

Il caso Amazon

Il servizio Prime è un servizio a valore aggiunto offerto da Amazon ai consumatori finali che pagano un abbonamento annuo di 36 EUR per ottenere consegne gratuite e più rapide. Per quanto riguarda i venditori, Prime è un servizio a cui possono accedere tutti, sempre che soddisfino gli standard di qualità Amazon nella logistica e nella spedizione.

Fino al 2021 questo standard di qualità era possibile conseguirlo solo affidando i servizi di logistica ad Amazon stessa. Dal 2021 si può diventare venditori Prime anche senza affidare la logistica e il trasporto ad Amazon, ma gestendola in proprio. Tuttavia Amazon tiene tantissimo al rispetto degli standard di qualità del servizio, al punto che negozia e approva i contratti dei vettori scelti dai venditori Prime che non usufruiscono del servizio fornito da Amazon. Inoltre i rapporti con i consumatori finali Prime sono gestiti da Amazon, compresa la gestione dei resi, indipendentemente da chi fornisce il servizio.

I benefici per i venditori prime e il costo del servizio

Il maggior costo per venditori per la logistica e il trasporto è compensato: *i)* dall'ottenimento del *badge Prime* per i propri prodotti; *(ii)* dalla maggiore probabilità di aggiudicazione della *BuyBox*; *(iii)* dalla possibilità di partecipare agli eventi-pilastro e alle offerte speciali; *(iv)* dall'idoneità delle proprie offerte ai fini della "*Spedizione gratuita via Amazon*".

Non è prevista una quota di iscrizione al servizio di logistica e trasporto Amazon né requisiti minimi di inventario. Il prezzo del servizio è basato su un sistema di tariffe "*pay-per-use*", così suddiviso: *(i)* tariffa di stoccaggio; *(ii)* tariffa di spedizione; *(iii)* tariffa di elaborazione dei resi.

Dal 2021 i venditori possono divenire Prime anche senza affidare la logistica ad Amazon, ma gestendola in proprio. Tuttavia Amazon è l'interlocutore degli acquirenti finali (anche per la gestione dei resi) e paga il servizio di trasporto.

L'abuso

L'abuso è dovuto al fatto che il venditore non può in autonomia scegliere il vettore di trasporto Prime che meglio desidera e in ogni caso, l'autonomia consentita dal 2021 è sempre soggetta all'intermediazione di Amazon. E questo secondo l'agcm è illegittimo.

Ma è veramente un abuso?

Se la logistica in proprio fosse più competitiva e i servizi di trasporto acquistati sul mercato più economici, i venditori potrebbero rinunciare al riconoscimento Prime e vendere senza costi di trasporto per l'acquirente e a prezzi più bassi. Se però gli eventi associati al riconoscimento di venditori Prime o la stessa etichetta Prime fossero importanti per il venditore, egli potrà utilizzare il servizio SFP (seller fulfilled prime)

L'agcm non accetta la soluzione SFP alle condizioni proposte da Amazon.

L'Autorità non accetta che il rapporto contrattuale con i consumatori finali e con i fornitori del servizio di trasporto sia gestito da Amazon. Il problema è che la qualità del servizio Prime non è verificabile con facilità. Per questo Amazon interviene così diffusamente e direttamente

nello scambio. Se il controllo di qualità venisse lasciato alla gestione dei venditori molti disservizi rimarrebbero non rivelati e non puniti. E questo metterebbe in discussione la stessa convenienza del servizio Prime con i consumatori. L'agcm entra prepotentemente nei rapporti contrattuali di Amazon, senza valutare se la qualità del servizio può essere garantita con un controllo esterno da parte di Amazon (che, secondo la decisione dell'agcm, non dovrebbe più gestire alcunché, ma semplicemente fissare le regole). L'agcm trascura il fatto che le caratteristiche del servizio che Amazon promette ai consumatori (che pagano per questo) sono difficilmente rilevabili e si prestano a non essere rispettate dai terzi.

L'obiettivo dell'agcm

Quale obiettivo persegue l'AGCM con la sua azione? Non il benessere dei consumatori che usufruiscono con soddisfazione del servizio Prime. Peraltro non ci sono investimenti sunk che rischiano di essere espropriati, visto che l'obiettivo di Amazon non è la monopolizzazione del trasporto o della logistica. Emerge dal provvedimento dell'Autorità un'ampia discrezionalità applicativa (non avendo l'agcm esplicitato l'obiettivo perseguito, manca uno standard di apprezzamento). L'agcm promuove la totale libertà di scelta dei venditori in materia di servizi di logistica e di trasporto (naturalmente nel rispetto delle regole imposte da Amazon), ma poca considerazione è data alla salvaguardia della qualità e della reputazione di Amazon, che è la ragione per cui i consumatori pagano per usufruire del servizio Prime. Non basta dichiarare di rispettare le regole per poi rispettarle per davvero! Vedremo come questo problema verrà risolto (se lo verrà) nell'individuazione dei rimedi.

Quale obiettivo persegue Amazon integrandosi?

L'integrazione di Amazon nella logistica non ha l'obiettivo di escludere i concorrenti (come avveniva nel caso Microsoft con Real Player) o di mantenere il potere di mercato nel servizio di marketplace (come avveniva sempre con Microsoft con il mercato del group server). Se la logistica fornita da Amazon fosse troppo costosa i venditori non si assocerebbero ad Amazon e potrebbero gestirla in autonomia fissando prezzi più bassi per i loro prodotti, peraltro con SFP, senza rinunciare ai benefici Prime. L'obiettivo di Amazon è garantire la qualità e la rapidità del servizio.

Peraltro i servizi logistica forniti da Amazon per i prodotti Prime non esauriscono le esigenze dei venditori (perché non è conveniente acquistare la caratteristica Prime per tutti i prodotti da loro venduti) e pertanto molti venditori acquistano servizi di logistica per il resto dei loro prodotti. Quindi non c'è un'esclusione di servizi di logistica alternativi, né un'appropriazione dei loro investimenti immobilizzati, né un rischio di monopolizzazione. Quali sono le caratteristiche del mercato della logistica non sono esplicitate nel provvedimento. Quindi mancano le informazioni per verificare l'effetto potenzialmente escludente (che a prima vista non sembrano realizzarsi) sui servizi di logistica alternativi.

La giurisdizione

E per finire una notazione sulla giurisdizione. Il servizio Prime e le sue modalità di funzionamento sono comuni a tutti gli SM. Il caso è chiaramente comunitario. E difatti un procedimento è stato avviato dalla Commissione europea il 10 Novembre 2020 relativamente a comportamenti analoghi a quelli considerati dall'Autorità italiana (che aveva avviato l'istruttoria il 16 aprile 2019, un anno e mezzo prima), escludendo espressamente l'Italia come mercato da considerare. L'agcm aveva notificato all'ECN l'avvio dell'istruttoria.

Meglio sarebbe stato per la Commissione agire immediatamente per l'intera UE. La soluzione trovata, lasciare il caso all'Autorità italiana e avviare nei confronti di tutti gli altri Stati membri, non è certamente ottimale e rappresenta un fallimento del coordinamento comunitario.