le monde selon Amazon*, Le Cherche Midi, 2019

La logique des politiques de l'offre, portées par les néo-libéraux et mises en œuvre dans beaucoup de pays industriels au cours des dernières années, encourage les États à diminuer les coûts pour les entreprises. Cela passe en particulier par la baisse des impôts et des cotisations sociales dont les entreprises sont redevables, mais aussi par l'attribution de subventions, censées préserver le tissu économique national, garantir la croissance économique sur le territoire et y encourager l'emploi.

Le crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE), dispositif mis en place en France en 2012 (et remplacé en 2019 par une baisse directe des cotisations sociales), est un parfait exemple de l'écart entre les objectifs affichés de ces mesures et leur impact réel. Dans ce cas, on constate en effet plutôt un accroissement des bénéfices des entreprises et des dividendes versés, sans qu'il y ait d'investissements productifs conséquents à la clé, ni de création d'emplois significative. Pour les finances publiques, le coût, ou plutôt le manque à gagner, est élevé. Leur poids considérable pour la collectivité résulte aussi des effets d'aubaine que ces mécanismes engendrent. Le crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE) était censé permettre aux entreprises françaises de mieux affronter la concurrence internationale et favoriser l'embauche. De fait, il a surtout bénéficié aux grandes entreprises, parmi lesquelles figurait Amazon. En 2017, le CICE touché par sa filiale française, Amazon Logistique, représentait 5,6 millions d'euros, alors que ses impôts s'élevaient à 8,2 millions d'euros.²⁴ Est-il nécessaire de souligner qu'Amazon France ne souffrait certainement pas de problèmes de compétitivité, que ce soit de la part d'entreprises françaises ou étrangères, et encore moins d'un niveau excessif d'impôts ou de prélèvements obligatoires ?

24. Benoît Berthelot, op.cit., p. 87

Si, d'une manière générale, les entreprises peuvent compter sur une attitude compréhensive, voire complaisante, des pouvoirs publics concernant leurs efforts de réduction d'impôts, cela ne signifie naturellement pas qu'elles puissent complètement agir à leur guise. Les administrations et les appareils judiciaires compétents disposent d'une certaine autonomie par rapport aux instances politiques et veillent malgré tout au respect de la législation existante. Quant aux instances politiques elles-mêmes, leur comportement est aussi influencé par l'opinion publique et les réactions de la société civile. La plupart du temps cependant, elles ne vont pas chercher à attaquer le mal à la racine, mais se contenter de mesures relativement indolores. Le cas de la "taxe GAFA" en France en est une bonne illustration.

La "taxe GAFA", un impôt en trompe l'œil

En France, le ministère de l'Économie et des Finances revendique de combattre l'évasion fiscale massive que pratiquent Amazon et autres "GAFAM".²⁵ La "taxe GAFA", instaurée à grand renfort de communication par le gouvernement français, ne règle pourtant en rien ce problème, puisqu'elle est symbolique et ne concerne qu'une partie de l'activité de ces entreprises.

En effet, dans son rapport *La "taxe GAFA", une fausse solution à l'évasion fiscale*, Attac a démontré qu'Amazon dissimulait en 2017 près de 57 % de son chiffre d'affaires en France, avec plus de 2,3 milliards d'euros évadés vers les paradis fiscaux cette année-là. Ainsi, non seulement cette taxe mal assise relève de l'affichage, mais la France s'est engagée à rembourser aux entreprises concernées

Répercussion de la taxe GAFA sur les vendeurs

En juillet 2019, la France a définitivement adopté la « taxe GAFA ». Son montant symbolique n'a pas empêché Amazon de faire le choix de ne pas supporter cette taxe. Moins de trois semaines après, l'entreprise décide de la répercuter sur les tarifs appliqués aux vendeurs de sa plate-forme : à partir du 1^{er} octobre, Amazon applique à tout le monde une hausse de 3 %, correspondant au montant de la taxe sur son chiffre d'affaires prévu par la nouvelle loi. Amazon se sait suffisamment indispensable pour ses client-e-s qu'elle peut se permettre cette modification unilatérale des tarifs. C'est la première des entreprises visées par la taxe à faire ce choix. Amazon justifie sa décision en assurant n'être « pas en mesure » d'absorber ce nouvel impôt. Pourtant la firme de Jeff Bezos a enregistré dans le monde en 2018 un bénéfice de 8,8 milliards d'euros, en hausse de 237 % en un an !

la différence entre cette taxe et la future imposition en discussion dans le cadre de l'OCDE.²⁶ Autrement dit, Amazon (comme les autres GAFAM) est certaine de payer encore moins d'impôts que le montant ridicule initialement prévu.

Selon nos estimations,²⁷ la mise en place de la taxation unitaire et du reporting pays par pays, permettrait d'imposer efficacement Amazon et à la France d'augmenter ses recettes fiscales auprès de l'entreprise à hauteur de 70 % !

À noter: l'ancien secrétaire d'État au numérique Mounir Mahjoubi, qui défendait la pertinence de la "taxe GAFA" a récemment changé

25. Les GAFA désignent les géants du numérique que sont Google, Apple, Facebook et Amazon. On parle souvent de GAFAM en incluant Microsoft 26. www.lemonde.fr/economie/article/2019/10/09/l-ocde-devoile-les-contours-de-la-taxe-gafa_6014806_3234.html 27. Attac France, *La taxation unitaire pour lutter contre l'évasion fiscale des multinationales* : <http://france.attac.org/6896>

Pourquoi il faut combattre l'impunité fiscale d'Amazon

En débusquant et en exploitant toutes les failles et imprécisions de la législation fiscale, grâce à ses équipes et des cabinets juridiques dédiées à ces questions, à l'influence qu'elle exerce sur l'évolution du cadre légal et aux arrangements qu'elle négocie avec les pouvoirs publics, Amazon parvient à créer des précédents auxquels d'autres entreprises peuvent se référer. Elle participe ainsi à transformer en pratiques généralisées ce qui était au départ des démarches isolées, démultipliant ainsi les pertes de recettes fiscales des États.

Au-delà des impacts négatifs sur les recettes fiscales des pays, ces pratiques contribuent également à renforcer la position d'Amazon vis-à-vis de ses concurrents et lui procurent une position dominante qu'elle peut exploiter dans ses relations avec les pouvoirs publics, ses partenaires d'affaires, son personnel et ses client.e.s.

En instaurant une compétition entre les États et entre les collectivités territoriales, en vue de maximiser les investissements publics à son profit, mais aussi d'obtenir des avantages juridiques divers, la société Amazon concourt à la dénatura-tion de l'action publique qui s'éloigne alors de l'intérêt général.

DÉFINITION

Le « reporting public pays par pays »

Les organisations regroupées dans la Plateforme Paradis Fiscaux et Judiciaires proposent une solution pour lutter efficacement contre l'opacité fiscale : la mise en place du "reporting public pays par pays" soit l'obligation, pour les multinationales, de rendre publiques les informations concernant leur activité dans chaque pays, ce qui permet de les taxer en conséquence. Pour une entreprise comme Amazon, ces informations permettraient de mettre en exergue les flux (notamment financiers) et les liens qui existent entre les différentes filiales d'Amazon, en particulier celles logées dans les paradis fiscaux. Cela permettrait de connaître l'activité réelle d'Amazon dans chaque pays (nombre de salarié.e.s, chiffre d'affaires, profits, montant des impôts payés...).

La taxation unitaire

La taxation unitaire consiste à considérer chaque multinationale comme une entité unique - et non comme une somme d'entreprises séparées - et à taxer le bénéfice global des entreprises multinationales, en répartissant ce bénéfice dans les pays où ces entreprises réalisent effectivement leur activité (en fonction de leurs ventes, de leurs immobilisations matérielles, de leur masse salariale et des effectifs salariés)

Nous avons estimé les impôts qu'aurait dû payer Amazon en France, si les pouvoirs publics avaient la volonté politique d'instaurer une taxation unitaire des multinationales : au lieu de 12,8 millions d'euros d'impôt sur les sociétés, ce sont 21,9 millions d'euros qu'Amazon aurait dû régler en 2017.

Amazon, ennemi de l'environ- nement et du climat

PARTIE 2



Transport des colis, stockage de données, services de streaming, hébergement de millions de sites web par Amazon Web Services,¹ traitement des déchets électroniques, artificialisation des sols, et fabrication des 15 milliards de produits vendus sur le site, le modèle économique d'Amazon génère de très lourds impacts environnementaux.

Comme toutes les multinationales, Amazon ne peut plus ignorer les impacts dramatiques de la crise climatique, qui se font sentir bien plus vite que ce que les scientifiques avaient prévu. Il est désormais important pour elles de prendre en compte l'urgence climatique, dans leur communication du moins, si elles souhaitent éviter que les opinions publiques et le personnel politique ne remettent en cause leur modèle de croissance.

La multinationale a annoncé fièrement l'approvisionnement de ses installations avec 100 % d'énergies renouvelables en 2030.² Mais dans le même temps elle a activement démarché le secteur pétrolier, dont BP et Shell, pour leur vendre des systèmes informatiques perfectionnés permettant de mieux gérer et rentabiliser les sites d'exploitation pétrolière.³ C'était même le thème de l'évènement annuel de présentation d'Amazon Web Services «Se positionner pour le succès dans le pétrole et le gaz» ! Quant à l'objectif annoncé de 50 installations solaires d'ici à 2020, cela ne couvre que 6 % des entrepôts d'Amazon et une fraction minime de l'empreinte carbone globale du groupe. Amazon a également promis que la moitié des livraisons aux client·e·s atteindraient zéro émission nette d'ici à 2030. Cependant, de très nombreux·ses salarié·e·s de la multinationale ont dénoncé l'absence de

transparence sur ces données, le manque de plans d'investissement concrets et le recours à la compensation carbone pour atteindre cet objectif.⁴

Face à l'inaction climatique de leur entreprise aux États-Unis, les salarié·e·s du géant du web se sont fortement mobilisé·e·s, notamment par la grève, et ont obtenu quelques concessions. Amazon a finalement publié un bilan carbone⁵ et annoncé que la "neutralité carbone" serait atteinte en 2040⁶ et non en 2050, et qu'Amazon allait commander 100 000 camionnettes électriques. Une annonce pourtant très loin du compte, quand on sait que rien qu'en France, l'entreprise utilise plus de 20 000 camionnettes par jour, et que cela ne prend pas en compte l'ensemble du système de transport et encore moins le reste du bilan carbone de la multinationale.

Nous publions ici une tentative de **décryptage du bilan carbone et des engagements climatiques d'Amazon sur les trois secteurs les plus émetteurs : fabrication des produits, transport, stockage des données**. Les estimations dont nous disposons montrent qu'après avoir fait preuve d'une opacité complète pendant des années, **le bilan carbone finalement publié par Amazon est sous-évalué**. L'entreprise ne fournit aucune donnée clé permettant de vérifier ses allégations sur ses émissions de CO₂ : nombre de trajets et modes de transport acheminant les produits à travers le monde ; nombre de produits vendus par grande catégorie (textile, électronique, autres) ; nombre de data centers et leur consommation énergétique. Nous devons dès lors croiser les données et estimations publiques dont nous disposons sur le transport et le stockage de données afin d'obtenir un ordre de grandeur de

1. Amazon, Rapport d'activité 2018 2. Amazon, 8 avril 2019 3. Gizmodo, *Amazon is aggressively pursuing Big Oil as it stalls out on clean energy*, Août 2019 4. Novethic, *Plus de 6 000 salariés d'Amazon poussent le géant à soutenir une résolution pro climat lors de l'Assemblée générale*, 16 avril 2019 5. Amazon, Carbon footprint 6. Wired, *Amazon's new climate pledge wont stop employee walkout*, septembre 2019

ce bilan carbone. Quant aux émissions nécessaires à la fabrication des produits - le plus haut poste d'émission du modèle, mais qu'Amazon exclut de son bilan puisqu'il n'est que "distributeur" - il est impossible à l'heure actuelle de donner un ordre de grandeur satisfaisant vu l'absence de détail sur la typologie de produits vendus à travers le monde.

L'impact climatique du transport des produits

Le transport est le deuxième secteur émetteur de gaz à effet de serre au niveau mondial, le transport de marchandises représentant le tiers de ces émissions. Le transport des produits est le premier poste d'émissions que le grand public identifie clairement concernant Amazon.

Dans son premier bilan carbone, finalement publié après des années de refus, Amazon annonce que le transport jusqu'aux entrepôts, puis vers les centres de tri et enfin la livraison au dernier kilomètre émet 18,87 millions de tonnes de CO₂ par an⁷ - soit l'équivalent des émissions annuelles de la Bolivie.⁸ Cependant, le document expliquant ces calculs reste très flou.⁹ La multinationale assure prendre en compte le transport géré par les sous-traitants. Mais le bilan carbone ne précise pas le nombre de trajets que cela représente, la distance moyenne et les modes de transports utilisés. Il n'est pas clairement fait mention de la première phase de transport des produits depuis la Chine ou l'Asie du Sud-Est jusqu'aux États-Unis ou l'Europe. On ne sait pas si le calcul prend en compte

uniquement les produits vendus directement par Amazon (environ 4,62 milliards)¹⁰, les produits non vendus directement mais dont la logistique est prise en charge par Amazon (« fulfillment by Amazon ») ou le transport des 15 milliards de produits vendus sur Amazon chaque année.

Le transport par bateau des produits vendus sur Amazon aux États-Unis depuis la Chine représenterait un ordre de grandeur de 4 millions de tonnes de CO₂,¹¹ alors qu'il s'agit de très loin du mode de transport le moins émetteur.¹²

Nous n'avons aucune information supplémentaire sur le transport par camion et avion dans les pays où Amazon vend ses produits. Environ 8% des textiles vendus dans le monde sont transportés par avion¹³ et les smartphones et les ordinateurs le sont quasiment intégralement.¹⁴ Enfin, Amazon développe le transport aérien aux États-Unis et en Europe pour assurer la livraison en 24h comprise dans son offre Prime. Or le fret aérien représente de loin le mode de transport de marchandises le plus polluant.¹⁵ Nous nous interrogeons donc sur le fait que le bilan carbone publié prenne en compte l'ensemble des émissions du transport, sans pouvoir aller plus loin pour l'instant, par manque de transparence des données.

Au delà du calcul des émissions, se pose la question des engagements climatiques d'Amazon sur le transport. À première vue, ils sont ambitieux: atteindre zéro émission nette pour les transports d'ici 2050 et 50% du transport en zéro émission nette en 2030...¹⁶ À première vue, seulement. Sur le site internet d'Amazon, on se rend compte rapidement que les engagements ne portent que sur la

7. Amazon.com, Carbon footprint, 2019 <https://sustainability.aboutamazon.com/carbon-footprint> 8. Commission européenne, *Fossil CO2 emissions of all world countries*, 2018 Report 9. Amazon, *Reaching Net Zero Carbon by 2040, Measuring, Mapping, and Reducing Carbon the Amazonian Way*, 2019 10. La vente directe ne représente plus que 42% de l'ensemble des ventes sur le site 11. Voir annexe 2 12. Le facteur d'émissions de CO₂ d'un porte conteneur large est de 11,5 gCO₂/tonne-Km. CTA, *Guidelines for measuring and managing CO2 emission from freight transport operations* 13. Quantis et The Climate Work Foundation, *Measuring Fashion*, 2018 14. Joo.com, *Smartphone shipments out of China behind solid air freight growth*, 29 janvier 2015 15. Le facteur d'émissions moyen est de 602 gCO₂/tonne-Km. En comparaison celui d'un porte conteneur est de 11,5 gCO₂/tonne-Km et celui d'un camion de 62gCO₂/tonne-Km. ECTA, *Guidelines for Measuring and Managing CO2 Emission from Freight Transport Operations* 16. Amazon, *Delivering Shipment Zero*, 2019

livraison depuis l'entrepôt de stockage final jusqu'aux client.e.s,¹⁷ ce qu'Amazon appelle le « *last mile delivery* ». Le transport par avion, bateau et camion nécessaire pour acheminer les produits depuis la Chine et l'Asie du Sud-Est jusqu'aux ports ou aéroports aux États-Unis et en Europe (« *first mile delivery* ») ainsi que le transport de ces ports et aéroports jusqu'aux entrepôts de stockage, (« *middle mile delivery* ») sont exclus.

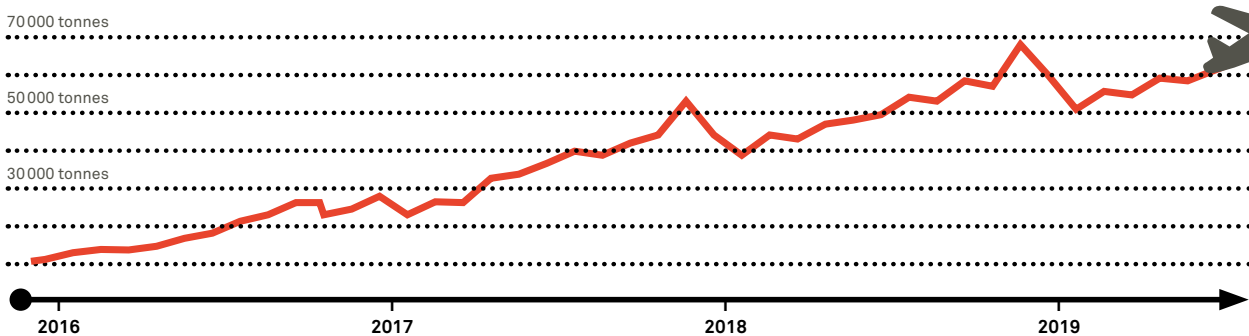
Cela tombe bien, car réduire par deux les émissions du transport tout en augmentant les trajets en avion est impossible dans la période de 10 ans que la multinationale s'est prétendument fixée.

