



Self-preferencing. La Commissione invita gli *stakeholders* ad esprimersi sugli impegni offerti da Amazon

📅 26/07/2022

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

Roberto A. Jacchia
Marco Stillo

In data 14 luglio 2022, la Commissione ha invitato gli *stakeholders* a presentare i propri punti di vista in merito agli impegni¹ offerti da Amazon per far fronte ai problemi relativi all'uso di dati sensibili per i commercianti indipendenti nonché al trattamento preferenziale garantito alle proprie offerte al dettaglio rispetto a quelle di tali commercianti che utilizzano i suoi servizi di logistica e consegna.

Questa la fattispecie.

In data 10 novembre 2020, la Commissione aveva inviato una comunicazione degli addebiti ad Amazon in merito alle possibili violazioni delle norme antitrust mediante pratiche distorsive poste in essere nei mercati

online del commercio al dettaglio. Più particolarmente, secondo la Commissione, ingenti quantità di dati sensibili dal punto di vista concorrenziale relativi ai commercianti indipendenti venivano strutturalmente messi a disposizione dei responsabili dell'attività di vendita al dettaglio di Amazon fluendo direttamente negli algoritmi che quest'ultima utilizzava per decidere quali nuovi prodotti lanciare, i prezzi da praticare nelle singole offerte nonché identificare i migliori fornitori, così rendendo Amazon stessa potenzialmente in grado di evitare alcuni dei rischi ai quali i commercianti invece si espongono quando investono in nuovi prodotti utilizzando i dati dei venditori terzi².

In parallelo, dando seguito all'indagine formale del 17 luglio 2019³, la

¹ Disponibili al seguente [LINK](#).

² Per ulteriori informazioni si veda il nostro precedente contributo, disponibile al seguente [LINK](#).

³ Per ulteriori informazioni si veda il nostro precedente contributo, disponibile al seguente [LINK](#).



Commissione ne aveva avviata una seconda in merito alla c.d. “*Buy Box*”⁴ ed al servizio *Amazon Prime*⁵ ed al loro rapporto con l'utilizzo dei servizi di logistica e consegna di Amazon, con l'obiettivo di assicurarsi che anche i venditori che non utilizzano questi ultimi avessero la possibilità di competere in condizioni di parità sulle piattaforme.

Per rispondere alle preoccupazioni espresse dalla Commissione in relazione ad entrambe le indagini, Amazon ha offerto tre gruppi di impegni.

Per quanto riguarda i dati sui commercianti indipendenti, Amazon si impegna ad astenersi dall'utilizzare quelli non pubblici nelle operazioni di vendita al dettaglio in concorrenza con i commercianti stessi. Ciò si applicherà sia agli strumenti automatizzati di Amazon che ai suoi dipendenti che potrebbero utilizzare in modo incrociato i dati del *marketplace* nelle decisioni relative alle vendite al dettaglio. I dati rilevanti, il cui utilizzo non sarà consentito nella vendita sia di beni di marca che a marchio privato, saranno tanto quelli individuali quanto quelli aggregati come, tra gli altri, le condizioni di vendita, i ricavi, le spedizioni, gli inventari e la *performance* del commerciante sulla piattaforma.

Per quanto riguarda la *Buy Box*, Amazon si impegna ad applicare condizioni e criteri non discriminatori al fine di determinare quali offerte verranno visualizzate in evidenza. Amazon, inoltre, si impegna a mostrare almeno un'altra offerta sulla sua piattaforma accanto a quella in evidenza, a condizione che i) possieda i requisiti necessari per essere selezionata come tale, ii) provenga da un commerciante diverso da quello dell'offerta in evidenza, e iii) sia sufficientemente differenziata da quest'ultima. Entrambe le offerte mostreranno le stesse informazioni

descrittive e garantiranno la stessa esperienza di acquisto, migliorando così le opportunità di scelta del consumatore.

Per quanto riguarda *Prime*, infine, Amazon si impegna a garantire che tutti i rivenditori e i commercianti che soddisfano condizioni e criteri non discriminatori possano essere ritenuti idonei per beneficiare dei vantaggi offerti dalla piattaforma. In secondo luogo, Amazon consentirà ai commercianti *Prime* di scegliere liberamente qualsiasi vettore per i loro servizi di logistica e consegna nonché di negoziare tariffe e condizioni commerciali direttamente con quest'ultimo. In terzo luogo, Amazon si impegna a non utilizzare alcuna informazione ottenuta tramite *Prime* in merito alle condizioni e alle prestazioni dei corrieri terzi per i propri servizi logistici.

Gli impegni riguarderanno tutti i mercati attuali e futuri di Amazon nello Spazio Economico Europeo (SEE). Quelli relativi alla *Buy Box* e a *Prime*, tuttavia, non si applicheranno all'Italia in quanto, con la sua decisione del 9 dicembre 2021, oltre a sanzionare Amazon per aver abusato della propria posizione dominante nel mercato italiano dei servizi di intermediazione su *marketplace*, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) aveva già imposto ad Amazon alcune misure comportamentali, quali l'obbligo di riconoscere i medesimi benefici di e la medesima visibilità sulla propria piattaforma ai venditori terzi sulla base di *standard* equi e non discriminatori⁶.

Gli *stakeholders* avranno ora tempo fino al 9 settembre 2022 per esprimersi sugli impegni offerti da Amazon, che rimarranno in vigore per 5 anni e la cui attuazione verrà monitorata da un *trustee* che riferirà regolarmente alla Commissione.

⁴ La funzione “*Buy Box*” consente ai consumatori di aggiungere direttamente gli articoli di un venditore specifico nel carrello, di talché, essere selezionato per tale funzione risulta di elevata importanza per i venditori, in quanto oltre l'80% delle transazioni sulla piattaforma avviene attraverso di essa.

⁵ I consumatori *Amazon Prime*, che beneficiano di un trattamento preferenziale per la loro fedeltà dell'impresa, sono fondamentali per i venditori, in quanto non solo il loro numero è in costante aumento, e bensì anche perché essi spendono molto di più su Amazon rispetto agli altri consumatori.


⁶ Per ulteriori 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



Marco Stillo

ASSOCIATE

 m.stillo@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

