

Alice Vitard (2020), « Amazon accusé d'utiliser les données des vendeurs tiers pour lancer ses propres produits », Usine-digital.fr <https://www.usine-digitale.fr/article/amazon-accuse-d-utiliser-les-donnees-des-vendeurs-tiers-pour-lancer-ses-propres-produits.N957516> (vu le 24/02/2022)

# Amazon accusé d'utiliser les données des vendeurs tiers pour lancer ses propres produits

[Vu ailleurs](#) Une enquête du Wall Street Journal révèle qu'Amazon utilise les données des vendeurs tiers pour développer ses propres produits. Une pratique formellement réfutée par le géant de l'e-commerce qui dit n'utiliser que des données agrégées ou des statistiques publiques. Pourtant, une vingtaine d'anciens et d'actuels salariés racontent comment ils ont travaillé sur des articles déjà vendus sur le marketplace pour en développer de nouveaux, estampillés "Amazon".

[Alice Vitard](#) |

Publié le 24 avril 2020 à 15H43



Amazon accusé d'utiliser les données des vendeurs tiers pour lancer ses propres produits © Bryan Angelo-Unsplash

[Amazon](#) utiliserait les données des vendeurs tiers pour ensuite créer des produits concurrents, révèle [une enquête](#) menée par le *Wall Street Journal* publiée le 23 avril 2020. Une enquête interne a été ouverte.

Ce sont des échanges avec des salariés du service chargé de concevoir des produits pour les

marques d'Amazon, parfois toujours encore en poste, qui ont permis à la journaliste Dana Mattioli d'arriver à cette conclusion.

Pas de données précises, mais agrégées

Amazon affirme avoir mis en place des restrictions pour empêcher ses employés d'accéder aux données des vendeurs tiers afin de ne pas fausser la concurrence. L'entreprise américaine explique qu'elle utilise des informations agrégées sur une catégorie d'articles ou des statistiques publiques comme "les meilleures ventes".

Mais une vingtaine de salariés indique que ces règles n'étaient pas uniformément appliquées. *"Nous savions que nous ne devrions pas le faire, raconte un ancien employé et ajoute, mais en même temps nous fabriquons des produits de marque Amazon et nous voulons qu'ils se vendent"*.

Le média économique prend l'exemple de la PME new-yorkaise Fortem qui commercialise un organisateur de coffre de voiture. Un employé d'Amazon raconte avoir été missionné à écrire un rapport listant 25 informations sur l'objet (le prix moyen sur 12 mois, les dépenses de la marque en publicité...). Ces données ont ensuite aidé Amazon à proposer une offre concurrente en octobre 2019. Scénario similaire avec des coussins de chaise de bureau de l'entreprise Upper Echelon Products.

Un risque de distorsion de concurrence pour l'UE

Jeff Bezos a récemment réfuté ces accusations de pratiques anticoncurrentielles. Il note que la part des ventes réalisées par des vendeurs tiers sur la marketplace est de 58 %, contre seulement 1 % pour les produits Amazon Basics. Pour le CEO d'Amazon, c'est la preuve que l'entreprise américaine n'utilise pas les données des vendeurs tiers. Actuellement, le géant de l'e-commerce possède un catalogue de 243 000 articles estampillés "Amazon Basics".

Ces arguments ne sont apparemment pas suffisants pour la Commission européenne qui a ouvert une enquête en juillet 2019 concernant l'exploitation des données des vendeurs indépendants sur sa marketplace. Margrethe Vestager, la commissaire chargée de la politique de concurrence, estime que le double jeu d'Amazon est susceptible de violer les règles européennes de la concurrence.

[Alice Vitard](#)