Alors que le transport des marchandises par avion émet 6 à 7 fois plus de gaz à effet de serre que par camion, Amazon utilisait déjà les services de transport aérien de FedEx et UPS, mais va beaucoup plus loin désormais. Amazon loue désormais directement des Boeing, 50 aujourd'hui et 71 d'ici 2021.¹⁸ En 2019, la multinationale a opéré 110 vols intérieurs par jour aux États-Unis et 20 en Europe.¹⁹ En juillet 2019, Amazon a ainsi transporté 29% de produits en plus par avion qu'en 2018.²⁰ L'accroissement du transport des produits par avion est corrélé à la livrai-

son en 24h promise désormais aux client.e.s *Prime* aux États-Unis, qui sont de plus en plus nombreuses et nombreux.

C'est d'ailleurs la première justification du développement du transport aérien par Amazon : « Une des innovations du réseau de transport d'Amazon est la flotte d'avion Amazon et le hub aérien dans l'aéroport de Cincinnati/Northern Kentucky International Airport afin de rendre possible la livraison de colis à notre nombre de client *Prime* en forte croissance, qui adore les livraisons ultra-rapides, les prix bas et un large choix de produit ».²¹

Pour revenir en France, il est important de rappeler que tous les nouveaux méga projets d'entrepôts d'Amazon se trouvent à proximité d'un aéroport, et que ce n'est pas une coïncidence. L'audience pour le recours contre le permis de construire délivré pour le projet d'entrepôt de 150 000 m² d'Amazon à Lyon St-Exupéry a été l'objet d'un important débat sur la stratégie aérienne d'Amazon. Aucune des études d'impact environnemental pour les nouveaux projets²² ne mentionnent l'accroissement du trafic aérien dans l'aéroport se trouvant à proximité. Le rapporteur public, dont l'avis est suivi la plupart du temps, a demandé l'annulation par le tribunal ad-



La livraison rapide provoque une forte augmentation du transport aérien par Amazon

Le volume d'Amazon Air aux États-Unis augmente de façon constante car l'entreprise réduit les délais de livraison et transporte elle-même une plus grande partie de ses produits. Source : *Cargo Facts Consulting analysis of Department of Transportation Form 41 segment traffic - Reuters graphics*

17. *ibid* : « *Shipment Zero means that the fulfillment operations we undertake to deliver a customer shipment are net zero carbon—from the fulfillment center where an item is picked off the shelf, to the materials used to package the item, and the vehicles that transport the package to the customer's door.* » visite du site Amazon.com le 08. 11. 2019 18. Tech Crunch, *Amazon expands air cargo fleet with 15 more planes, will have 70 planes by 2021*, 18 juin 2019 19. Reuters, *Amazon's rising air shipments fly in the face of climate plan*, 06 juin 2019 20. *ibid* 21. <https://www.amazon.jobs/en/teams/airplanes> 22. préalable légal à l'autorisation d'exploiter un entrepôt

ministériel de Lyon du permis de construire en raison de ce manque de transparence, et parce que l'entreprise ne pouvait justifier autrement que par le recours au transport des produits par avion, le choix des terrains situés juste à côté de l'aéroport.²³

Amazon prétend donc respecter l'Accord de Paris dix ans avant les autres entreprises,²⁴ mais continue de développer agressivement le transport aérien des marchandises. La seule justification apportée par Jeff Bezos : "le transport aérien diminuera de nouveau lorsque nous aurons construit suffisamment d'entrepôts locaux pour assurer le stockage au plus près du consommateur".²⁵ Cela ne résoudra pas l'acheminement des marchandises du lieu de production vers les sites de stockage et cela montre qu'Amazon continue de mettre sa stratégie économique ultra-agressive au dessus de l'avenir de la planète et ses habitants.

Pour compléter ce tableau peu reluisant, il faut ajouter qu'Amazon a encore usé d'une stratégie de trompe-l'œil, lorsqu'elle a annoncé en grande pompe la commande de 100 000 véhicules électriques.²⁶ Toutefois, ces véhicules ne concernent que la dernière partie des émissions du transport, et excluent donc les *first* et *middle mile delivery* mentionnés plus haut. La livraison au destinataire émettant beaucoup de gaz à effet de serre, cela pourrait représenter une mesure significative. Néanmoins, les émissions générées par les véhicules électriques dépendent du mix électrique des pays dans lesquels ils sont utilisés, or le mix électrique des États-Unis, par exemple, reste fortement carboné.²⁷

De plus, les 100 000 véhicules sont loin de suffire à remplir l'ensemble des besoins en livraison du géant. Amazon possède aujourd'hui 158 centres de distribution aux

États-Unis.²⁸ En France, le nombre d'utilitaires circulant chaque jour entre les entrepôts est de 4 500.²⁹ Avec cet ordre de grandeur et 6 entrepôts en France, il faut déjà plus de 20 000 camionnettes électriques par jour rien que pour ce pays où Amazon n'a pas fini de s'implanter. Si l'on applique le même ordre de grandeur aux États-Unis, il faut plus de 700 000 véhicules électriques pour faire une livraison dernier kilomètre entièrement électrique dans le pays. On est donc loin du compte et il est clair que l'engagement de réduire par deux les émissions de la livraison au dernier kilomètre d'ici 2030 ne repose pas sur des projets et des lignes d'investissements solides.

Outre limiter ses engagements à une faible partie de son bilan carbone réel, Amazon possède un dernier atout dans sa manche pour "absorber" les émissions du dernier kilomètre qu'il ne pourra pas réduire par deux avec 100 000 voitures électriques d'ici 2030 : la compensation carbone. Amazon annonce ainsi qu'elle investit 100 millions de dollars dans des projets de reforestation.³⁰ Mais planter des arbres ne suffira certainement pas à Amazon pour compenser ces émissions supplémentaires.³¹

Comme H&M, Air France ou encore Exxon, Amazon prétend absorber, en plantant des arbres, les gaz à effet de serre du transport des 15 milliards de produits qu'elle a vendus en 2018. Cynique insulte à la science ou forte dissonance cognitive de la part de Jeff Bezos, de BlackRock et des autres fonds de pension qui constituent l'actionnariat de l'entreprise ? Il faut plusieurs années à un arbre pour absorber le CO₂ émis en une seule année par une activité économique, tandis que nous n'avons que 10 ans pour réduire de moitié les émissions au niveau mondial.³²

23. 20 minutes, Plateforme Amazon à Lyon : Le rapporteur public préconise d'annuler le permis de construire, octobre 2019 24. Le Figaro, Mis sous pression par ses employés, Amazon s'engage pour le climat, 20 septembre 2019 25. Reuters, Amazon's rising air shipments fly in the face of climate plan, 06 juin 2019 26. Le Figaro, Mis sous pression par ses employés, Amazon s'engage pour le climat, 20 septembre 2019 27. US Energy Information Administration, Annual Energy Outlook 2019 with projections to 2050 28. Marc Wulfraat, Président de MWVVL International, pour Reuters 29. D'après l'étude d'impact pour le projet de Lyon 30. Amazon, The climate pledge 31. Carbon 4, Ne dites plus compensation, mais contribution, 4 juillet 2019 32. ibid

De plus, lorsque les arbres sont soumis à un stress hydrique intense, ou pire, à des incendies, ils relâchent dans l'atmosphère tout le CO₂ qu'ils captent.³³ Solutionner le problème posé par les émissions de gaz à effet de serre par la plantation d'arbres relève tout simplement du mirage. L'actualité des derniers mois confirme par ailleurs le danger de miser uniquement sur la reforestation pour lutter contre le changement climatique. Les incendies en Sibérie, en Afrique centrale et en Amazonie ont relâché dans l'atmosphère une énorme quantité de CO₂ et démontrent les faiblesses d'une telle stratégie. Les seuls incendies de 2018 en Californie ont relâché 68 millions de tonnes de dioxyde de carbone dans l'atmosphère, l'équivalent des émissions générées par la production électrique annuelle des États-Unis, premier émetteur au monde.³⁴

Amazon: une machine à surproduction

Il est aujourd'hui estimé que l'industrie textile serait la quatrième industrie émettrice de gaz à effet de serre à l'échelle mondiale.³⁵ Aux États-Unis, plus de 70 vêtements par an et par habitant·e ont été commercialisés en 2017. La fabrication et le transport des produits textiles et électroniques représentent près du quart des émissions totales de gaz à effet de serre en France.³⁶ Dans l'Hexagone, les mises en marché atteignent 39 vêtements et 12,5 produits électroniques par habitant·e.³⁷ Pour limiter le réchauffement climatique à 1,5°C degré à la fin du siècle, d'ici 2030, en France il faudrait réduire par 10 les mises en marché de produits textiles et environ par 3 celles des produits électroniques.³⁸

À l'opposé de ces objectifs, Amazon vend chaque année une quantité vertigineuse de biens : 15 milliards d'unités en 2018.³⁹ La multinationale est devenue en quelques années le premier distributeur de produits électroniques aux États-Unis, en Allemagne et au Royaume-Uni et le second distributeur de produits textiles aux États-Unis derrière Walmart. En France, Amazon n'a pas encore achevé son développement. Elle n'est "que" le second distributeur de produits électroniques, et "que" le premier distributeur en ligne de produits textiles. La multinationale reconnaît que son modèle économique repose principalement sur la croissance continue des ventes de produits, qu'elles soient directes ou réalisées à travers sa place de marché (marketplace, soit la possibilité, pour les entreprises, de vendre leurs produits à travers le site d'Amazon), avec la génération de commissions. Son dernier rapport d'activité rappelle ainsi aux actionnaires que "l'augmentation du revenu des opérations résulte en premier lieu de l'accroissement des ventes de produits et de services (la place de marché) et du contrôle des coûts de fonctionnement".⁴⁰

Amazon explique ensuite clairement que pour obtenir une augmentation continue des ventes, elle mise sur la baisse des prix, la livraison rapide, et l'élargissement du catalogue : "Pour accroître la vente de produits et de services, nous améliorons l'ensemble des aspects de l'expérience client, notamment en baissant les prix, en augmentant la disponibilité, en offrant une livraison plus rapide et performante, en accroissant la sélection de produits et de catégories de produits et de services(...)".⁴¹

Amazon se vante ainsi de proposer plusieurs centaines de millions de produits différents sur ses sites.

33. Usbek & Rica, *Les forêts tropicales libèrent deux fois plus de CO₂ qu'elles n'en absorbent*, octobre 2017 34. U.S Department of Interior, *New Analysis Shows 2018 California Wildfires Emitted as Much Carbon Dioxide as an Entire Year's Worth of Electricity*, 30 septembre 2018 35. Quantifs and the Climate Work Foundation, *Measuring Fashion*, 2018 36. Ademe, *Modélisation et évaluation des impacts environnementaux de produits de consommation et biens d'équipement*, septembre 2018 37. Eco-TLC, *Rapport d'activité 2018* 38. Ademe, *Équipements électriques et électroniques - données 2018* 39. Voir annexe 2 40. Amazon, *Rapport d'activité 2018* 41. Amazon, *Rapport d'activité 2018*

Le dumping : premier facteur de surproduction

Si Amazon mentionne en premier la baisse des prix comme condition à l'augmentation de ses ventes, c'est qu'il existe un lien de corrélation fort entre les deux. Les prix des produits textiles et électroniques sont en baisse tendancielle depuis une trentaine d'années. En 1984 en France, il fallait 2 heures de salaire moyen net pour acheter une paire de chaussures de sport entrée de gamme. La délocalisation de la production a divisé ce temps par deux en 30 ans. La part de l'habillement dans le budget des ménages est ainsi passée de 10 % en 1984 à 6 % aujourd'hui.⁴² L'indice prix moyen des articles d'habillement et des chaussures continue de baisser, il a perdu 0,4 % entre 2016 et 2017. En 10 ans, tandis que le secteur textile a perdu 10 % de sa valeur monétaire,⁴³ la production de vêtements a doublé.⁴⁴ Il se dessine ainsi une corrélation nette entre la baisse des prix et l'augmentation de la production. La déflation dans l'électronique est encore plus radicale. Il fallait travailler 14 jours de salaire net moyen français pour acheter un réfrigérateur ou un téléviseur en 1984, c'est 6 jours désormais. Un ordinateur Amstrad CPC 464 coûtait plus d'un mois de salaire, contre 10 jours aujourd'hui pour un MacBook.⁴⁵

Le modèle économique d'Amazon repose sur le dumping. Celui-ci vise à occuper la première place sur un marché en vendant à des prix défiant toute concurrence, intenable dans la durée, et donc déloyaux.⁴⁶ D'importants moyens d'investissements, l'évitement fiscal et la distorsion des droits humains et environnementaux dans les pays de production, permettent pendant un temps de compenser l'absence de marge de l'entreprise. Cette stratégie est plébiscitée par les marchés financiers puisque Amazon est désor-

mais la première capitalisation boursière au monde,⁴⁷ alors qu'elle ne distribue toujours pas de dividendes à ses actionnaires.⁴⁸

Amazon réduit également ses prix grâce à l'évitement des coûts de main d'œuvre propre à la vente en ligne. Elle automatise davantage d'opérations que ses concurrents.⁴⁹ L'entreprise court-circuite les canaux traditionnels d'importation et de distribution pour que le fabricant du produit, souvent situé en Asie et notamment en Chine, atteigne directement le ou la client·e, ce qui évite l'empilement de marges par des intermédiaires. Amazon écarte de plus en plus les entreprises américaines ou européennes importatrices de produits finis, en développant une activité de place de marché qui représente désormais 58 % des ventes sur son site. Jusqu'à récemment, l'importation de produits coûtait extrêmement cher et était réservée à certains grossistes qui pouvaient payer le transport en bateau et qui disposaient de distributeurs peu nombreux. Alibaba.com, Ebay, puis Amazon et les autres places de marché ont transformé la grande distribution mondialisée. Un particulier peut désormais exporter de petites quantités de produits. Le minimum de commande n'est plus imposé par le fabricant ou son grossiste officiel mais «fractionné sur place» par «une foule de revendeurs qui jouent le rôle de semi-grossistes».⁵⁰

Cette stratégie a pour effet de générer un accès direct à leurs client·e·s à plus de 100 millions de petits vendeur·euse·s de produits. Ce phénomène rend impossible d'ajuster l'offre et la demande et explique qu'au-delà de la surconsommation qu'il génère, il produit aussi des quantités importantes d'inventus. Trois millions de produits neufs ont ainsi été détruits par Amazon en France en 2018.⁵¹ La multinationale a également recours à ces pratiques au Royaume-Uni et en Allemagne,

42. UFC, 21 janvier 2015 – *Consommation, 30 ans de changements à la loupe* 43. Kantar world Panel : *Référence Expert Fashion 2018* 44. Parlement européen, *Environmental impact of the textile and clothing industry. What consumers need to know*, janvier 2019 45. UFC, 21 janvier 2015 – *Consommation, 30 ans de changements à la loupe* 46. Le nouvel obs, *Amazon : dumping ou pas ?*, 13 janvier 2014 47. Les Echos, *Amazon devient la plus grosse société cotée du monde*, 7 janvier 2019 48. The New York Times, *The Secret of Amazon success*, novembre 2018 www.nytimes.com/2018/11/19/opinion/amazon-bezos-hq2.html 49. Marker Watch, *Amazon is going to kill more american jobs than China did*, 2017 50. Mini-Machines.net, *Amazon : le grand méchant gaspilleur ?*, 15 janvier 2019 51. Le Monde, *Amazon, vendeur de destruction massive*, 13 janvier 2019

où Greenpeace estime que 30% des retours clients seraient envoyés à la broyeuse car il n'est pas rentable de les tester et de les emballer à nouveau.⁵² Les invendus des acteurs de la vente en ligne textile semblent souvent subir le même sort avec un gaspillage là aussi très conséquent.

Enfin, pour assurer encore la baisse des coûts, Amazon tente désormais de supprimer les intermédiaires dans la chaîne du transport logistique, en gérant elle-même le transport par bateau ou avion depuis la Chine notamment jusqu'à ses entrepôts à travers le monde.⁵³

On aurait tort de penser que le dumping d'Amazon lui permet simplement de gagner en parts de marché sur ses concurrents. Amazon, de par sa taille et sa stratégie commerciale ultra-agressive, tire les prix vers le bas sur l'ensemble des marchés dans lesquels elle s'implante. Pour ne pas disparaître, les concurrents qui ne sont pas positionnés sur des marchés de niche doivent s'aligner autant que possible sur cette stratégie. En France, Fnac Darty a ainsi créé une place de marché, qui concurrence ses propres ventes en magasin, pour ne pas se laisser complètement distancer par l'acteur du web. Plus largement, les industriels du textile confirment le rôle de la multinationale dans la baisse des prix des vêtements ces dernières années.⁵⁴

Le Prime et la livraison ultra-rapide : deux autres facteurs de surproduction

Aux États-Unis, les 101 millions de client·e·s d'Amazon Prime représentent 62% de l'ensemble des client·e·s d'Amazon dans le pays. Ces dernier·e·s y dépensent 1 400 dollars par an et ont commandé 6,16 milliards de produits en 2018, soit une moyenne d'environ 61 produits par consommateur·trice.⁵⁵

Les 61,9 millions de client·e·s non-abonné·e·s à Amazon Prime consomment une moyenne de 26,1 produits chacun·e, pour un total de 1,6 milliards de produits. Des analyses montrent que plus un·e client·e utilise son compte Prime dans le temps, plus cette personne dépense, avec une moyenne d'accroissement de 12% par an.⁵⁶

Cette logique s'explique assez bien puisque le Prime est un service payant, les client·e·s ont donc tendance à rentrer dans une logique de rentabilisation. À cela s'ajoute la livraison ultra-rapide, offerte via le service Prime,⁵⁷ qui justifie le développement de l'acheminement des marchandises par avion plutôt que par cargo et détériore les conditions de travail des salarié·e·s des entrepôts et de la livraison.

