La Commissione ha aperto un'indagine antitrust nei confronti di Amazon

14/08/2019

SOCIETÀ, DIRITTO EUROPEO E DELLA CONCORRENZA, PROTEZIONE DEI DATI E CYBERSECURITY

Roberto A. Jacchia
Sara Capruzzi

In data 17 luglio 2019 la Commissione Europea ha avviato un'indagine formale nei confronti di Amazon[1] per valutare se l'utilizzo da parte di questa di dati sensibili provenienti da venditori indipendenti che commercializzano i loro prodotti sul suo *marketplace* potrebbe risultare in violazione delle regole di concorrenza dell'Unione.

Per il tramite della sua piattaforma, Amazon riveste un duplice ruolo: vende prodotti come rivenditore e al tempo stesso fornisce un *marketplace* in cui i venditori indipendenti possono vendere direttamente i loro prodotti ai consumatori, raccogliendo continuamente dati su tutte le attività del *marketplace*. Secondo la Commissione, attraverso tale raccolta Amazon utilizzerebbe informazioni sensibili dal punto di vista concorrenziale riguardanti i venditori, i loro prodotti e le loro transazioni veicolate sul *marketplace*.

Nell'ambito dell'indagine, la Commissione esaminerà gli accordi *standard* tra Amazon e i venditori terzi, che consentono all'attività *retail* di Amazon di analizzare e utilizzare i dati dei venditori terzi. In particolare, concentrandosi sul se e in che modo l'utilizzo di tali dati da parte di Amazon, in

[1] In particolare, l'indagine riguarda *Amazon.com, Inc., Amazon Services Europe SARL, Amazon EU SARL, Amazon Europe Core SARL* e tutte le persone giuridiche direttamente o indirettamente controllate da queste.

qualità di rivenditore, potrebbe influire sulla concorrenza.

La Commissione valuterà altresì il ruolo dei dati nella selezione dei venditori che possono usufruire della funzione cd. *Buy Box*, nonché l'impatto, su tale selezione, dell'utilizzo da parte di Amazon di informazioni sensibili dal punto di vista concorrenziale detenute dai venditori terzi. La funzione *Buy Box* consente ai consumatori di aggiungere direttamente gli articoli di un venditore specifico nel carrello e, pertanto, essere selezionato per vendere attraverso la funzione *Buy Box* risulta di elevata importanza per i venditori, in quanto la maggior parte delle transazioni sulla piattaforma avviene attraverso tale funzione.

Anche in Italia Amazon è attualmente oggetto di indagine da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM). Con delibera del 10 aprile 2019, l'AGCM ha avviato un'istruttoria nei confronti del Gruppo per accertare un presunto abuso di posizione dominante *ex* articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE), riguardante le condotte poste in essere da Amazon nell'ambito della fornitura ai venditori terzi dei servizi di intermediazione per la compravendita di beni e servizi sulla piattaforma di *e-commerce Amazon.com* e dei connessi servizi di logistica[2].

Le condotte oggetto dell'istruttoria italiana riguardano in particolare i vantaggi conferiti da Amazon ai venditori del *marketplace Amazon.com* che utilizzano il servizio di logistica, e gli speculari svantaggi dei *seller* che gestiscono gli ordini autonomamente o avvalendosi di un operatore terzo, consistenti, nello specifico: (a) in una più efficiente rilevazione e interpretazione delle metriche di *performance* dei *seller*, con riguardo ai disservizi e ai reclami dei consumatori, sia per la qualità del prodotto e servizio reso dal *seller*, sia per la logistica gestita da Amazon; (b) in una maggiore visibilità nella pagina *web* dei risultati di una ricerca; e (c) in una maggiore velocità e facilità nell'acquisto del prodotto attraverso l'opzione che consente al consumatore di effettuarlo con un semplice *click*, senza necessità di selezione tra le offerte dei diversi venditori per uno specifico prodotto (c.d. *BuyBox*). Ciò consentirebbe ai venditori che si avvalgono del servizio di logistica di Amazon di migliorare le proprie vendite, penalizzando quelli che non usufruiscono del medesimo servizio. Secondo l'AGCM, in tal modo Amazon opererebbe una discriminazione tra i venditori operanti sulla sua piattaforma, basata sull'adesione o meno al proprio servizio di logistica, ottenendo al tempo stesso vantaggi competitivi significativi nel mercato della logistica, in quanto i venditori operanti sul *marketplace Amazon.com* sarebbero disincentivati ad affidare la gestione del proprio magazzino ad un operatore di logistica terzo per le vendite realizzate su *Amazon.com*[3].

[2] AGCM 10.04.2019, provvedimento n. 27623, *A528 - FBA AMAZON*.
[3] Per maggiori informazioni si veda il nostro precedente contributo, disponibile al seguente LINK.

Roberto A. Jacchia

PARTNER

r.jacchia@dejalex.com

+39 02 72554.1

Via San Paolo 7
20121 - Milano

Sara Capruzzi

ASSOCIATE

s.capruzzi@dejalex.com

+32 (0)26455670

Chaussée de La Hulpe 187
1170 - Bruxelles

MILANO
Via San Paolo, 7 · 20121 Milano, Italia
T. +39 02 72554.1 · F. +39 02 72554.400
milan@dejalex.com

ROMA
Via Vincenzo Bellini, 24 · 00198 Roma, Italia
T. +39 06 809154.1 · F. +39 06 809154.44
rome@dejalex.com

BRUXELLES
Chaussée de La Hulpe 187 · 1170 Bruxelles, Belgique
T. +32 (0)26455670 · F. +32 (0)27420138
brussels@dejalex.com

MOSCOW
Ulitsa Bolshaya Ordynka 37/4 · 119017, Moscow, Russia
T. +7 495 792 54 92 · F. +7 495 792 54 93
moscow@dejalex.com