

Cloud : quand Microsoft tacle Amazon

Microsoft a réagi à un récent article de [CNBC](#) concernant le déploiement étendu aux Etats-Unis du service de télémédecine [Amazon Care](#). L'offre a été lancée en 2019 sous la forme d'un programme pilote proposé aux employés de la firme basée à Seattle (Washington). Cette offre est dorénavant promue sur l'ensemble du territoire états-unien.

CNBC indique dans son article : Amazon « espère que la combinaison de soins virtuels fournis via Amazon Care et « une nouvelle approche des soins en personne » sera en mesure d'attirer les employeurs [Ndlr : qui contribuent au financement de la couverture santé de leurs collaborateurs] qui s'attachent les services d'autres fournisseurs ».

Cette approche a poussé Judson Althoff, vice-président exécutif et directeur commercial de Microsoft, à s'exprimer sur le sujet. « La confiance est une priorité absolue pour nos clients », indique le dirigeant dans sa note sur LinkedIn, le réseau social professionnel détenu par Microsoft.

« Dans des secteurs tels que les soins de santé, les services financiers et la vente au détail, ils doivent pouvoir s'assurer que leur [fournisseur cloud](#) ne s'associera pas avec eux un jour et ne les concurrencera pas le lendemain. Chez Microsoft, cela signifie que nous sommes, et avons toujours été, une société de technologies pour entreprise. »

En disant cela, Judson Althoff cherche à rassurer les clients et l'écosystème de partenaires de Microsoft. Il faut dire que la multinationale réalise sur certains marchés, [en France](#), par exemple, plus de 90% de son chiffre d'affaires par le biais de ses partenaires.

La co-innovation serait donc préférée à la coopétition.

Le groupe Amazon, via sa filiale cloud Amazon Web Services (AWS), dit-il le contraire ?

Coopération ou coopétition ?

« Bien sûr, nous avons des concurrents dans chaque marché [où nous exerçons] », déclarait en septembre dernier [Adam Selipsky](#), CEO d'AWS, lors du Fast Company Innovation Festival, comme l'a relevé [CRN](#). « Dans le divertissement numérique, par exemple, AWS a des relations importantes avec des groupes comme Netflix, Hulu, Disney+, HBO, même si Amazon pourrait leur faire concurrence dans d'autres domaines. Dans le commerce de détail, autre exemple, vous avez Nike et Brooks Brothers, Shop Direct, Instacart, Zulily. Je pourrais continuer. Or, dans de nombreux secteurs dans lesquels Amazon a des activités, nous avons des partenariats de long terme, étendus et solides avec des entreprises externes. »

Adam Selipsky insistait alors : « le monde est compliqué et je pense que nous sommes tous habitués à coopérer dans certains domaines. Certes, il peut y avoir une certaine concurrence dans d'autres domaines, toutefois cela fonctionne grâce à la confiance. Parce que toutes ces entreprises tierces savent qu'AWS n'a qu'une seule mission : favoriser leur succès. Il n'existe aucun compromis d'aucune sorte à ce sujet. » Circulez, il n'y a rien à voir ?