Amazon Web Services et le big data : une bombe pour le climat

La croissance mondiale des utilisateur·trice·s de produits électroniques et l'augmentation du trafic vidéo, notamment du streaming, provoquent une explosion du trafic de données informatiques.⁵⁸ En 2018, 547 exaoctets (milliards de milliards) de données étaient stockées dans les centres informatiques, dits "data centers". Cette quantité déjà inconcevable devrait plus que doubler en 2021.⁵⁹

Pour stocker les données, les centres informatiques ont besoin de ressources - notamment métalliques - et de production d'électricité. Toutes les machines installées produisent beaucoup de chaleur, le centre doit sans cesse être refroidi pour éviter tout

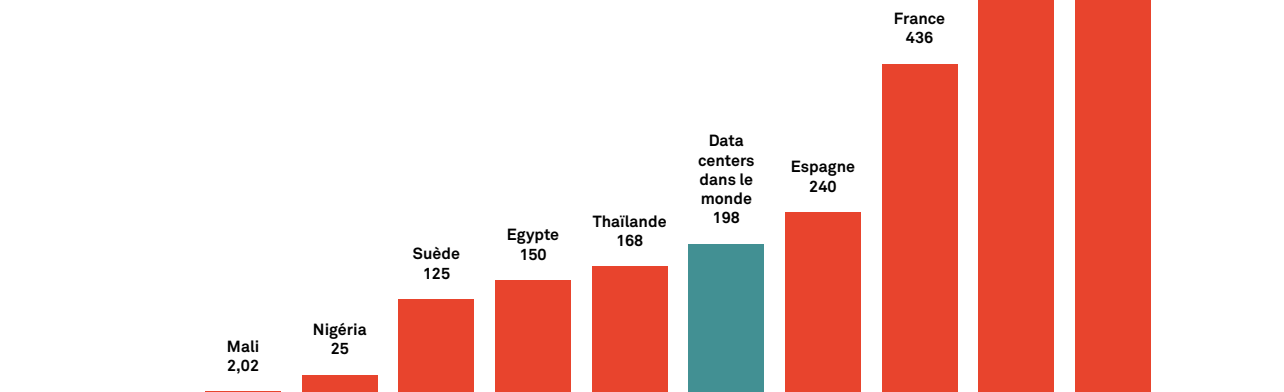
52. DPA-International, *Greenpeace protesters remain on roof of Amazon warehouse in Germany*, juillet 2019 53. Flexport, *Introducing ocean freight by Amazon : ecommerce giant has registered to provide ocean freight services*, 14 janvier 2016 54. Evalliance, *Nouvelle baisse des prix de l'habillement en France en 2017, 2017* 55. Consumer Intelligence Research Partners, 17 janvier 2019, *Amazon Exceeds 100 Million US Prime Member* 56. Millward Brown, 7 avril 2015, *Amazon Prime members are way more likely to shop on only Amazon* 57. Millward Brown, 7 avril 2015, *Amazon Prime members are way more likely to shop on only Amazon* 58. The Shift Project, novembre 2018, *Lean ict-Pour une sobriété, numérique* 59. Cisco global cloud index, 2018, *The Shift Project*, 2018

risque de détérioration des serveurs. En 2018, les centres de données auraient ainsi consommé 198 TWh, soit 1% de l'électricité mondiale.⁶⁰ C'est davantage que la consommation de la Thaïlande, la Pologne ou l'Égypte ! L'explosion du big data représente donc une réelle menace pour lutter efficacement contre le changement climatique.

Parmi les différents types de centres informatiques, les services de "cloud" (nuage, en anglais) prennent une place de plus en plus prépondérante. En 2018, environ 85% de l'ensemble des data centers servaient un cloud.⁶¹ Comme son nom ne l'indique pas, le cloud n'a rien d'immatériel. Il s'agit en réalité d'immenses centre de stockage de données, très souvent gérés par des multinationales.

Les data centers consomment plus d'électricité que 90 pays réunis

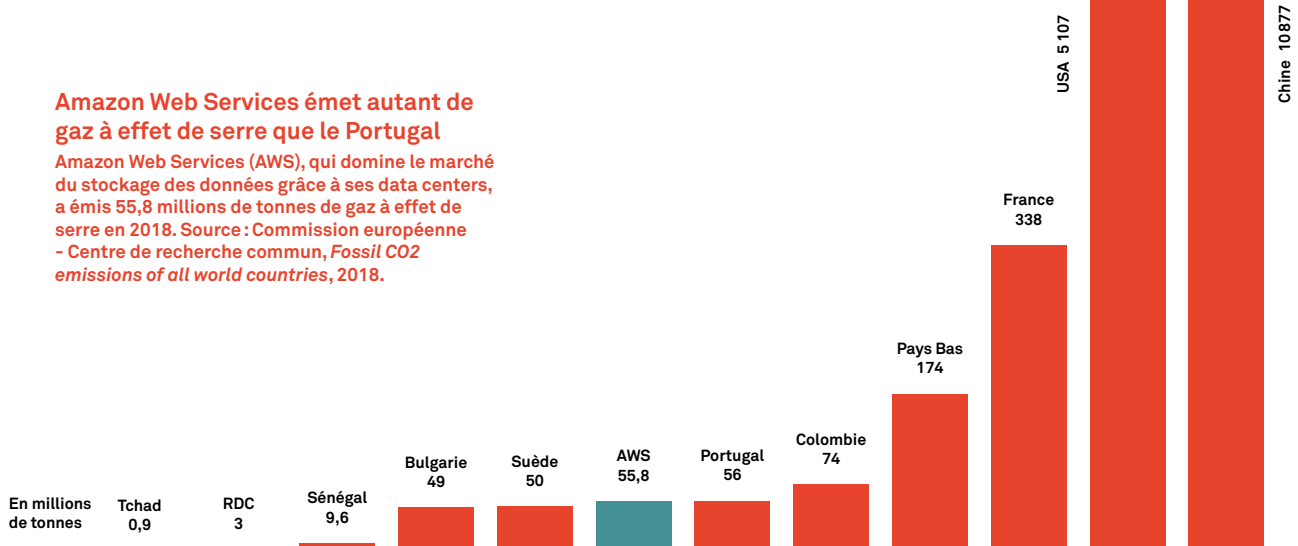
Données 2018 en térawatt-heure TWH (millions de KWh). Il y a 197 pays au monde qui consomment moins d'électricité que l'ensemble des data centers (dont Amazon représente 48%). Ceux-ci utilisent plus d'électricité que les 90 pays les moins consommateurs de la planète réunis. Source : <https://www.indexmundi.com/map/?v=81&l=fr>



60. International Energy Agency, 2019, *Data centres and data transmission networks* 61. Cisco global cloud index, 2018

Amazon Web Services émet autant de gaz à effet de serre que le Portugal

Amazon Web Services (AWS), qui domine le marché du stockage des données grâce à ses data centers, a émis 55,8 millions de tonnes de gaz à effet de serre en 2018. Source : Commission européenne - Centre de recherche commun, *Fossil CO2 emissions of all world countries, 2018*.



Il existe des clouds “privés” - une entreprise hébergeant ses propres données ou une entreprise hébergeant les données de quelques entreprises - et des clouds “publics”. Ces derniers stockent les données de millions de client·e·s : entreprises (sites de ventes et collecte des données clients, sites de streaming...), institutions publiques, mais aussi consommateurs (services cloud des opérateurs comme le service Apple iCloud) ou les comptes des réseaux sociaux (Facebook, Twitter). Le cloud public représentait 60 % de la part totale du stockage de données via le cloud en 2018.⁶²

Le cloud public est une industrie très concentrée. Six multinationales possèdent 80 % du marché :⁶³ Alibaba, Amazon Web Services (AWS), Baidu, Google, IBM et Microsoft. Parmi elles AWS tire particulièrement son épingle du jeu et domine largement le secteur en contrôlant 47,8 % du marché. La multinationale compte ainsi des millions de client·e·s à travers le monde. On peut notamment citer le cas du géant Netflix, son propre concurrent sur le streaming, qui annonçait en 2016 qu’il ferait l’intégralité de ses propres data

centers pour migrer les données dans le cloud public, en réalité chez AWS. Ainsi, avec une telle position sur le marché, Amazon aurait stocké environ 133 exaoctets de données informatiques en 2018.⁶⁴

À l’aide de ces estimations, il est possible de se faire une idée du niveau des émissions de gaz à effet de serre d’Amazon Web Services. On estime qu’avec le mix énergétique européen, et en intégrant l’énergie nécessaire à l’extraction des métaux et leur transport pour la fabrication des centres, le stockage d’1 gigaoctet de données dans un data center dit “classique”⁶⁵ émet environ 0,39 kg équivalent CO2.⁶⁶ Amazon Web Services aurait ainsi émis 55,8 millions de tonnes de gaz à effet de serre en 2018,⁶⁷ soit l’équivalent des émissions du Portugal.⁶⁸

Ces estimations ne prennent pas en compte les politiques d’approvisionnement en énergie renouvelable et d’amélioration de l’efficacité énergétique qu’aurait pu développer Amazon. Néanmoins, elles semblent représentatives, puisque Greenpeace États-Unis estime que AWS fait partie des pires acteurs du stockage des données dans le monde.⁶⁹

62. *ibid.* 63. Gartner, *Market Share Analysis: IaaS and IUS, Worldwide, 2018*. 64. voir annexe 3 65. faible efficacité énergétique moyenne (PUE de 2), où la donnée est reproduite 3 fois pour augmenter sa disponibilité 66. Commission européenne, *Preparatory study for implementing measures of the Ecodesign Directive 2009/125/EC - DG ENTR Lot 9 - Enterprise servers and data equipment - Task 5: Environment & Economics, 2015* 67. Voir annexe 3 68. 56770.64 kte CO2 en 2017; Commission européenne - Centre de recherche commun, 2018, *Fossil CO2 emissions of all world countries* 69. Note globale de C remontée grâce à la note de B attribuée au lobby pour la baisse des taxes sur les énergies renouvelables; F en transparence; F en politique d’investissement pour l’approvisionnement en EnR; C pour l’efficacité énergétique sur la base de présomptions que les méga data centers d’AWS sont plus efficaces énergétiquement que des data centers gérés en propre mais sans preuve fournie par AWS; C pour les contrats d’approvisionnement en EnR aux USA, dont certains n’ont pas été suivis d’effet

Par ailleurs, contrairement à Apple ou Google, AWS ne publie pas de chiffres détaillés sur ses data centers (consommation énergétique, efficacité énergétique, type d'énergie utilisée pour les alimenter).

Ce manque de transparence participe d'une stratégie de "greenwashing".

La multinationale est très douée pour faire de grandes promesses environnementales. Elle annonce aujourd'hui être passée à 50% d'approvisionnement de ses data centers en énergies renouvelables.⁷⁰ Mais ces engagements ne sont en réalité pas respectés. Depuis 2016, Amazon a triplé ses capacités de stockage, et donc sa consommation d'électricité en Virginie, 71 passant de 500 à 1 700 MW, soit la consommation électrique annuelle de 1,4 million de foyers. Ceci sans développer de nouveaux projets d'énergie renouvelable, alors qu'elle s'y est engagée.⁷² Une décision anti-climatique car cet État, par lequel transite 70% du trafic internet mondial en raison de son climat fiscal accueillant et de son

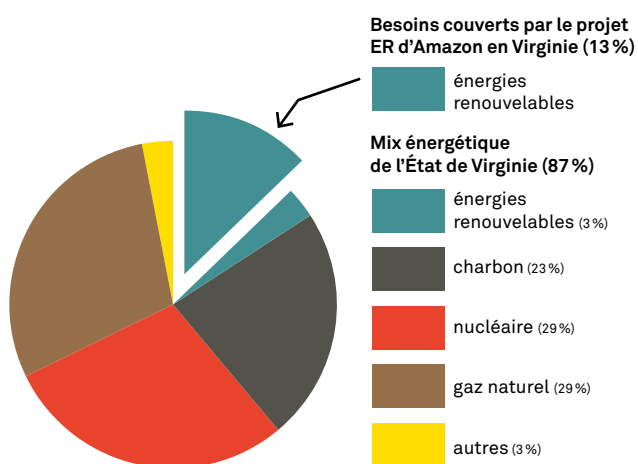
énergie peu chère, ne s'approvisionne qu'à 3% en énergies renouvelables.

D'après Greenpeace, la mise en service de 286 MW⁷³ d'énergie solaire et éolienne par Amazon, ne permet donc de couvrir qu'environ 13% de la consommation totale d'énergie de ses "data centers" en Virginie.

Pire, Amazon a également construit de gigantesques centres dans des pays où le mix énergétique repose principalement sur le charbon, comme en Inde⁷⁴ ou en Corée du Sud notamment.⁷⁵

Contrairement à ce qu'elle avait promis: Amazon n'annonce toujours aucun projet d'énergies renouvelables pour diminuer l'impact de ces nouvelles installations: encore une promesse non-tenue.

L'annonce que 50% des data centers fonctionnent grâce aux énergies renouvelables est donc un mensonge. Greenpeace États-Unis estime que les agissements d'Amazon sont un des plus gros obstacles à la réduction de l'empreinte carbone de l'ensemble du secteur.⁷⁶ Le fait que la moitié du cloud soit entre ses mains garantit que le bilan carbone du stockage de données va continuer d'augmenter dans les prochaines années alors que nos émissions devraient être réduites de moitié d'ici à 2030.⁷⁷



En Virginie, les data centers d'Amazon sont alimentés par 84% d'énergies non renouvelables

source : Greenpeace, *Clicking Green Virginia*, 2019

70. Amazon, *Sustainability in the cloud*, <https://sustainability.aboutamazon.com/sustainability-in-the-cloud> 71. Information non publique obtenue par Greenpeace en analysant les demandes de permis de générateur de secours 72. Greenpeace, *Clicking Green Virginia*, 2019 73. Amazon, *AWS & Sustainability Timeline ? 2019 ; 385 Méga Watt de projet au total.* 74. <https://aws.amazon.com/fr/blogs/aws/in-the-works-aws-region-in-india/> 75. <https://aws.amazon.com/fr/blogs/aws/now-open-aws-asia-pacific-seoul-region/> 76. Greenpeace, *Click Green: who is winning the race to build a green internet*, 2017 77. GIEC, *Rapport spécial sur les effets d'un réchauffement climatique de 1,5 °C au-dessus des niveaux préindustriels et les profils d'émission de gaz à effet de serre associés, dans le cadre d'un renforcement de la réponse mondiale à la menace du changement climatique, d'un développement durable et des efforts visant à éradiquer la pauvreté*, octobre 2018

Amazon, l'innovation au dé- triment des sala- rié·e·s

PARTIE 3



« Le client doit être capable de commander et de payer de la manière la plus simple qui soit. C'est-à-dire en un seul clic de souris » affirmait Jeff Bezos dès avril 1997. Toujours plus vite, voilà la stratégie d'Amazon, avec des délais de livraison qui représentent sa principale force vis-à-vis de ses concurrents. Et pourquoi ne pas aller encore plus loin en livrant le jour même ? L'idée, émise par une salariée new-yorkaise en 2014, a d'abord été mise en œuvre aux États-Unis. Aujourd'hui la livraison en un jour est possible pour plus de dix millions de produits et s'est progressivement mise en place dans d'autres pays, dont la France.

La décision de Jeff Bezos d'investir dans la livraison ultra-rapide a été saluée par les analystes financiers : « C'est un coût à court terme qui sera payant sur le long terme, et nécessaire stratégiquement pour offrir un avantage compétitif aux consommateurs par rapport à la distribution en dur » a ainsi commenté Charlie O'Shea, analyste pour la société de notation et d'analyse financière Moody's.¹

La « simplicité d'achat », les livraisons ultra-rapides, le plus grand choix possible de produits, les tarifs les plus bas (subtilement calculés par un algorithme qui prend en compte à la fois les tarifs pratiqués par la concurrence et l'état des stocks), voilà la recette gagnante pour Amazon. Mais quelles en sont les conséquences pour les salarié·e·s ?

