



CAMMINO DIRITTO

Rivista di informazione giuridica
<https://rivista.camminodiritto.it>



E-COMMERCE: COMMISSIONE EUROPEA CONTESTA AD AMAZON LA VIOLAZIONE DI NORME UE A TUTELA DELLA CONCORRENZA

In quanto piattaforma di e-commerce, Amazon svolge un duplice ruolo: I) da un lato, ospita un mercato virtuale in cui beni e servizi vengono scambiati continuamente; II) dall'altro, opera all'interno di tale mercato, offrendo beni e servizi in concorrenza con le altre imprese. Secondo la Commissione europea, Amazon avrebbe violato le norme antitrust UE, distorcendo la concorrenza, a causa del sistematico utilizzo di dati, non pubblici, riguardanti i venditori concorrenti, operanti sulla piattaforma; avrebbe, inoltre, adottato pratiche commerciali idonee a favorire artificialmente le proprie offerte e quelle dei venditori che utilizzano i suoi servizi.

di **Riccardo Samperi**

IUS/05 - DIRITTO DELL'ECONOMIA

Articolo divulgativo - ISSN 2421-7123

Direttore responsabile

Raffaele Giaquinto

Publicato, Giovedì 26 Novembre 2020

 Abstract ENG

As an e-commerce platform, Amazon plays a dual role: I) on the one hand, it hosts a virtual market in which goods and services are continuously exchanged; II) on the other hand, it operates within this market, offering goods and services in competition with other companies. According to the European Commission, Amazon would have violated EU antitrust regulations, distorting competition, due to the systematic use of non-public data concerning competing sellers operating on the platform; moreover, it would have adopted suitable commercial practices to artificially favor its own offers and those of the sellers who use its services.

In quanto piattaforma di e-commerce, Amazon svolge un duplice ruolo:

I) Da un lato, ospita un mercato virtuale in cui beni e servizi vengono acquistati e venduti continuamente; II) Dall'altro, opera all'interno di tale mercato, offrendo beni e servizi in concorrenza con le altre imprese.

La prima criticità rilevata dalla Commissione riguarda il fatto che Amazon raccoglie e aggrega su vasta scala i dati degli altri venditori (Big Data), per poi studiarli ed elaborare strategie commerciali.

Si tratta di dati e informazioni di carattere privato, condivise dai venditori con Amazon al fine di poter accedere alla piattaforma e-commerce di quest'ultima, e perciò non conoscibili né utilizzabili dagli altri operatori economici.

La disponibilità di dati non pubblici sui venditori concorrenti - secondo la Commissione - avrebbe permesso ad Amazon di aumentare la visibilità dei propri prodotti, assicurando al contempo la massima pertinenza delle offerte rispetto alle esigenze dei singoli consumatori.

In tal modo, l'azienda sarebbe riuscita ad evitare - o quantomeno ridurre - i normali rischi imprenditoriali derivanti dalle attività di vendita al dettaglio, conseguendo una posizione dominante all'interno dei due maggiori mercati europei (Francia e Germania), violando l'articolo 102 del TFUE.

La Commissione ha, inoltre, avviato una seconda indagine antitrust al fine di stabilire se i criteri fissati da Amazon per: 1. selezionare il vincitore della "Buy Box" e 2. consentire ai venditori di interfacciarsi con gli utenti Prime (cioè quelli che hanno sottoscritto il

programma fedeltà Prime di Amazon) determinino un trattamento privilegiato dell'attività di vendita di Amazon e/o dei venditori che utilizzano i suoi servizi di logistica e consegna.

La "Buy Box" è uno spazio ben visibile sul sito web di Amazon, che consente ai clienti di aggiungere i prodotti che intendono acquistare al loro carrello virtuale. Vincere la "Buy Box" significa riuscire a collocare le proprie offerte all'interno di tale casella ed è fondamentale per le attività di vendita online. La netta maggioranza delle vendite, infatti, ha ad oggetto prodotti contenuti nella Buy Box.

L'altro aspetto dell'indagine riguarderà la possibilità, per i venditori, di raggiungere efficacemente gli utenti Prime. Si tratta di un aspetto essenziale, sia perché il numero di utenti Prime è in continua crescita, sia poiché la maggioranza delle transazioni viene conclusa da sottoscrittori di abbonamenti Prime piuttosto che da utenti standard.

Al riguardo, Margrethe Vestager, commissaria europea responsabile delle politiche di concorrenza, ha dichiarato:

«Dobbiamo garantire che le piattaforme che rivestono un doppio ruolo e che hanno potere di mercato, come Amazon, non falsino la concorrenza. I dati sull'attività dei venditori terzi non devono essere utilizzati a vantaggio di Amazon quando agisce come loro concorrente. Anche le condizioni di concorrenza sulla piattaforma Amazon devono essere eque. Le sue regole non devono favorire artificialmente le offerte al dettaglio di Amazon né avvantaggiare i dettaglianti che utilizzano i suoi servizi logistici e di consegna. Alla luce del boom del commercio elettronico e del fatto che Amazon è la principale piattaforma di commercio elettronico, un accesso equo e senza distorsioni ai consumatori online è importante per tutti i venditori»^[1].

Note e riferimenti bibliografici

[1] Fonte: <https://ec.europa.eu>.

* Il simbolo {https/URL} sostituisce i link visualizzabili sulla pagina:
<https://rivista.camminodiritto.it/articolo.asp?id=6079>