

Oltre 1 miliardo di multa ad Amazon per abuso di posizione dominante

Pubblicato: Giovedì 9 Dicembre 2021



L’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha irrogato una sanzione di oltre 1 miliardo di euro a diverse società del gruppo Amazon per abuso di posizione dominante. Secondo l’Autorità Amazon detiene una posizione di assoluta dominanza nel mercato italiano dei servizi di intermediazione su marketplace, che le ha consentito di favorire il proprio servizio di logistica, denominato Logistica di Amazon (Fulfillment by Amazon, c.d. “FBA”), presso i venditori attivi sulla piattaforma Amazon.it ai danni degli operatori concorrenti in tale mercato e di rafforzare la propria posizione dominante.

Secondo l’Autorità, le società hanno legato all’utilizzo del servizio Logistica di Amazon l’accesso a un insieme di vantaggi essenziali per ottenere visibilità e migliori prospettive di vendite su Amazon.it. Tra tali vantaggi esclusivi spicca l’etichetta Prime, che consente di vendere con più facilità ai consumatori più fedeli e alto-spendenti aderenti all’omonimo programma di fidelizzazione di Amazon. L’etichetta Prime consente, inoltre, di partecipare ai famosi eventi speciali gestiti da Amazon, come Black Friday, Cyber Monday, Prime Day e aumenta la probabilità che l’offerta del venditore sia selezionata come Offerta in Vetrina e visualizzata nella cosiddetta Buy Box. Amazon ha, così, impedito ai venditori terzi di associare l’etichetta Prime alle offerte non gestite con FBA.

“L’istruttoria ha accertato che si tratta di funzionalità della piattaforma Amazon.it cruciali per il successo dei venditori e per l’aumento delle loro vendite -si legge in una nota-. Infine, ai venditori terzi che utilizzano FBA non viene applicato lo stringente sistema di misurazione delle performance cui Amazon sottopone i venditori non-FBA e il cui mancato superamento può portare anche alla sospensione dell’account del venditore. **In tal modo Amazon ha danneggiato gli operatori concorrenti di logistica per e-commerce, impedendo loro di proporsi ai venditori online come fornitori di servizi di qualità paragonabile a quella della logistica di Amazon.** Tali condotte hanno così accresciuto il divario tra il potere di Amazon e quello della concorrenza anche nell’attività di consegna degli ordini e-commerce. Per effetto dell’abuso, inoltre, sono stati danneggiati anche i marketplace concorrenti: a causa del costo di duplicazione dei magazzini, i venditori che adottano la logistica di Amazon sono scoraggiati dall’offrire i propri prodotti su altre piattaforme online, perlomeno con la stessa ampiezza di gamma”.

L’Autorità ha ritenuto tale strategia abusiva particolarmente grave e, anche in considerazione della sua durata, degli effetti già prodotti e delle dimensioni del Gruppo, ha deciso di irrogare la sanzione di oltre un 1 miliardo di euro (1.128.596.156,33 euro per l’esattezza). **Inoltre, per ripristinare immediatamente le condizioni concorrenziali nei mercati rilevanti, l’Autorità ha imposto ad Amazon misure comportamentali che saranno sottoposte al vaglio di un *monitoring trustee*.** “Amazon -continua L’AGCM- dovrà concedere ogni privilegio di vendita e di visibilità sulla propria piattaforma a tutti i venditori terzi che sappiano rispettare standard equi e non discriminatori di evasione dei propri ordini, in linea con il livello di servizio che Amazon intende garantire ai consumatori Prime. Amazon dovrà definire e pubblicare tali standard e, a far data da un anno dall’assunzione della decisione, astenersi dal negoziare con i vettori e/o con gli operatori di logistica concorrenti – per conto dei venditori – tariffe e altre condizioni contrattuali applicate per la logistica dei loro ordini su Amazon.it, al di fuori di FBA”.

Una sanzione verso la quale Amazon farà ricorso. “Siamo in **profondo disaccordo** con la decisione e presenteremo ricorso -si legge in una nota dell’azienda-. La sanzione e gli obblighi imposti sono ingiustificati e sproporzionati. Più della metà di tutte le vendite annuali su **Amazon** in Italia sono generate da piccole e medie imprese, e il loro successo è al centro del nostro modello economico. Le piccole e medie imprese hanno molteplici canali per vendere i loro prodotti sia online sia offline: Amazon è solo una di queste opzioni. Investiamo costantemente per sostenere la crescita delle **18.000 piccole e medie imprese** italiane che vendono su Amazon e forniamo molteplici strumenti ai nostri partner di vendita, anche a quelli che gestiscono autonomamente le spedizioni”.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it