Implantation et effectifs

Amazon compte 645 000 salarié·e·s dans le monde. En Europe, la compagnie dispose de sites logistiques (*fulfillment center*) dans 9 pays : en Allemagne, Espagne, France,

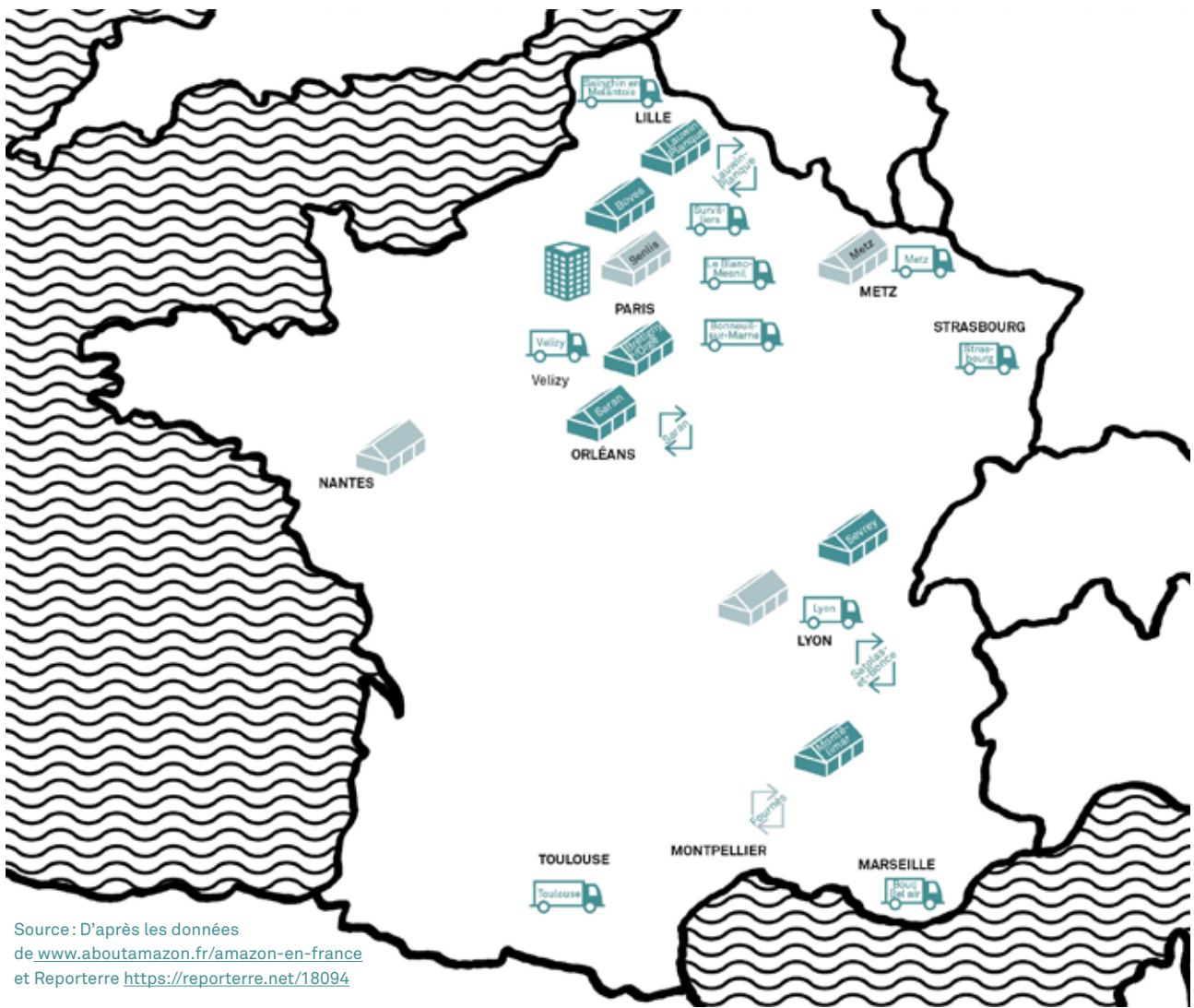
Italie, Pays-Bas, Pologne, République tchèque, Royaume-Uni, Slovaquie.

L'Allemagne est le premier marché d'Amazon en Europe, le deuxième pays au monde après les États-Unis, et compte un parc d'entrepôts conséquent à travers le pays : Bad Hersfeld (région de Francfort), Werne et Rheinberg (non loin de Dortmund et de la frontière des Pays-Bas), Brieselang (région de Berlin), Leipzig, Hambourg, Munich...

Pourtant, pour réduire ses coûts, on assiste à une « intégration » entre les filiales d'Amazon Allemagne et Amazon Pologne. La multinationale profite de la proximité géographique entre les deux pays, pour jouer sur les différences salariales, fiscales, monétaires et de protection sociale. Les prix sur le site internet d'Amazon Pologne sont affichés uniquement en euros alors que la monnaie polonaise est le zloty, les entrepôts d'Amazon se situent à proximité de la frontière. Le siège de Varsovie se résume à une boîte aux lettres. Il semble évident que la mission des centres logistiques installés en Pologne est avant tout de fournir la clientèle allemande. Les 7 500 salarié·e·s des centres logistiques de Szczecin et Wrocław sont soumis·e·s à une intense activité, alors même que le droit de grève est très restreint en Pologne. En effet, tout syndicat doit organiser un référendum auprès des salarié·e·s et atteindre un quorum de participation d'au moins la moitié du personnel pour pouvoir déclencher une grève.

La France est le troisième marché d'Amazon en Europe. La compagnie compte 6 sites logistiques, à Saran (Loiret, premier site, ouvert en 2007), Montélimar (Drôme, 2010), Sevrey/Chalon-sur-Saône (Saône-et-Loire, 2012), Lauwin Planque (Nord, 2013), Boves (Somme, 2017), Brétigny-sur-Orge (Essonne, 2019). Deux nouveaux sites devraient ouvrir bientôt à Senlis (Oise, 2019) et Metz (Moselle, 2020).

1. www.la Tribune.fr/technos-medias/internet/amazon-de-plus-en-plus-dependant-de-ses-activites-cloud-824646.html



Source : D'après les données de www.aboutamazon.fr/amazon-en-france et Reporterre <https://reporterre.net/18094>

Implantation d'Amazon en France

-  entrepôt logistique
-  centre de tri
-  agence de livraison
-  - siège (Clichy)
-  - centre de développement Amazon web service (La Défense)
-  - centre Prime now (Paris)

En projet

-  entrepôt logistique
-  centre de tri

On compte également 10 agences de livraison (sites du service Amazon Logistics, lancés en 2017 afin de s'affranchir de Coliposte, UPS, Chronopost...) et 2 centres de tri (un troisième est prévu à Fournès, dans le Gard). L'entreprise compte aussi un site à Paris pour son service de livraison épicerie, *Amazon Prime Now*, service fonctionnant avec des chauffeurs-livreurs auto-entrepreneurs. Le siège français de la multinationale ainsi qu'un centre de recherche sur la livraison par drone se situent à Clichy.

Les effectifs d'Amazon en France étaient de 7 500 personnes à fin 2018 et la multinationale projette d'avoir 9 300 salarié-e-s (hors intérimaires) d'ici à la fin 2019.²

2. www.bfmtv.com/economie/trois-sites-d-amazon-bloques-par-des-militants-des-amis-de-la-terre-et-des-gilets-jaunes-1723971.html

Les conditions de travail chez Amazon

Statut des salarié-e-s : précarité et tensions sur la convention collective

Amazon fait appel à une main d'œuvre souvent non-qualifiée dans les entrepôts où sont préparées les commandes. Le recours aux intérimaires est massif - employés par des agences d'intérim et non par Amazon directement - en particulier pendant la période des fêtes. Ces «badges verts», les intérimaires en langage Amazon, opposés aux «badges bleus» que sont les salarié-e-s permanent-e-s, représentent souvent la moitié des effectifs, comme cela a pu être constaté en Allemagne, en France et en Pologne. Cette proportion conséquente d'intérimaires pèse dans les relations de travail parmi les salarié-e-s, les intérimaires n'osant pas se mobiliser de peur des conséquences.

En matière de conditions de travail, la multinationale entend user aussi d'un autre levier, celui de la convention collective. Ainsi en Allemagne, Amazon refuse d'appliquer la convention collective des entreprises du commerce, préférant appliquer celle du transport qui lui est plus favorable. En France, la multinationale a même réalisé le tour de force d'appliquer celle du transport et de la logistique, qui est moins favorable aux salarié-e-s concernant l'attribution de primes, la possibilité de travailler la nuit et le dimanche... En 2019, l'Union syndicale Solidaires a d'ailleurs saisi le tribunal à ce propos (procédure en cours).

Bouleversement des conditions de travail dans l'ensemble du secteur de la livraison

Plus globalement, Amazon est à l'origine d'un véritable bouleversement des conditions de travail dans le secteur de la logistique et de la livraison de colis: d'une part à travers la généralisation de ses modalités, notamment de délais, à ses prestataires; mais aussi et surtout, du fait de l'internalisation par Amazon de ces services. Avec sa flotte de Boeing, la filiale Amazon Air inquiète les services publics postaux aux États-Unis, mais aussi les multinationales du secteur telles Fedex, UPS et DHL.

En France, depuis 2017, Amazon a construit dix grands hangars dédiés à la livraison, qui reçoivent les colis en provenance des entrepôts d'Amazon. A partir de minuit, ces colis sont triés et les livreurs prestataires d'Amazon les embarquent dès 5h30 pour leurs tournées. Grâce au travail jour et nuit 7 jours sur 7 et à une gestion algorithmique des chargements et du parcours des livreurs, Amazon assure des livraisons du jour au lendemain.³ Aujourd'hui, Amazon France Logistique assure directement la livraison de 20 à 30% de ses colis, soit autant que ce qu'elle confie encore à La Poste.⁴

Si Amazon est aujourd'hui le premier client de La Poste, la multinationale devient aussi son premier concurrent. Avec la mise en place de services de livraison avec des délais très courts, y compris le week end, et des tarifs de plus en plus compétitifs, les entreprises, qui sont à la fois prestataires et concurrentes (Colipost, Chronopost, Geodis, Fedex, UPS) se sont adaptées: on observe ces dernières années une véritable dégradation des conditions de travail dans ce secteur. Cela implique l'obligation de travailler le dimanche (notamment pour le groupe La Poste), l'appel plus fréquent à la sous-traitance, la multiplication des contrats précaires (temps partiels, intérim...), ainsi qu'une pratique répandue

3. Benoît Berthelot, *Le monde selon Amazon*, Le Cherche-Midi, 2019, p.143 4. www.lemonde.fr/economie/article/2019/10/01/amazon-premier-client-et-premier-concurrent-de-la-poste_6013695_3234.html

de non comptabilisation des heures supplémentaires et de travail dissimulé, notamment avec l'exploitation d'une main d'œuvre immigrée.

Travailler dans les entrepôts : les lourdes conséquences sur la santé des salarié·e·s

Réception et rangement des produits, sélection et paquetage, les travailleuses et travailleurs, spécialisé·e·s à chaque tâche sont soumis à la pression d'un travail toujours plus accéléré et harassant. Sur certains postes les salarié·e·s marchent plus de 15 kilomètres par jour et portent souvent des charges lourdes. Le règlement de l'entreprise impose une productivité en hausse constante.⁵

Pour leur mission de préparation des commandes, celles et ceux que l'on appelle les "pickers" sont dotés d'un "PAD", appareil électronique connecté leur fournissant toutes les informations nécessaires en temps réel : localisation du produit, quantité commandée, zone de regroupement de la commande. Cet appareil permet aux responsables de géolocaliser les "pickers" et de contrôler le temps d'exécution de leur tâche. Amazon a ainsi mis en place une rationalisation totale de l'exécution du travail où chaque mouvement est pensé pour un maximum d'« efficacité » et de « vitesse ».

Avec un tel rythme et le travail de nuit, les corps souffrent et les salarié·e·s atteint·e·s de troubles musculo-squelettiques et de maladies professionnelles sont nombreuses et nombreux au sein d'Amazon. Les syndromes d'épuisement, les accidents du travail et les licenciements pour inaptitude sont fréquents.⁶

Un rapport de la médecine du travail établi

en 2015 concernant les salarié·e·s du site de Saran fait état de 173 personnes « aptes avec restriction médicale » pour un groupe de 901 salarié·e·s déclarés « aptes »,⁷ soit 20 % ! Que ce soit en France, en Allemagne, en Pologne ou ailleurs, la souffrance physique est dénoncée par les équipes syndicales. Ainsi, en Pologne, une enquête minutieuse menée en 2018 par l'inspection du travail a constaté des conditions de travail particulièrement anormales : « des erreurs dans les protocoles d'établissement des circonstances des accidents du travail, le défaut d'équiper les employés d'équipements de protection individuelle, la délivrance tardive des certificats d'emploi, le paiement tardif des salaires et la sous-évaluation de leur montant, le non-respect des dispositions relatives au temps de travail - cela concerne les horaires de travail mal établis, la planification du travail en heures supplémentaires ».⁸

Pression, délation et surveillance

En plus du contrôle permanent (grâce au PAD et peut-être bientôt à un bracelet électronique)⁹ chaque salarié·e d'Amazon doit régulièrement rendre compte à sa hiérarchie, à la fin de sa journée de travail, de la réalisation de ses tâches et de l'atteinte de ses objectifs. C'est le fameux « feedback » (entretien de « retour »).¹⁰

Procédé extrêmement stressant et anxiogène pour les employé·e·s, le feedback peut avoir une teneur différente selon les entrepôts et les pays. Dans les entrepôts français, comme en Allemagne, pour les salarié·e·s directement employé·e·s par Amazon, l'entretien avec la hiérarchie concerne essentiellement les problématiques de sécurité. Les sanctions disciplinaires pour manque de performance sont rares.

5. Pour une immersion dans le quotidien des entrepôts, lire Jean-Baptiste Malet, *En Amazonie, infiltré dans le "meilleur des mondes"*, Fayard, nouvelle édition avril 2019 6. www.capital.fr/entreprises-marches/amazon-un-rapport-alarant-sur-les-conditions-de-travail-a-montelimar-1285393 et www.theguardian.com/technology/2018/jul/30/accidents-at-amazon-workers-left-to-suffer-after-warehouse-injuries 7. www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2015/05/22/32001-20150522ARTFIG00258-quand-amazon-s-arrange-avec-les-accidents-de-travail.php 8. <https://businessinsider.com.pl/firmy/przepisy/amazon-kontrola-panstwowej-inspekcji-pracy-wnioski-pip/rdx4q0> 9. www.nouvelobs.com/societe/20180203.OBS1670/homme-ou-esclave-amazon-depose-le-brevet-d-un-bracelet-electronique-pour-ses-salaires.html 10. www.nytimes.com/2015/08/16/technology/inside-amazon-wrestling-big-ideas-in-a-bruising-workplace.html

Quand Amazon bafoue les droits des femmes

Les conséquences humaines d'un tel système concernent aussi bien les hommes et les femmes travaillant dans ces entrepôts. Pour autant, dans un contexte économique où les femmes occupent, souvent à temps partiel, les postes les moins qualifiés et les moins rémunérés pour survivre et faire vivre leur famille (dont beaucoup sont monoparentales), on peut craindre que les femmes soient en première ligne de ces situations préoccupantes.

Une enquête récente du magazine américain *CNET** fait ainsi état, au cours des huit dernières années, de sept salariées manutentionnaires dans les entrepôts d'Amazon de différentes villes des États-Unis, licenciées peu de temps après l'annonce de leur grossesse. Les témoignages se recourent : leurs demandes d'adaptation du poste de travail, certificats médicaux à

l'appui (impossibilité de rester debout longtemps, de soulever des charges de plus de 10 kg, de monter à l'échelle pour atteindre les produits stockés en hauteur, nécessité de pauses toilettes plus fréquentes...), ont été ignorées par l'entreprise et leur surveillance au travail a même été renforcée. Une de ces femmes a ainsi été mise à pied plusieurs semaines sans salaire, avant d'être licenciée. Deux autres l'ont été après un arrêt maladie. Toutes se sont vu reprocher une baisse de leur productivité.

De l'autre côté de la planète, le drame du Rana Plaza, dont les victimes ont été principalement des femmes, a vite été oublié et certaines entreprises n'ont toujours pas compris la leçon, parmi lesquelles Amazon... Selon une enquête du Wall Street Journal publiée le 23 octobre 2019**, la plate-forme vend toujours des

articles fabriqués dans des usines du Bangladesh connues pour leurs conditions de travail dangereuses : immeubles vétustes, sans dispositifs d'alarme incendie et portes verrouillées par les contre-maîtres pendant le travail du personnel, dont les femmes constituent en général la majorité. Une ouvrière de 18 ans témoigne ainsi qu'avec 300 autres personnes, elle passe chaque jour 12 heures à fabriquer des chemises, « enfermés à l'intérieur jusqu'à ce que la commande soit prête ». Alors que d'autres distributeurs se sont engagés à ne plus utiliser ces usines, Amazon continue sans aucun état d'âme à distribuer des articles fabriqués dans ces conditions.

* www.cnet.com/features/amazon-fired-these-7-pregnant-workers-then-came-the-lawsuits/

** www.wsj.com/articles/amazon-sells-clothes-from-factories-other-retailers-shun-as-dangerous-11571845003

En Pologne par contre, le feedback est principalement tourné autour de la réalisation des objectifs, de la performance et des mesures disciplinaires peuvent être prises à l'encontre des salarié·e·s. Mais face à leur mobilisation, un accord portant sur un moratoire du feedback - suspension de ce dispositif de contrôle et notation pendant 4 mois entre octobre 2018 et janvier 2019 - a été gagné par les salarié·e·s, ce qui a constitué une première au sein du groupe Amazon.

