



Self-preferencing. La Commissione accetta gli impegni offerti da Amazon

📅 15/02/2023

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

Marco Stillo

In data 20 dicembre 2022, la Commissione ha reso giuridicamente vincolanti gli impegni proposti da Amazon per far fronte alle riserve in materia di concorrenza relative all'uso dei dati non pubblici relativi ai venditori che operano sulla sua piattaforma "Amazon Marketplace" nonché ad una possibile disparità di trattamento per accedere alla c.d. "Buy Box"¹ ed al servizio Amazon Prime².

Nell'ambito dell'indagine formale avviata il 17 luglio 2019 in merito alle possibili violazioni delle norme antitrust mediante pratiche distorsive poste in essere nei mercati *online* del commercio al

dettaglio³, in data 10 novembre 2020 la Commissione aveva inviato ad Amazon una comunicazione degli addebiti secondo cui 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 quest'ultima. Più particolarmente, tali dati fluivano direttamente negli algoritmi che Amazon utilizzava per decidere quali nuovi prodotti lanciare, i prezzi da praticare nelle singole offerte nonché identificare i migliori fornitori, rendendola così potenzialmente in grado di evitare alcuni dei rischi ai quali i commercianti invece si espongono quando investono in nuovi

¹ 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.

² 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.

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



prodotti utilizzando i dati dei venditori terzi⁴.

In parallelo, la Commissione aveva avviato una seconda indagine in merito al rapporto tra, da un lato, la *Buy Box* e il servizio *Amazon Prime* e, dall'altro, l'utilizzo dei servizi di logistica e consegna di Amazon, con l'obiettivo di assicurarsi che anche i venditori che non utilizzavano questi ultimi avessero la possibilità di competere in condizioni di parità sulle piattaforme. Nell'ambito di questa seconda indagine, la Commissione aveva concluso in via preliminare che Amazon aveva abusato della sua posizione dominante sui mercati francese, tedesco e spagnolo per quanto riguarda la fornitura di servizi attraverso la sua piattaforma di vendita *online* a venditori terzi. Secondo la Commissione, inoltre, le regole e i criteri per la *Buy Box* e per il servizio *Prime* favorivano indebitamente sia le attività al dettaglio di Amazon sia i venditori che utilizzavano i suoi servizi logistici e di consegna.

Per rispondere alle preoccupazioni espresse dalla Commissione in relazione ad entrambe le indagini, Amazon aveva offerto tre gruppi di impegni relativi, rispettivamente, ai dati sui commercianti indipendenti⁵, alla *Buy Box*⁶ e al servizio *Prime*⁷, che aveva successivamente

modificato dopo che gli *stakeholders* avevano avuto la possibilità di esprimere i propri pareri dal 14 luglio al 9 settembre 2022⁸. Più particolarmente, Amazon si è impegnata, tra le altre cose, a i) aumentare la trasparenza e la rapidità delle informazioni trasmesse ai venditori e ai vettori in merito ai propri impegni nonché ai nuovi diritti acquisiti, ii) definire modalità che consentano ai vettori indipendenti di contattare direttamente i propri clienti Amazon e di fornire servizi di consegna equivalenti, iii) migliorare la protezione dei dati dei vettori contrastandone l'uso da parte dei servizi logistici concorrenti, e iv) mettere in atto un meccanismo di reclamo centralizzato, aperto a tutti i venditori e vettori in caso di sospetta inosservanza degli impegni.

Secondo la Commissione gli impegni finali, che rimarranno in vigore sette anni per *Prime* e cinque anni per tutti gli altri, garantiscono che Amazon non userà per le proprie attività al dettaglio i dati dei venditori che operano sulla sua piattaforma, concedendo un accesso non discriminatorio alla *Buy Box* e a *Prime*. Sebbene essi 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

⁴ Per ulteriori informazioni si veda il nostro precedente contributo, disponibile al seguente [LINK](#).

⁵ Amazon si impegna ad astenersi dall'utilizzare i dati 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.

⁶ Amazon si impegna, da un lato, ad applicare condizioni e criteri non discriminatori al fine di determinare quali offerte verranno visualizzate in evidenza e, dall'altro, 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.

⁷ Amazon si impegna a i) 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, ii) consentire 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, e iii) a non utilizzare alcuna informazione ottenuta tramite *Prime* in merito alle condizioni e alle prestazioni dei corrieri terzi per i propri servizi logistici.

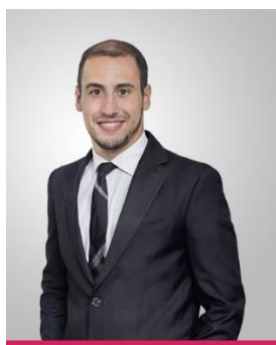
⁸ Per ulteriori informazioni si veda il nostro precedente contributo, disponibile al seguente [LINK](#).

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 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 discriminatori⁹.

⁹ Per ulteriori informazioni si veda il nostro precedente contributo, disponibile al seguente [LINK](#).





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