Les pratiques de dénonciation sont également encouragées au sein de l'entreprise, en accord avec les "14 principes de leadership"

qui visent à améliorer en permanence la productivité de chacun·e dans une dynamique de compétition et de performance individuelle. Ces principes sont au cœur de la relation de travail dans l'entreprise et cherchent à pousser les salarié·e·s à se surinvestir personnellement, à être source d'innovation au profit d'Amazon, voire à s'appropriier personnellement le "modèle Amazon" pour en devenir de véritables ambassadeurs.¹¹

L'objectif de ce management, piloté par de puissants algorithmes visant une amélioration perpétuelle de la performance, est que seuls les « meilleurs » restent.

11. www.lefigaro.fr/decideurs/management/2018/08/30/33007-20180830ARTFIG00253-amazon-recompense-les-salaries-qui-font-son-elogesur-twitter.php



Les 14 principes de « leadership » chez Amazon

Avoir du cran, s'opposer et s'engager

Les leaders ont le devoir de remettre en question les décisions lorsqu'ils ne sont pas d'accord même si cela n'est pas toujours facile et ce, dans le respect de leur interlocuteur. Les leaders ont des convictions et font preuve de ténacité. Ils ne font pas de compromis dans le seul but de maintenir une cohésion sociale. Une fois la décision prise, ils s'engagent à la soutenir complètement.

Avoir souvent raison

Les leaders ont souvent raison. Ils ont des connaissances solides et font preuve de discernement pour appuyer leurs décisions. Ils cherchent les différents points de vue et remettent en cause leurs convictions.

Obtenir des résultats

Les leaders se concentrent sur les éléments clés de leurs activités et les atteignent en temps et en heure avec un souci de qualité. En dépit des contretemps, ils saisissent toute opportunité et n'abandonnent jamais.

Apprendre et être curieux

Les leaders ont toujours soif de connaissance et cherchent toujours à se dépasser. Ils veulent découvrir de nouvelles possibilités et les explorent de façon proactive.

Voir grand

Voir petit est une prophétie autoréalisatrice. Les leaders conçoivent et communiquent un objectif général ambitieux qui inspire l'obtention de résultats. Ils pensent différemment et cherchent des solutions innovantes pour mieux servir les clients.

Gagner la confiance

Les leaders sont à l'écoute, ils s'expriment franchement et traitent les autres avec respect. Ils sont autocritiques, même lorsque cela leur paraît embarrassant. Les leaders sont critiques vis-à-vis d'eux-mêmes et de leurs équipes. Ils se comparent et comparent leurs équipes aux meilleurs.

Recruter et développer les meilleurs

Les leaders placent la barre haute pour chaque recrutement et chaque promotion en matière de performance. Ils reconnaissent les personnes aux talents exceptionnels et les aident à s'accomplir au sein de l'organisation. Les leaders forment des leaders et prennent leur rôle d'encadrement au sérieux. Nous travaillons pour nos équipes afin de créer des mécanismes de développement, comme « Career Choice ».

L'obsession client

Les leaders placent l'intérêt du client au premier plan et œuvrent en accord avec ce principe. Ils travaillent activement pour gagner la confiance du client et la conserver. Les leaders font certes attention à la concurrence, mais ils pensent avant tout au client.

Inventer et simplifier

Les leaders attendent et exigent des qualités d'innovation et d'invention de la part de leurs équipes et trouvent sans cesse des façons de simplifier. Ils sont au courant de ce qui se passe à l'extérieur de l'entreprise, recherchent partout de nouvelles idées et ne se sentent pas limités par le fait qu'une invention n'a pas été conçue ici. Pour innover, il faut accepter d'être incompris dans un premier temps.

S'investir personnellement

Les leaders s'investissent personnellement. Ils pensent sur le long terme et ne sacrifient pas cette vision des choses pour des résultats à court terme. Ils n'agissent pas seulement pour leur équipe mais pour l'entreprise toute entière. Ils ne disent jamais « ce n'est pas mon travail ».



Placer le niveau d'exigence toujours plus haut

Les leaders établissent sans relâche des standards élevés qui peuvent paraître irréalisables aux yeux de certains. Les leaders élèvent en permanence leur niveau d'exigence et motivent leurs équipes pour garantir des produits, services et solutions de haute qualité. Les leaders veillent à ce que les défauts soient éliminés à temps et que les problèmes soient réglés de façon définitive.

Analyser en profondeur

Les leaders agissent à tous les niveaux, se tiennent informés des moindres détails, réalisent fréquemment des contrôles et ont l'esprit critique lorsque les données et les affirmations diffèrent. Aucune tâche ne leur est inconnue.

Maîtriser et optimiser les coûts

Faire plus avec moins. Les obstacles forcent à l'ingéniosité, l'autonomie et l'invention. Nous ne gagnerons pas de points supplémentaires pour la taille des effectifs, le montant du budget ou celui des dépenses fixes.

Privilégier l'action

En affaires, la rapidité est un facteur crucial. De nombreuses décisions et actions sont réversibles et ne nécessitent pas d'être étudiées en profondeur. Nous valorisons la prise de risques calculés.

Et les conditions sont tellement dures qu'il semblerait que cela fonctionne : sur le site de Montélimar les salarié·e·s en CDI ne restent pas plus de deux ans et demi en moyenne.¹² C'est le même dispositif de pression qui est mis en place pour les cadres de la multinationale, y compris au siège de Seattle, comme l'a révélé le *New York Times* dès 2015.¹³

Développement, automatisation et uberisation

Annonces, dépôts de brevets et expérimentations laissent présager les évolutions à venir avec des conséquences majeures sur l'emploi.

Deux secteurs vers lesquels Amazon oriente son activité risquent d'être fortement impactés par le développement de la multinationale : d'une part l'industrie de la logistique, avec la mise en place d'un service commercial de livraison au-delà des produits Amazon et des vendeurs de sa *marketplace* ; d'autre part le secteur de l'alimentation avec l'offre d'épicerie d'Amazon qui se développe depuis plusieurs années. Comme le dit le journaliste Benoît Berthelot, « L'objectif ultime de Jeff Bezos, c'est le réfrigérateur de ses clients ».¹⁴

L'activité d'Amazon dans le secteur de la livraison des colis a déjà commencé à impacter tout le secteur. Mais lorsqu'Amazon proposera à n'importe quelle entreprise ou particulier ses services "optimisés" par les algorithmes et défiant toute concurrence, grâce à la pression mise sur les salarié·e·s, le choc risque d'être plus brutal encore. La multinationale a d'ailleurs déjà lancé dans plusieurs pays (États-Unis, Royaume-Uni, Espagne et Allemagne) son programme "Amazon Flex" qui lui permet de se passer de salarié·e·s : il suffit d'avoir le permis, une voiture ou un vélo ainsi qu'un téléphone pour devenir livreur

Amazon. Au moment où ceux-ci allument leur téléphone, ils se voient attribuer un certain nombre de colis à livrer en un temps donné. L'uberisation frappe encore : auto-exploitation et cadences infernales pour gagner tout juste de quoi survivre et sans aucune protection sociale.

Amazon développe également un service de "micro-travail" depuis 2005. "Amazon Mechanical Turk" est une plate-forme web qui fait réaliser à des internautes des tâches plus ou moins complexes comme identifier des objets sur des images, traduire ou retranscrire des documents ou des sons, renommer des fichiers, réaliser des requêtes sur des moteurs de recherche, etc. Ce dispositif a pour objectif d'améliorer la pertinence de l'action des algorithmes et de contribuer au développement des intelligences artificielles. C'est une autre forme d'externalisation du travail à un coût très faible et sans aucune contrainte pour la multinationale. Ces travailleuses et travailleurs "du clic" travaillent à leur domicile, sur leur propre ordinateur, sans aucun statut ni contrat de travail et pour une rémunération dérisoire. Une micro-tâche est généralement payée entre 1 et 5 centimes de dollars. Mais, principe de compétition oblige, ils sont bien sûr évalués et notés et plus le taux de satisfaction est bon, plus le "turker" recevra des tâches un peu plus complexes et mieux rémunérées.

Non contente de se passer de salarié·e·s, Amazon cherche même aujourd'hui à se passer... des humains. En juin 2019, Amazon a annoncé être bientôt prête à livrer ses colis par drones. Les premiers tests sont menés au Royaume-Uni depuis 2016. Mais considérant les difficultés techniques et légales, c'est sans doute en amont, dans les entrepôts, que les choses vont évoluer le plus rapidement : Amazon ne compte en 2017 plus que 4,7 salarié·e·s pour 1 robot, contre 7,7 en 2015.¹⁵

12. Benoît Berthelot, op.cit., p.69 13. www.nytimes.com/2015/08/16/technology/inside-amazon-wrestling-big-ideas-in-a-bruising-workplace.html 14. Benoît Berthelot, op.cit., p.191 15. <https://fr.statista.com/infographie/15814/ratio-robot-employe-amazon/>

Des machines devraient bientôt remplacer les “pickers”. Ainsi, en France, le tout nouveau site de Brétigny-sur-Orge est le premier à être équipé de plusieurs milliers de robots mobiles.¹⁶

L'entrée d'Amazon sur le marché de l'alimentation est une perspective particulièrement inquiétante pour la grande distribution, un secteur qui est déjà frappé par des réductions massives d'emplois liés à la progression du e-commerce. Comme dans d'autres secteurs, face à ses concurrents, Amazon est capable de mobiliser des investissements colossaux, et compense facilement ses pertes. Dès 2007, Amazon lançait “Amazon Fresh”, à Seattle, puis a étendu ce dispositif de livraison de produits d'épicerie à plusieurs grandes villes des États-Unis et d'Allemagne, ainsi que Londres et Tokyo. En 2017, Amazon rachète la chaîne de supermarchés Whole Foods, spécialisée dans le bio et les produits locaux, implantée aux États-Unis, au Canada et au Royaume-Uni. Deux ans après, les conséquences sont déjà là, que ce soit pour les salarié·e·s et les fournisseurs de Whole Foods, comme pour l'ensemble du secteur aux États-Unis.¹⁷ Fin 2017, Amazon contrôlait déjà 18 % des ventes de produits alimentaires en ligne aux États-Unis, soit le double de Walmart, acteur incontournable du secteur. Alors que la part de la vente en ligne des produits alimentaires devrait passer de 5 à 18 % en 2025 aux États-Unis, Amazon est

très bien positionnée pour absorber la croissance de ces ventes et oblige l'ensemble de la grande distribution à modifier ses pratiques.

En Europe, la stratégie est différente. En France, Amazon a noué des partenariats avec le groupe Casino et ses magasins Monoprix et Naturalia pour livrer ses abonné·e·s Prime Now en deux heures seulement (pour la région parisienne, à Lille, Lyon, Marseille et Aix-en-Provence). Les client·e·s peuvent également choisir de récupérer leurs marchandises dans les magasins Monoprix ce qui permet à Amazon de réduire considérablement ses coûts.

Et sans doute que la prochaine étape, aujourd'hui expérimentée à Seattle, est “Amazon Go”, un magasin sans caisses dans lequel les client·e·s sont identifiés grâce à une application sur leur téléphone et leurs achats repérés par des centaines de capteurs ultrasensibles. 3 000 magasins seraient envisagés à l'horizon 2021 dans le monde... En France c'est 170 000 emplois de caissiers et caissières qui sont potentiellement menacés.¹⁸

16. www.strategieslogistique.com/Amazon-passe-la-sixieme-a-Bretigny,9296 17. www.lsa-conso.fr/en-un-an-amazon-a-secoue-whole-foods-et-fait-bouger-tout-le-secteur,299361 18. Benoît Berthelot, op.cit., p.110-112

Amazon, économie globale contre économie locale

PARTIE 4



En France, à chaque installation d'Amazon, les différents gouvernements se sont réjouis de son arrivée, sans s'interroger sur les conséquences de son activité, que ce soit pour l'environnement ou les petits commerces. « Amazon est le bienvenu en France car ma priorité absolue, c'est la création d'emplois et Amazon représente des milliers d'emplois »¹ annonçait Bruno Le Maire, ministre de l'Économie. Ce comportement n'est pas propre à la France, puisque dans d'autres pays également, les investissements d'Amazon sur le territoire sont présentés comme de la pure générosité. Les États rivalisent ainsi de promesses pour que la multinationale se sente bien accueillie.

On constate un "effet Amazon"² à chaque annonce de son arrivée sur un territoire, la firme orchestre une campagne sophistiquée de relations publiques et de marketing, sollicitant les autorités pour obtenir des allègements fiscaux et des facilités de la part des villes et des régions en compétition. Élu·e·s et États ont ainsi facilité la position privilégiée d'Amazon, condamnant les petits acteurs à une concurrence déloyale.

Impact sur le tissu économique local

Alors que les "Amazon Lockers" (casiers dans lesquels les client·e·s d'Amazon peuvent récupérer leurs colis) fleurissent dans des lieux stratégiques en France, les petits commerces de centre-ville et les distributeurs classiques commencent à souffrir de la concurrence.

Aux États-Unis, le dernier papier de l'Institute for Local Self-Reliance rapporte que 93% des petits commerçants interrogés estiment qu'Amazon a un impact négatif sur leurs recettes, et plus de la moitié de

ceux-ci évoquent un impact "significatif". Et pourtant, la plupart se retrouvent à vendre leurs produits sur la *marketplace* d'Amazon pour continuer leur activité. Comment expliquer ce phénomène ?

Premières impactées par l'irruption de la multinationale, de nombreuses librairies indépendantes ont réussi à évoluer pour résister à cette concurrence (conseil aux client·e·s, service de livraison, plate-formes de libraires en ligne...)³ Mais si le nombre de points de vente est resté stable, les effectifs salariés en librairie ont baissé de 12% en 10 ans, d'après les chiffres de l'Observatoire économique de l'ACOSS (caisse nationale des Urssaf) évoqués par Benoît Berthelot.⁴ Les éditeurs ressentent également la pression d'Amazon, dont les algorithmes tendent à l'homogénéisation du marché à travers les recommandations ciblées en fonction des achats d'autres millions de client·e·s.

Outre l'emploi, Amazon met en avant son impact positif sur le tissu commercial local grâce à sa *marketplace*. Celle-ci permettrait aux entreprises locales d'accéder à plusieurs dizaines de millions de consommateur·trice·s. Mais les conditions y sont très contraignantes. À tel point qu'Amazon a été condamnée, en septembre 2019, par la France, à une amende de 4 millions d'euros pour "clauses abusives". Amazon impose en effet un rapport déséquilibré avec ses vendeurs et les conditions qui leur sont imposées peuvent parfois mettre certains petits vendeurs en faillite. Début 2019, l'autorité autrichienne de la concurrence avait également annoncé l'ouverture d'une enquête pour abus de position dominante suite aux nombreuses plaintes de fournisseurs. Puis ce fut le tour de la commissaire européenne à la concurrence, Margrethe Vestager, de déclencher une enquête en juillet dernier.

1. www.lejdd.fr/Politique/fiscalite-des-gafa-bruno-le-maire-annonce-une-directive-europeenne-a-venir-3589670 2. www.theregister.co.uk/2018/11/14/amazon_hq2/ 3. www.slate.fr/story/65611/librairies-amazon-e-commerce-web et, plus récemment, www.la-croix.com/Culture/libraires-denoncent-perils-dAmazon-2018-03-18-1200921739 et www.challenges.fr/lifestyle/livres/ces-libraires-organisent-la-riposte-face-a-amazon_648197 4. Benoît Berthelot, *Le monde selon Amazon*, Le Cherche-Midi, 2019, p.198

Douze ans après l'ouverture de son premier entrepôt à Saran (Loiret), Amazon s'implante toujours plus vite et toujours plus grand en France : une dizaine de plateformes logistiques ont poussé sur tout le territoire. Les derniers bâtiments battent des records en superficie, avec 152 000 m² pour celui qui est entré en service fin octobre 2019 à Brétigny-sur-Orge dans l'Essonne.

Dans quelles conditions se fait cet essor ? Le premier enjeu pour la multinationale est de s'installer près des grands axes routiers pour assurer les allers et venues de ses poids-lourds. Les aéroports semblent aussi entrer dans sa ligne de mire, avec les futurs projets près de Roissy, Orly, Lyon-Saint-Exupéry ou encore Metz.

Pour autant, la localisation n'est pas le seul critère pour Amazon. Dans la plupart des cas, il s'agit aussi de territoires où l'industrie a disparu, laissant une population précaire et paupérisée. À Fournès, dans le Gard, où Amazon souhaite s'installer, la fermeture d'une centrale électrique a mis 600 personnes sur le carreau. À Brétigny-sur-Orge et à Metz, c'est la mise à l'arrêt des bases aériennes qui a précarisé les territoires.

La multinationale états-unienne ferait-elle œuvre de philanthropie ? La situation économique compliquée des communes offre surtout

à Amazon des leviers de négociation efficaces : ses promesses d'embauches résonnent fortement aux oreilles des élu·e·s locaux. Peu importe si le nombre d'emplois effectifs n'égale jamais le nombre d'emplois promis et qu'ils ne soient souvent que des emplois intérimaires.

Pour saisir l'occasion, les collectivités semblent prêtes à toutes les concessions. Exonération d'impôts locaux, prix du foncier imbattable, construction d'infrastructures... Rien n'est trop beau pour séduire le géant nord-américain. À Lauwin-Planque, la communauté de communes a aménagé les routes et construit des ronds-points pour près de 800 000 euros. Une brouille par rapport aux élu·e·s de la Somme, qui ont déboursé 3 millions d'euros pour accueillir un entrepôt à Boves.

Toutes ces négociations se font dans le plus grand secret, sous des noms de code dignes de film d'espionnage : «Projet Delta», «Logistique 22». En outre, plusieurs élu·e·s ont signé des clauses de confidentialité leur imposant le silence sur le nom de l'entreprise. La démarche est en partie illégale, mais tou·te·s acceptent sans broncher, pour s'assurer de décrocher le Graal. Comment en vouloir aux élu·e·s locaux ? Sous Hollande comme sous Macron, les gouvernements ont toujours applaudi l'arrivée d'Amazon, alors même que des procédures fiscales étaient en

cours contre la multinationale.

Le champion de la vente en ligne cultive avec brio le secret et la mise en concurrence. Ce sont des promoteurs qui s'occupent des premières négociations concernant l'achat des terres et la construction des bâtiments : Goodman pour Lauwin-Planque et Saran, Virtuo pour Brétigny-sur-Orge ou encore Argan pour Metz et Fournès. En concurrence eux aussi, ces intermédiaires s'assurent d'obtenir les meilleures conditions d'accueil et louent ensuite à Amazon.

Pourquoi une telle opacité ? La multinationale ne prend pas le risque que d'autres entreprises ne viennent renchérir sur le prix des terrains et peut ainsi imposer ses conditions aux collectivités. Mais il s'agit aussi d'éviter les contestations locales des riverains et la formation de ZAD. En obligeant tous les acteurs locaux à taire sa venue, Amazon met bien souvent les riverains devant le fait accompli.

**Lucas Bretonnier
et Alexandra Saviana**

Comment Amazon force les maires à se taire pour s'implanter discrètement en France

publié en mai 2019

par marianne.net

**Gaspard d'Allens
et Franck Dépretz**

L'empire d'Amazon s'étend en France

une enquête publiée en juillet 2019

par reporterre.net

Depuis la création de la *marketplace*, près de 10 000 petites et moyennes entreprises françaises ont commencé à vendre leurs produits sur le site d'Amazon. Lancée en 2000, la place de marché représente aujourd'hui 58 % des produits vendus par Amazon. Mais peu à peu, ce ne sont plus les PME mais des entreprises internationales qui prennent la place avec des tarifs défiant toute concurrence. Ainsi, 30 % des 450 produits les plus vendus sur Amazon en France proviennent de vendeurs chinois.

Les vendeurs tiers sont soumis à des frais d'abonnement, de pourcentage sur les ventes (15 % en moyenne), de frais de stockage et d'expédition éventuellement qui, cumulés, peuvent représenter un tiers de leurs recettes. Amazon peut changer les contrats quand bon lui semble et imposer aux vendeurs, du jour au lendemain, des délais de livraison plus courts ; des frais en cas de problème de livraison, de colis abîmé ou de délais non tenus ; son droit de suspendre à tout moment le contrat des vendeurs (ou de reculer leur placement algorithmique), par exemple en cas d'avis négatif de client.e.s. **Mais le plus gros risque, pour les vendeurs, c'est d'avoir trop de succès, car Amazon peut alors décider de produire l'objet concerné et bien sûr de favoriser ses propres ventes au détriment de celles du vendeur pour lequel elle ne joue qu'un rôle d'intermédiaire.**⁵ Aucune synergie ne peut ainsi être mise en valeur entre le géant et les petits commerces, on assiste simplement aux abus d'une hégémonie.

Profitant de sa position particulière de *marketplace*, Amazon se fait passer pour un simple intermédiaire et n'assume pas ses responsabilités : les droits de garantie ne sont pas respectés et la multinationale ne

reprend pas les déchets électroniques comme l'y oblige la loi.⁶ De nombreux vendeurs internationaux «oublie» de payer leur TVA et Amazon se permet un laxisme sur ces taxes similaire à celui dont elle fait preuve quand il s'agit de payer ses propres impôts.

En mars dernier, la firme refusait de signer la charte de bonne conduite avec les PME françaises que proposait le gouvernement. Mais la possibilité d'accéder à un marché de 28 millions de visiteuses et visiteurs uniques par mois demeure trop alléchante pour les vendeurs, qui pour la plupart continuent d'accepter les conditions du géant américain, faute de choix.

Impact quantitatif sur l'emploi

Contrairement à ce que prétend la multinationale, accueillir un entrepôt Amazon n'est pas une assurance de création d'emplois sur le territoire concerné. Une étude de l'Economic Policy Institute de Washington⁷ a en effet montré qu'une implantation d'Amazon n'a aucun impact positif sur l'emploi à deux ans. Aux États-Unis, Amazon ne peut pas prétendre compenser la destruction d'emplois de l'industrie, dans la mesure où la firme installe massivement des entrepôts sur des territoires dynamiques comme la Californie.⁸

Une autre étude, menée par l'Institute for Local Self-Reliance, évoque même la possibilité d'une destruction d'emplois dans certains cas : **l'impact net d'Amazon sur l'emploi (différence entre les emplois d'Amazon et les emplois détruits dans les magasins traditionnels) aurait atteint près de - 150 000 emplois aux États-Unis en 2015 ; soit pour 1 emploi créé (au total 145 800 emplois salariés à**

5. Voir le rapport du Harvard Business Review de 2015 <https://store.hbr.org/product/sell-direct-to-consumer-or-through-amazon-hbr-case-study/R1902X> 6. <https://reporterre.net/Amazon-grandit-l-environnement-patit> 7. www.epi.org/files/pdf/138921.pdf 8. www.tandfonline.com/doi/figure/10.1080/12507970.2018.1552088?scroll=top&needAccess=true&

plein temps, temps partiel et intérimaires par Amazon) 2 emplois détruits (294 574 emplois dans les magasins traditionnels).⁹

Le premier secteur concerné est celui des commerces traditionnels et en particulier, le secteur de la librairie. Les commerces traditionnels emploient environ sept personnes pour réaliser le même chiffre d'affaires qu'Amazon par salarié.e.¹⁰ Mais, de fait, c'est surtout la grande distribution qui a du souci à se faire, confrontée aux investissements colossaux d'Amazon réalisés souvent à perte. Elle devra s'adapter si elle ne veut pas disparaître, frappée déjà par des réductions massives d'emplois liées à la progression du e-commerce. Benoît Berthelot souligne : « En 2016, les défaillances d'entreprises de la grande distribution ont augmenté de 66 % dans le monde, particulièrement dans les domaines de l'électronique et du prêt-à-porter, deux secteurs balayés par l'e-commerce ».¹¹

En outre, Amazon peut représenter une menace pour des pans entiers de l'économie. Les grandes surfaces sont les premières touchées : la fréquentation des centres commerciaux américains a chuté de 50 % en trois ans.¹² De même, la région Ile-de-France, qui héberge 750 000 entreprises et 3 millions d'emplois liés au commerce considère l'implantation d'Amazon comme une réelle menace.¹³ La Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) a même rappelé que "les commerçants physiques et ceux du e-commerce n'ont pas les mêmes contraintes fiscales et administratives" que la multinationale.¹⁴

Un réseau logistique construit avec l'argent public

Aux États-Unis, Amazon a bénéficié de plus de 613 millions de dollars de subventions pour financer ses nouvelles implantations entre 2005 et 2014 et plus de 240 millions pour les seules années 2015 et 2016. Les accords étant souvent confidentiels,¹⁵ les montants définitifs sont sûrement plus élevés.

Amazon profite également des fonds publics pour financer son réseau logistique. En effet, les flux de poids lourds qui accompagnent l'ouverture d'un centre logistique mettent fortement à l'épreuve les routes environnantes. Que ce soit sur injonction d'Amazon, ou sous la pression des riverains, les collectivités sont souvent obligées d'investir massivement dans les infrastructures qui entourent un centre Amazon. Cela a été le cas près de Metz, où 35 millions d'euros de travaux d'investissement ont été votés près d'un site Amazon, en grande partie à l'usage direct de la multinationale.¹⁶ Même situation à Boves, où 3 millions d'euros d'argent public (dont 350 000 euros de la commune) ont été mobilisés pour accueillir l'entrepôt d'Amazon ou à Brétigny-sur-Orge avec 13 millions d'euros de travaux.¹⁷ On trouve une situation analogue dans d'autres pays, par exemple à Shakopee, aux États-Unis, où la municipalité a dû financer la construction de nouvelles routes pour permettre l'installation des infrastructures de la multinationale.¹⁸

9. www.syndicat-librairie.fr/images/documents/ilsr_amazonreport_fr_bd.pdf (p39), traduction du rapport de l'Institute for local self reliance <https://ilsr.org/amazon-stranglehold/> 10. Institute for local self-reliance calculation from US Census data 11. Benoît Berthelot, op.cit. 12. Etude de Cushman & Wakefield citée par Benoît Berthelot 13. www.fortuneo.fr/cote-finances/avec-prime-now-amazon-va-t-il-tuer-les-petits-commerces-01072016 14. www.leparisien.fr/paris-75/paris-75005/les-livraisons-en-moins-d-une-heure-d-amazon-a-paris-inquietent-toujours-27-06-2016-5918897.php 15. www.goodjobsfirst.org/sites/default/files/docs/pdf/amazon-subsidies.pdf 16. www.latribune.fr/technos-medias/amazon-createur-d-emplois-et-de-tensions-dans-les-territoires-827561.html 17. <https://reporterre.net/Le-plan-secret-d-Amazon-en-France> 18. www.startribune.com/amazon-withdraws-request-for-1-2-million-in-tax-incentives-in-shakopee/304282181/?refresh=true

Conditions d'installation, l'exemple de New York

En octobre 2017, Amazon avait annoncé vouloir ouvrir un deuxième siège, et a lancé un appel aux villes états-uniennes pour connaître leurs conditions d'accueil, notamment les crédits et exemptions d'impôts, les diverses subventions, et autres incitations pour services publics, octroi de permis ou réductions de redevances. Amazon a posé très clairement ses conditions, à savoir que «le coût initial et le coût permanent de l'activité» seraient des «facteurs décisionnels essentiels». Ainsi, New York a

proposé l'équivalent de 120 000 dollars d'avantages fiscaux par emploi créé par Amazon, dans des conditions plus qu'opaques et inconnues des citoyen·ne·s.

Amazon a finalement renoncé à implanter son deuxième siège à New York suite à l'opposition de l'opinion publique et de nombre d'élu·e·s comme Alexandria Ocasio-Cortez, représentante démocrate dans le 14^e district de New York à la Chambre des représentants des États-Unis. Celle-ci a relayé la colère des communautés

locales à la connaissance de l'accord avec Amazon alors qu'elles attendent en vain des investissements dans les infrastructures de leur quartier. La combativité des syndicats contre l'exploitation des travailleuses et travailleurs n'était pas le genre de situation espérée par le géant américain, d'où l'annulation de ce projet de deuxième siège dans le quartier new-yorkais du Queens.

Amazon condamne à la rue et à une mort précoce les sans-abris de Seattle

Le 17 juin 2018, Amazon a obtenu l'abandon de la taxe annuelle de 275 dollars par salarié·e, instituée par la mairie de Seattle où est situé son siège social, afin de construire des «refuges» pour les sans-abris. Amazon a fait reculer le maire démocrate en lançant une campagne avec Starbucks sur le thème «no Tax on Jobs», menaçant d'en venir au référendum. Le maire avait déjà dû revoir à la baisse son projet de taxe de 500 à 275 dollars, après qu'Amazon ait menacé de déménager son siège social. Premier employeur de la ville avec 45 000 salarié·e·s, Amazon aurait dû s'acquitter de 12,5 millions de dollars avec cette taxe, alors qu'elle a engrangé,

en 2017, plus de 3 milliards de dollars de profits. Amazon préfère valoriser le fait qu'elle soutient directement des associations d'aide aux sans-abris : la philanthropie au bon vouloir des multinationales plutôt que l'impôt...

Cette taxe aurait permis de venir en aide à une bonne part des 12 000 sans-abris du secteur, mis à la rue par la crise des subprimes 10 ans plus tôt et le climat spéculatif qui sévit à Seattle, dont Amazon est en partie responsable. En effet, si Seattle est la 14^e ville la plus peuplée des États-Unis, elle est la 3^e en nombre de sans-abris. Le développement d'Amazon s'est accompagné d'une hausse

des prix immobiliers, produisant la gentrification dans son secteur d'implantation, une hausse des prix dans toute l'agglomération et l'insuffisance de logements accessibles aux ménages les plus modestes. Ce processus «d'épuration sociale» est observé dans toutes les villes américaines d'implantation des sièges de sociétés high-tech, ce qui explique pourquoi les habitant·e·s d'un quartier tranquille de New York se sont mobilisé·e·s en 2017 avec succès contre l'installation d'Amazon.



Face à Amazon, la riposte citoyenne s'organise

PARTIE 5



Pour défendre les droits des salarié·e·s, dénoncer l'évasion fiscale et les conséquences environnementales des activités d'Amazon, bloquer l'implantation de nouveaux entrepôts, travailleuses et travailleurs, syndicats, associations et habitant·e·s se mobilisent.

Ripostes collectives et syndicales par delà les frontières

Les salarié·e·s d'Amazon s'organisent. Depuis 2015, des équipes mobilisées sur différents sites d'Amazon se rencontrent dans le cadre de réunions transnationales auxquelles participent également, en soutien, des collectifs activistes.¹ Le but de ces rencontres est de permettre une meilleure organisation en dépassant le cadre de l'appartenance syndicale et nationale. D'abord initiées par des salarié·e·s d'Allemagne et de Pologne, ces rencontres ont été rejointes par des travailleuses et travailleurs d'Espagne, de France, du Royaume-Uni et des États-Unis. Les syndicats sont également présents lors de ces événements comme la CGT espagnole (syndicat «rouge et noir»), «l'Initiative des Travailleurs» (OZZ-IP, syndicat libertaire, Pologne), l'Union syndicale Solidaires en France, ainsi

que le syndicat polonais Solidarnosc et le syndicat allemand Ver.di. La plupart de ces mêmes équipes syndicales participent également aux rencontres organisées dans le cadre de la plate-forme Transnational Social Strike dont une partie des réflexions porte sur la notion de «logistique de l'exploitation». Les centrales syndicales présentes au sein d'Amazon en Europe (notamment la CGT en France, CCOO en Espagne, GMB en Grande Bretagne, Solidarnosc en Pologne, Ver.di en Allemagne) se rencontrent dans le cadre de réunions organisées avec Uni Global Union.

En juin 2015, à l'appel du syndicat OZZ-IP les travailleuses et travailleurs du site de Poznan lançaient une grève sauvage en protestation contre la mise en place d'heures supplémentaires forcées, tandis qu'au même moment, un mouvement de grève éclatait dans des entrepôts en Allemagne. Pour la première fois, la direction d'Amazon faisait face à un mouvement social simultané dépassant les frontières.

En juillet 2017, suite à une rencontre des salarié·e·s de la base à Poznan, une initiative intitulée «Safe Package» (paquet de sécurité) s'est déroulée simultanément sur les entrepôts de Leipzig (Allemagne), Poznan (Pologne) et Saran (France) au moment du «Prime Day», qui correspond au pic d'activité d'Amazon, chaque été. Il s'agissait d'un appel en direction des salarié·e·s à appliquer strictement les directives en matière de sécurité au sein d'Amazon, notamment celles à propos des gestes et postures («faire attention à son dos», «éviter de courir»), et d'autres, diverses («s'hydrater fréquemment», «faire des pauses régulièrement», etc). L'initiative a eu un certain succès au niveau local et a obligé la direction à prendre position. À Saran et à Poznan, la direction d'Amazon a organisé des conférences de presse afin d'expliquer

1. Voir le site *Amazing workers united across borders* <https://amworkers.wordpress.com/>

que “tout allait bien” et, à Saran les journalistes ont eu droit à une visite organisée des entrepôts...

La même année lors du Black Friday fin novembre, une initiative intitulée «Block Black Friday - Make Amazon Pay» était organisée à Berlin en protestation contre l'ouverture d'un établissement Amazon en plein centre de la ville dédié à la livraison de produits d'épicerie. La manifestation a rassemblé des travailleuses et travailleurs d'Amazon Allemagne et de Pologne ainsi que des activistes de différents groupes et collectifs comme Ums Ganze!, Interventionistische Linke, Berlin Migrants Strikers.

En avril 2018, en réaction à la venue de Jeff Bezos à Berlin, une manifestation transnationale est organisée en lien avec les syndicats et Make Amazon Pay!. Environ 1 000 personnes étaient présentes, dont des salarié-e-s d'Allemagne, d'Espagne, de France et d'Italie ainsi que des activistes, en soutien à la mobilisation.

Suite à un appel à un mouvement de grève au sein d'Amazon en Europe, lancé par des travailleuses et travailleurs des entrepôts de Madrid, une grève est organisée en juillet 2018 au sein d'entrepôts en Allemagne, en Espagne et en Pologne. L'été suivant, un mouvement de grève avec une série de revendications portant sur les salaires et les conditions de travail est lancé à la même période au sein d'entrepôts d'Allemagne, de France (Lauwin Planque) de Pologne et des États-Unis (Minnesota). Particularité du Minnesota, un certain nombre des travailleuses et travailleurs de l'entrepôt de Shakopee appartiennent à la communauté somalienne et sont organisé-e-s au sein du groupe Awood Center (Awood, « pouvoir » en langue somali).

En septembre 2019, le collectif «Amazon Employees for Climate Justice», qui revendique plus de 1 000 salarié-e-s membres, appelle les employé-e-s d'Amazon à se joindre à la grève mondiale pour le climat du 27 septembre. L'appel est relayé en Europe notamment par les salarié-e-s de l'entrepôt allemand de Bad Hersfeld. Ce collectif exige de leur employeur qu'il atteigne zéro émission carbone d'ici à 2030, que sa filiale Amazon Web Services ne signe plus aucun contrat personnalisé avec des entreprises liées aux énergies fossiles et que plus aucun financement d'Amazon ne soit attribué à des lobbysistes et politiciens qui nient l'existence des dérèglements climatiques.²

L'implantation syndicale en Europe et en France est bien sûr définie par des spécificités, des réalités et une histoire diverses dans chaque pays. Concernant l'Allemagne, c'est le syndicat des services Verdi (branche commerces et services de DGB) qui est présent au sein des entrepôts, tandis qu'en Espagne ce sont les CCOO, la CGT-E et l'UGT. Concernant la France, la Cfdt, Solidaires et la CGT sont les principales organisations syndicales depuis les dernières élections professionnelles. La CGT est présente sur l'ensemble des entrepôts et les équipes syndicales de Solidaires sont organisées sur les entrepôts de Lauwin Planque et Saran. En Grande-Bretagne, c'est le syndicat GMB, affilié au Trades Union Congress qui domine la représentation syndicale, en Italie, ce sont les centrales CGIL et CISL qui sont présentes. Pour la Pologne, OZZ-IP et Solidarnosc organisent les travailleuses et travailleurs, OZZ-IP est présent sur les entrepôts de Poznan, Wroclaw et Szczecin, Solidarnosc principalement sur l'entrepôt de Wroclaw, tandis qu'en Slovaquie, c'est le syndicat Moderné Odbory qui est représenté.

2. www.nouvelobs.com/economie/20190910.OBS18254/un-millier-d-employes-d-amazon-vont-manifester-pour-lui-reclamer-plus-d-efforts-pour-le-climat.html

Les librairies indépendantes font de la résistance³

La France compte aujourd'hui 3 200 points de vente de livres qui réalisent 40 % des ventes et emploient près de 11 000 salarié-e-s. Un record mondial ! Ainsi, il y a plus de libraires dans l'Hexagone que sur l'ensemble du territoire états-unien où le nombre de ces commerces a diminué de 43 % en cinq ans. Néanmoins, Amazon tient la corde dans les grandes villes, notamment auprès des jeunes, et pose des difficultés importantes à la grande distribution (disparition de Virgin, réduction des rayons livres à la Fnac au profit des jeux).

La librairie indépendante génère deux fois plus d'emplois que dans les grandes surfaces culturelles, trois fois plus que dans la grande distribution et dix-huit fois plus que dans le secteur de la vente en ligne. Principale raison de l'exception culturelle française : le prix unique du livre mis en place par Jack Lang en 1982, le taux de TVA à 5,5 % et la loi Hamon de 2014 sur la gratuité des frais de port (qu'Amazon s'est empressée de contourner en créant un tarif d'expédition à 1 centime d'euro!).

Mais la principale tactique de résistance, c'est le regroupement des librairies via des portails collectifs. Le site librairiesindependantes.com créé en juin 2017 par le syndicat de la librairie française rassemble ainsi 700 libraires adhérents et permet au lecteur de repérer immédiatement le livre qu'il cherche dans la librairie la plus proche. Même démarche avec le site librest.com, un réseau de 10 librairies du Grand Paris ou lalibrairie.com qui permet de commander des livres et de

les faire livrer gratuitement chez l'un de ses 2 500 partenaires (librairies et diffuseurs de presse) ou directement à domicile. L'extension pour navigateur Amazon Killer permet aussi, quand on visite la page d'un livre sur Amazon, de pouvoir le trouver dans une vraie librairie à côté de chez soi. L'application est gratuite et peut s'installer sur la majorité des navigateurs Internet.

L'enseigne des éditions Presses universitaires de France (PUF) fait encore plus fort en proposant depuis 2016 un service d'impression à la demande. Un robot, l'Espresso Book Machine (EBM), permet d'imprimer un livre en quelques minutes, à choisir parmi une sélection de près de 5 000 titres. Mais surtout, les libraires misent sur l'attachement des Français aux commerces de proximité, nettement plus conviviaux que les algorithmes d'Amazon. Les enseignes tendent de plus en plus à devenir des lieux de vie, multipliant les événements : lectures, rencontres avec des auteur-e-s...

Gilets jaunes : blocages pour la justice fiscale et climatique

Depuis un an, et particulièrement pendant les fêtes de fin d'année en 2018, le mouvement des Gilets jaunes a été accusé de perturber les achats en centre ville et le déplacement dans les zones commerciales en périphérie, favorisant les achats en ligne, notamment sur Amazon. Dès le 6 décembre 2018, le journaliste Axel de Tarlé consacrait sa brève sur Europe 1 à expliquer qu'Amazon était le grand vainqueur du mouvement des Gilets jaunes : « C'est d'autant plus rageant pour les

3. Un article d'Isabelle Bourboulon, initialement publié dans *Lignes d'Attac* n°119 <https://france.attac.org/nos-publications/lignes-d-attac/article/le-monde-selon-amazon>. Voir également le rapport de l'Institute for local self-reliance *Amazon, cette inexorable machine de guerre qui étrangle la concurrence, dégrade le travail et menace nos centres-villes*, traduit par le Syndicat de la librairie française : www.syndicat-librairie.fr/images/documents/ilsr_amazonreport_fr_bd.pdf

Luttes des habitant.e.s contre l'implantation d'Amazon et pour des projets de développement économique alternatifs

commerçants qui estiment déjà ne pas se battre pas à armes égales face à Amazon qui paye moins d'impôts et qui peut ouvrir le dimanche. Et voilà maintenant qu'Amazon récupère les clients grâce à ce mouvement des Gilets jaunes». *Challenges* lui emboîtait le pas en titrant ainsi « Grâce aux Gilets jaunes, Amazon sort grand champion de Noël face aux commerces traditionnels ».⁴

Par un phénomène d'association d'idées dont la nouvelle information ultra-rapide a le secret, les Gilets jaunes ont été présentés à une partie de la population comme des idiots utiles d'un système ultra-capitaliste qu'ils nourrissent, en pensant le dénoncer.

Or la réalité est tout autre. Ainsi dès la deuxième semaine du mouvement, l'arrêt de la construction des entrepôts de e-commerce et des zones commerciales en périphérie, pour protéger les petits commerces faisait partie des 42 revendications votées par les participants au mouvement, ainsi qu'une fiscalité plus importante sur les multinationales - dont Amazon - que sur les PME.⁵

Plus encore, conscients qu'Amazon est récompensée par les marchés pour son évasion fiscale record et la destruction d'emplois, ils savent que la multinationale représente l'avant-garde d'un système ultra-capitaliste encore plus injuste que celui auquel ils s'opposent. Les Gilets jaunes en ont ainsi fait la cible privée numéro un du mouvement. Dans un silence médiatique assourdissant, on recense en réalité pas moins de 20 blocages de sites Amazon depuis le début du mouvement et 23 lorsqu'on compte ceux réalisés avec les Amis de la Terre et ANV-COP21 sur 3 sites le 2 juillet 2019.⁶

Habitant.e.s et élu.e.s, de plus en plus conscient.e.s des conséquences de l'implantation d'Amazon sur leur territoire, ne cessent de toujours plus se mobiliser contre son implantation. Il en est ainsi à Tremblay-en-France (93),⁷ Nîmes (30)⁸ ou New York où Amazon avait prévu d'installer son nouveau siège.

Dénonçant le secret des tractations entre la multinationale et les décideurs politiques, le "modèle Amazon" et son impact sur l'économie locale ainsi que la collaboration de la multinationale avec les services d'immigration états-unis,⁹ les citoyen.ne.s de New York se sont mobilisé.e.s, soutenu.e.s par les élu.e.s démocrates, et ont gagné. "Amazon a abandonné son projet faute de réponses crédibles à nos critiques, car nous avons raison au sujet de leur modèle économique. Nous avons gagné car nous avons dévoilé la vérité." affirme Deborah Axt, co-directrice de l'association "Make the Road New York" qui compte près de 23 000 membres.¹⁰

Les associations locales ont mené campagne alertant sur les menaces pesant sur les conditions de vie des habitant.e.s si Amazon

4. www.europe1.fr/emissions/axel-de-tarle-vous-parle-economie/amazon-le-grand-vainqueur-des-gilets-jaunes-3814748 et www.challenges.fr/services-et-distribution/grace-aux-gilets-jaunes-amazon-sort-grand-champion-de-noel_632483 5. www.nouvelobs.com/politique/20181129.OBS6307/gilets-jaunes-on-a-decortique-chacune-des-42-revendications-du-mouvement.html 6. <https://reporterre.net/Le-plan-secret-d-Amazon-en-France> et www.bfmtv.com/economie/trois-sites-d-amazon-bloques-par-des-militants-des-amis-de-la-terre-et-des-gilets-jaunes-1723971.html 7. www.leparisien.fr/seine-saint-denis-93/a-tremblay-en-france-amazon-n-est-pas-la-bienvenue-13-03-2019-8030859.php 8. voir Jacqueline Balvet, Lignes d'Attac n°119 <https://france.attac.org/nos-publications/lignes-d-attac/article/le-monde-selon-amazon> 9. Amazon Web Services, filiale d'Amazon, travaille avec Palantir, société qui analyse des données et permet au service de l'immigration et des contrôles douaniers des États-Unis (ICE) d'accroître les arrestations, détentions et expulsions de migrant.e.s. Voir : www.technologyreview.com/s/612335/amazon-is-the-invisible-backbone-behind-ices-immigration-crackdown/ et www.lemonde.fr/international/article/2019/08/15/etats-unis-des-employes-de-google-se-positionnent-contre-un-eventuel-contrat-avec-les-services-de-l-immigration_5499529_3210.html 10. <https://nonprofitquarterly.org/beyond-amazon-an-inclusive-economic-vision-for-new-york/>

parvenait à installer son nouveau siège dans le quartier du Queens, à New York. Cela aurait nécessairement conduit à une gentrification avec toutes les conséquences que cela implique (augmentation des loyers, du coût de la vie, expulsion des populations précarisées, etc.) Par ailleurs, la découverte des 3 milliards de dollars d'allègements fiscaux dont aurait bénéficié Amazon pour son installation a profondément choqué les habitant·e·s, alors même que la multinationale n'a donné aucune garantie quant au nombre et au type d'emplois qu'elle s'engageait à créer. Interrogés par le conseil municipal, les dirigeants d'Amazon ont même admis qu'ils chercheraient à limiter le droit de leurs salarié·e·s à s'organiser pour défendre leurs conditions de travail...

Aujourd'hui, les acteurs de la lutte contre l'implantation du siège d'Amazon à New York ont élaboré un projet de développement économique alternatif pour leur ville intitulé "Au-delà d'Amazon: une vision économique inclusive pour New York"¹¹ basé sur 4 principes :

- des investissements pour créer des emplois de qualité qui répondent aux besoins du quartier ;
- le fléchage des subventions publiques vers la création d'emplois de qualité pour les habitant·e·s qui en ont le plus besoin et visant le bien-être collectif ;
- le plafonnement des subventions publiques et allègements fiscaux pour les entreprises ;
- la transparence quant aux accords de développement économique entre les entreprises et les responsables politiques.

De nombreuses autres propositions sont également portées : l'interdiction des ca-deaux fiscaux aux entreprises dont le PDG

gagne plus de 30 fois le salaire du travailleur moyen, l'imposition des multinationales, la priorité aux investissements directs dans les infrastructures (ponts, parcs, économie solidaire), le démantèlement des monopoles prédateurs, la mise en place d'un dispositif de financement public des élections, la création d'un projet de loi exigeant une évaluation de l'impact local "communautaire" des projets de développement économique demandant des subventions publiques.

Défense des droits face à l'exploitation des données et à la surveillance de masse

L'utilisation des données des utilisateurs·rices est le nerf de la guerre commerciale que livre Amazon. Des milliers de salarié·e·s sont chargé·e·s d'écouter les enregistrements d'Echo, l'enceinte connectée qu'utilise Alexa, l'assistant vocal d'Amazon. Officiellement il s'agit d'améliorer les capacités et les fonctionnalités d'Alexa et Amazon affirme que ses employé·e·s n'ont pas accès à l'identification de la personne écoutée. Toutefois, *Bloomberg* a publié un article¹² dénonçant l'accès des employé·e·s à des informations sensibles comme les noms et prénoms des utilisateurs·rices, voire leur numéro de compte en banque, qui peuvent être mis en relation avec le numéro de série de l'appareil.

Amazon met tout en œuvre pour récupérer toujours plus de données lui permettant d'affiner le profil de sa clientèle actuelle et potentielle pour mieux la cibler : depuis début 2019 l'interface vocale d'Alexa est intégrée par défaut aux box Internet de Free et Orange ; ou

11. ibid 12. www.bloomberg.com/news/articles/2019-04-10/is-anyone-listening-to-you-on-alexa-a-global-team-reviews-audio

encore, en échange d'un bon d'achat de 10€, Amazon propose l'installation d'Amazon Assistant qui aura libre accès au parcours réalisé par l'utilisateur·rice sur Internet, analysant le comportement de ses client·e·s.

En mai 2018, en France, l'association la Quadrature du Net a déposé une plainte, au nom de 12 000 utilisateurs·trices contre Amazon Europe auprès de la CNIL. Les plaignant·e·s accusent la multinationale d'exploiter de manière illégale les données personnelles de ses usager·e·s et demandent notamment "l'interdiction des traitements d'analyse comportementale et de ciblage publicitaire". La procédure est en cours.

Les services numériques d'Amazon intéressent aussi les forces de l'ordre. Depuis 2016, en proposant le logiciel de reconnaissance faciale Recognition,¹³ "Amazon s'est engagé de plain-pied dans l'ère de la surveillance de masse" affirme Benoît Berthelot.¹⁴ De nombreuses associations états-uniennes de défense des libertés s'opposent à l'utilisation de ce logiciel par la police comme par les services de l'immigration et du contrôle douanier (ICE, selon l'acronyme en anglais). En octobre 2019, plus de 1 000 artistes ont signé une lettre ouverte « No Music for ICE » dans laquelle ils s'engagent à boycotter leur participation aux festivals ou partenariats parrainés par Amazon jusqu'à ce que la multinationale cesse de soutenir les violations des droits humains par le biais de ses contrats avec ICE et d'autres agences gouvernementales américaines.¹⁵

L'American Civil Liberties Union (ACLU) a notamment dénoncé les risques induits par le manque de précision du logiciel : après l'avoir testé sur les membres du Congrès, il s'est

avéré que 28 de ses membres ont été « reconnus » parmi les visages figurant dans une base de données de délinquants... Des salarié·e·s, mais aussi des actionnaires d'Amazon et des universitaires¹⁶ ont demandé à la multinationale d'arrêter de vendre cette technologie à la police.¹⁷ Sans aucun effet pour le moment. Mais la Californie vient d'adopter une loi interdisant, pour trois ans, l'utilisation de la reconnaissance faciale sur les caméras des policiers. Ironie de l'histoire, le texte de loi a été porté par Phil Ting, élu de San Francisco qui faisait partie des 28 parlementaires identifiés par erreur par *Recognition* lors du test mené par ACLU.¹⁸

En août dernier, la société Ring, propriété d'Amazon et spécialiste des visiophones connectés, annonce sa collaboration nouvelle avec les forces de police dans 400 villes des États-Unis.¹⁹ Dans une lettre ouverte,²⁰ plus de 30 organisations de droits civiques demandent l'annulation de ces accords locaux permettant aux forces de l'ordre d'accéder aux images récoltées par Ring et de les stocker, sans aucun mandat si ce n'est l'accord du propriétaire de la caméra. Selon le *Washington Post*,²¹ ce partenariat est également un enjeu commercial pour Amazon : la multinationale offrirait ou vendrait à prix réduit ses sonnettes aux services de police qui les distribuent ensuite aux habitant·e·s !

Enfin, les annonces les plus récentes ne sont pas faites pour rassurer : Jeff Bezos a annoncé préparer lui-même un projet de loi visant à encadrer l'utilisation des logiciels de reconnaissance faciale qui sera proposé aux parlementaires.²² Et cela tout en poursuivant le développement d'un réseau de surveillance généralisé - le projet *Sidewalk* - qui a pour objectif de couvrir des territoires entiers par

13. www.usine-digitale.fr/article/rekognition-le-systeme-de-reconnaissance-facial-d-amazon-fait-debat.N725499 et www.lemonde.fr/pixels/article/2018/05/23/reconnaissance-faciale-la-collaboration-d-amazon-avec-la-police-americaine-critiquee_5303253_4408996.html 14. Benoît Berthelot, op.cit., p. 173 15. www.fightforthefuture.org/news/2019-10-24-no-music-for-ice-open-letter-from-musicians-to/ 16. www.lemonde.fr/pixels/article/2019/04/04/reconnaissance-faciale-55-chercheurs-demandent-a-amazon-de-ne-plus-vendre-son-logiciel-a-la-police_5445746_4408996.html 17. www.lesnumeriques.com/vie-du-net/amazon-prie-ne-plus-vendre-rekognition-a-police-n85655.html 18. www.20minutes.fr/high-tech/2625699-20191012-californie-loi-interdit-utilisation-reconnaissance-faciale-cameras-policiers 19. www.usine-digitale.fr/article/pourquoi-405-services-de-police-americains-collaborent-avec-ring-amazon-pour-surveiller-les-quartiers.N880200 et www.rfi.fr/ameriques/20190830-ring-amazon-sonnettes-connectees-police-big-brother 20. www.fightforthefuture.org/news/2019-10-07-open-letter-calling-on-elected-officials-to-stop/ 21. www.washingtonpost.com/technology/2019/08/28/doorbell-camera-firm-ring-has-partnered-with-police-forces-extending-surveillance-reach/ 22. www.numerama.com/politique/551175-reconnaissance-faciale-le-patron-damazon-propose-decrire-la-loi-qui-regulera-les-activites-damazon.html

interactions entre objets connectés.²³ Ce réseau à l'échelle d'une ville permettrait de suivre les déplacements d'une personne en fonction des routeurs qu'elle croise. Même pas besoin d'être client.e Amazon : le réseau serait omniprésent. Smartphone et applications, reconnaissance faciale, il serait ensuite facile de recouper l'ensemble des informations pour identifier la personne, la cibler dans des propositions commerciale, voire la surveiller.

23. www.lesnumeriques.com/camera-surveillance/ring-stick-up-cam-wired-p50017/amazon-fait-naitre-la-peur-d-un-reseau-de-surveillance-generalise-n141165.html

Présentation des organisations

Attac France

Attac est une association qui milite pour la justice fiscale, sociale et écologique, en contestant activement le pouvoir pris par la finance sur les peuples et la nature. Depuis 20 ans, Attac décrypte les enjeux du monde contemporain, organise des centaines d'initiatives depuis des réunions d'information locales jusqu'à des actions de blocage de grande envergure. Attac est partie prenante de nombreux réseaux regroupant des associations et mouvements syndicaux et citoyens, et organise tous les deux ans l'Université d'été des mouvements sociaux. Attac ne vit que grâce à ses adhérent·e·s. Pour plus d'informations et adhérer : www.france.attac.org

Les Amis de la Terre

La fédération des Amis de la Terre France est une association de protection de l'Homme et de l'environnement, à but non lucratif, indépendante de tout pouvoir politique ou religieux. Créée en 1970, elle a contribué à la fondation du mouvement écologiste français et à la formation du premier réseau écologiste mondial – les Amis de la Terre International – présent dans 75 pays et réunissant 2 millions de membres sur les cinq continents. En France, les Amis de la Terre forment un réseau d'une trentaine de groupes locaux autonomes, qui agissent selon leurs priorités locales et relaient les campagnes nationales et internationales sur la base d'un engagement commun en faveur de la justice sociale et environnementale.
www.amisdelaterre.org/

Solidaires

L'Union syndicale Solidaires est composée de fédérations et syndicats nationaux, et d'unions locales et régionales. Elle existe depuis 2003 et a des racines bien plus anciennes dans le syndicalisme. Elle défend les travailleurs et les travailleuses en France, quelle que soit leur origine et leur culture, et travaille avec les organisations de jeunes, de chômeuses et chômeurs, de paysan·ne·s, d'habitant·e·s. Elle entretient des relations fraternelles avec de nombreuses organisations syndicales et d'associations à l'étranger pour faire vivre la solidarité internationale. www.solidaires.org/

Optimisation fiscale d'Amazon

Estimation du CA France 2017 et du pourcentage du CA France dissimulé

Depuis 2015, sous la pression des autorités, Amazon a créé une succursale en France de sa filiale luxembourgeoise Amazon EU SARL, qui gère les ventes réalisées en Europe sur ses sites internet. Mais le détail du CA de cette succursale française n'est pas connu. Toutefois, d'après un rapport du Syndex cité par Capital¹, cette succursale aurait déclaré 1 000 millions d'euros de CA en 2015 pour un volume d'affaires estimé de 4 400 millions d'euros, soit 23 %. En 2017, le volume d'affaires d'Amazon en France est estimé à 5 600 millions d'euros par Kantar (voir paragraphe suivant). On estime donc que cette filiale a du déclarer environ 1 290 millions d'euros. Toutefois ceci n'empêche pas Amazon d'échapper à l'impôt, puisqu'elle minimise ses bénéfices en France en re-facturant des services à la maison-mère luxembourgeoise.

De plus, la filiale française d'Amazon qui s'occupe de la logistique, Amazon France Logistique SAS, a déclaré un chiffre d'affaires de 380 millions d'euros en 2017.² Amazon a d'autres filiales françaises mais celles-ci n'ont des CA que de quelques dizaines de millions d'euros et ne sont pas considérées. On estime donc le CA déclaré en France par Amazon à environ 1 670 millions d'euros en 2017.

Le cabinet Kantar estime à 18,9 %³ la part de marché d'Amazon sur le marché du e-commerce en France - estimé au total à 30 milliards d'euros en 2017. Ce chiffre se répartit entre les ventes directes par Amazon (10,8 %) et celles réalisées sur la place de marché (8,1 %) (produits vendus par des tiers). Les ventes directes correspondent donc à un CA de 3 240 millions d'euros. Le volume d'affaires de la place de marché est lui estimé à 2 430 millions d'euros, sur lesquels Amazon prélève une commission de 15 %⁴ ce qui représente un CA pour Amazon de 365 millions d'euros.

Il faut ajouter à cela l'autre activité d'Amazon, Amazon Web Services (hébergement de sites, serveurs...).

Le marché du cloud en France s'élevait à 8,5 milliards d'euros en 2017, dont 11 % pour le segment du cloud d'infrastructure (source : Markess International).⁵ Sur ce segment, Amazon Web Services avait une part de marché de 32 % au niveau mondial (source : Synergy Research).⁶ En appliquant ce chiffre au marché français, on peut estimer un CA français d'environ 299 millions d'euros.

Tout cela représente un total de $3\,240 + 365 + 299 = 3\,904$ millions d'euros de CA en France en 2017. On peut donc estimer qu'environ 57 % du chiffre d'affaires d'Amazon en France était dissimulé en 2017.

1. <https://www.capital.fr/entreprises-marches/comment-amazon-embrouille-le-fisc-1264911>

2. <https://www.societe.com/societe/amazon-france-logistique-sas-428785042.html>

Estimation IS théorique 2017

Amazon a déclaré un CA consolidé de 154 666 millions d'euros (177 866 millions de dollars) au niveau mondial et un résultat consolidé de 2 637 millions d'euros (3 033 millions de dollars)⁷ soit une rentabilité nette de 1,71 %.

Sur cette base, on peut estimer le résultat avant impôt en France à 67,34 millions d'euros et l'IS à 22 millions d'euros sur une base de 33,33 %.

Estimation du % d'activité concernée par la taxe GAFA

Le rapport annuel d'Amazon nous indique la répartition du chiffre d'affaires mondial par type d'activités (en page 69).⁸ Le chiffre d'affaires des « third-party sellers services » (dont revenus d'intermédiation) est de 31 881 millions de dollars et « other » (dont revenus publicitaires) est de 4 653 millions de dollars. Ce sont les seules activités d'Amazon susceptibles d'être soumises à la taxe GAFA du gouvernement. En additionnant les deux, on arrive à 21 % du CA mondial d'Amazon, qui est de 177 866 millions de dollars. À noter que ce taux surévalue les revenus réellement concernés par la taxe GAFA, puisque la catégorie « others » ne comprend que les revenus publicitaires.

Estimation de l'impôt rapporté par la taxe GAFA et de l'impôt qu'Amazon aurait payé en 2017 avec cette taxe (taxe GAFA + IS)

En multipliant le pourcentage des activités d'Amazon concernées par la taxe GAFA par le montant de son chiffre d'affaires estimé en France en 2017, on estime que le chiffre d'affaires numérique d'Amazon s'élevait à 802 millions d'euros en 2017. La taxe GAFA aurait donc rapporté 24 millions d'euros (3%). Or Amazon a payé 8 millions d'euros d'impôt sur les sociétés en 2017.⁹ On peut donc estimer que la multinationale aurait payé 24 millions d'euros en 2017 avec cette taxe (taxe GAFA + IS) (cf. méthodologie générale de calcul explicitée au début du document).

3. <https://www.kantarworldpanel.com/fr/A-la-une/amazon> 4. https://www.challenges.fr/entreprise/marketplace-le-bon-coin-facon-amazon-sous-haute-surveillance_10537 5. <https://www.usine-digitale.fr/article/le-marche-francais-du-cloud-atteint-8-5-milliards-d-euros-en-2017.N645943> 6. <https://www.usine-digitale.fr/article/le-cloud-d-amazon-en-route-pour-franchir-les-20-milliards-de-dollars-de-chiffre-d-affaires-en-2018.N621628> 7. http://www.annualreports.com/HostedData/AnnualReports/PDF/NASDAQ_AMZN_2017.PDF 8. *ibid* 9. <https://www.bfmtv.com/economie/combien-d-impots-paient-aujourd-hui-les-gafa-google-amazon-facebook-apple-uber-netflix-twitter-au-fisc-francais-1586463.html>

Estimation du nombre de produits vendus sur Amazon en 2018 (total vente directe et marketplace)

Calcul du nombre de produits uniques vendus aux États-Unis sur Amazon en 2018.

Aux États-Unis on compte :

- en 2016, 65 millions client·e·s Amazon Prime, ce qui correspond à 1 milliards de produits vendus (15,38 par personne);
- en 2017, 90 millions client·e·s Amazon Prime, ce qui correspond à 5 milliards de produits vendus (55 par personne).

Des analyses montrent que plus un·e client·e utilise son compte *Prime* dans le temps, plus il dépense, avec une moyenne d'accroissement de 12 % par an. Ce qui s'explique assez bien puisque le *Prime* est un service payant, les clients ont donc tendance à rentrer dans des logiques de rentabilisation.¹

Par projection, en 2018, on peut donc faire ce calcul :

$55 + (55 \times 12) / 100 = 61$ produits par personne abonnée à *Amazon Prime*.

On a donc, en 2018, avec 101 millions de client·e·s *Prime* et 61 produits achetés par personne (estimation basse), 6,16 milliards de produits qui auraient été commandés par les client·e·s *Prime* aux États-Unis.

62 % des client·e·s d'Amazon aux États-Unis sont des membres *Prime*²

Le nombre de client·e·s total d'Amazon aux États-Unis serait donc de $100 \times 101 / 62 = 162,9$ millions de client·e·s en 2018.

Les client·e·s *Prime* (62 %) consomment pour 1 400 dollars/an, ce qui correspond à 61 produits par personne.

Les client·e·s sans le *Prime* (38 %) consomment pour 600 dollars/an. Par projection, on arrive ainsi à 26,1 produits par personne.

$61\,900\,000 \times 26,1 = 1\,615\,590\,000$

La clientèle sans le *Prime* aux États-Unis aurait ainsi commandé environ 1,62 milliards de produits.

Au total, on arrive ainsi à une estimation de $1,62 + 6,16 = 7,78$ milliards de produits vendus sur Amazon aux États-Unis en 2018.

Calcul du nombre de produits uniques vendus à l'international (hors États-Unis) sur Amazon en 2018.

Pour estimer le nombre de produits vendus dans le reste du monde, on utilise la méthode suivante : on estime le chiffre d'affaires (CA) e-commerce d'Amazon aux États-Unis pour en déduire celui réalisé à l'international, et on projette le nombre de produits vendus en comparant les résultats précédents, le CA aux États-Unis et le CA à l'international.

1. Millward Brown, *Amazon Prime members are way more likely to shop on only Amazon*, 7 avril 2015 2. Consumer intelligence research partners, *Amazon Exceeds 100 Million US Prime Member*, 17 janvier 2019

Aux États-Unis, le secteur du e-commerce pèse 514.84 milliards de dollars en 2018.³

Selon les estimations, Amazon représenterait environ 36 % de ce marché (chiffre conservateur).⁴

Le volume d'affaires d'Amazon aux États-Unis serait donc de $514.84 \times (36/100) = 185,34$ milliards de dollars.

Pour arriver au chiffre d'affaires d'Amazon, il faut retirer de ce chiffre les revenus qui vont aux revendeurs qui utilisent sa plate-forme.

53% des ventes réalisées sur Amazon auraient été le fait de vendeurs tiers en 2018.⁵

En moyenne, sur ces ventes, Amazon s'octroie 15 % de commission.⁶

Avec le calcul suivant : $(185,34 \times (47/100)) + (185,34 \times (53/100) \times (15/100)) = 87,11 + 14,73 = 101,84$, on peut estimer que le CA états-unien d'Amazon s'élève à environ 102 milliards de dollars (e-commerce seulement) en 2018.

En repartant du nombre de produits calculés en première partie, on arrive à une moyenne de chiffre d'affaires par produit acheté pour Amazon aux États-Unis : $101,84 / 7,78 = 13,09$ dollars.

Alors, en considérant le chiffre d'affaires e-commerce déclaré par Amazon en Amérique du Nord (Canada + États-Unis) qui est de 141,37 milliards de dollars, on a :⁷

- CA Amazon Canada e-commerce = $141,37 - 101,84 = 39,53$ milliards de dollars
- CA Amazon International e-commerce (moins États-Unis + Canada) = 65,87 milliards de dollars⁷
- Donc CA Amazon International e-commerce (total) = $39,53 + 65,87 = 104,90$ milliards de dollars

Hors des États-Unis, Amazon aurait donc réalisé un chiffre d'affaires de 104,90 milliards de dollars en 2018.

Si on applique à ce nombre, le chiffre d'affaires moyen réalisé par Amazon par produit aux États-Unis, pour définir le nombre de produits vendus par Amazon en dehors des ceux-ci : $104,90 / 13,09 = 8,01$ milliards de produits

Au total, en 2018, on peut donc estimer qu'Amazon a vendu : $8,01 + 7,78 = 15,79$ milliards de produits.

3. www.emarketer.com/content/us-ecommerce-2019 4. www.statista.com/statistics/788109/amazon-retail-market-share-usa/ et www.bloomberg.com/news/articles/2019-06-13/emarketer-cuts-estimate-of-amazon-s-u-s-online-market-share et www.emarketer.com/content/us-ecommerce-2019 5. www.statista.com/statistics/259782/third-party-seller-share-of-amazon-platform/ 6 <https://fitsmallbusiness.com/amazon-seller-fees/> et <https://sellics.com/blog-how-much-does-it-cost-to-sell-on-amazon/> 7. Amazon, Rapport d'activité 2018

Estimation des émissions de gaz à effet de serre liées au stockage de données pour l'année 2018

Remarque préliminaire : les unités de mesure des octets se calculent en multiple de 1024 (et non de 1000, comme pour d'autres unités de mesure comme le gramme).

1 exaoctet = 1 152 921 504 606 840 000 octets.

En 2018, le stockage mondial de données dans les data centers représentait 547 exaoctets (Eo).¹

Environ 85% des données stockées dans les data centers le sont via le cloud.²

On prend ainsi 85% de 547 Eo = 464,95 Eo.

Environ 60% de ce cloud est "public".

On prend ainsi 60% de ces 464,95 Eo = 278,97 Eo.

Amazon représenterait 47,8% du marché du «cloud public».³

On prend ainsi 47,8% de ces 278,97 Eo = 133,35 Eo.

Amazon stockerait donc 133,35 exaoctets, ce qui correspond à 143,18 milliards de gigaoctets (Go).

On peut alors établir un bilan des émissions de gaz à effet de serre du stockage de cette masse de données, par an.

Selon la Commission européenne,⁴ 1 Go stocké dans le cloud pendant 1 an, en considérant :

- le mix énergétique européen,
- une mauvaise efficacité énergétique du data center (PUE 2),
- des données reproduites trois fois pour davantage de disponibilité.

Le kg eq. CO₂ correspond à l'équivalent CO₂, c'est à dire selon le GIEC, la quantité émise de dioxyde de carbone (CO₂) qui provoquerait le même forçage radiatif intégré, pour un horizon temporel donné, qu'une quantité émise d'un seul ou de plusieurs gaz à effet de serre (GES).

15 954 kg eq. CO₂ pour 40 téraoctets (To) de données stockées pendant 1 an

= 15 954 kg eq. CO₂ / 40 To / 1024 (pour obtenir des Go)

= 0,39 kg eq. CO₂ / an / Go


Le stockage pendant 1 an, d'un Go dans un data center correspond à 0,39 kg eq. CO₂.

143 183 472 230,40 Go x 0,39 kg eq. CO₂ = 55 841 554 170 kg eq. CO₂

= 55 841 554 170 kg eq. CO₂ / 1 000 000 000 = 55,842 Mt eq. CO₂

On peut ainsi estimer que pour stocker ces données, Amazon émet près de 56 mégatonnes d'équivalent CO₂ de gaz à effet de serre par an.

1. Cisco Global Cloud Index, 2016 - 2021 2. ibid 3. Gartner, *Market share analysis: IaaS and IUS, Worldwide, 2018* 4. Commission européenne, *Preparatory study for implementing measures of the Ecodesign Directive 2009/125/EC - DG ENTR Lot 9 - Enterprise servers and data equipment - Task 5: Environment & Economics, 2015*



Un rapport publié par **Attac France, Les Amis de la Terre et l'Union syndicale Solidaires** en novembre 2019.

Coordination : **Didier Aubé, Laurence Boubet, Alma Dufour, Jeanne Planche, Raphaël Pradeau.**

Contributions et relectures : **Sylvain Alias, Pierre Grimaud, A.L., Dominique Plihon, Olivier Petitjean, Rens Chazottes, Franck Mithieux, Alexis Chaussalet, Françoise Licho, Frank Czesnik, Yves Gimbert, Jean-Baptiste Eyraud, Frédéric Bordage, commission *genre* d'Attac.**