

1842 - VENDITA PRODOTTI APPLE E BEATS SU AMAZON MARKETPLACE*Provvedimento n. 28294*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 luglio 2020;

SENTITO il Relatore, Professor Michele Ainis;

VISTO l'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione europea (TFUE);

VISTO il Regolamento n. 1/2003 del Consiglio del 16 dicembre 2002;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la legge 6 febbraio 1996, n. 52, come modificata dalla legge 21 dicembre 1999, n. 526 e, in particolare, l'articolo 54;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI***1.1 Il gruppo Apple***

1. Apple Inc. è una società di diritto statunitense, con sede in Cupertino, California, a capo dell'omonimo gruppo attivo nella progettazione, produzione e commercializzazione di dispositivi per la comunicazione mobile e multimediale, *personal computer* e dispositivi audio-video con i marchi Apple e Beats¹, nonché nella vendita di una ampia gamma di *software*, servizi, periferiche e soluzioni di *networking* correlate e, ancora, di applicazioni e contenuti digitali di soggetti terzi. Apple è una società ad azionariato diffuso, quotata presso la Borsa di New York, non soggetta al controllo di alcuna società o persona. Il fatturato globale realizzato dal gruppo Apple Inc., nell'esercizio conclusosi il 28 settembre 2019, è di circa 231,57 miliardi di Euro².
2. Apple Inc. controlla direttamente o indirettamente le società Apple Distribution International Ltd, Apple Sales International, Apple Italia S.r.l. e Apple Retail Italia S.r.l.³.
3. Apple Distribution International Ltd, con sede in Cork, Irlanda gestisce l'Apple Online Store, l'app mobile Apple Store e il Centro Contatti Apple.
4. Apple Sales International è la società, controllata da Apple Inc. di diritto irlandese titolare dei contratti di vendita ed assistenza delle reti distributive e di riparazione a marchio Apple.
5. Le attività operative di Apple in Italia son presidiate da Apple Italia S.r.l. e da Apple Retail Italia S.r.l., la quale detiene gli *store* fisici a marchio Apple.
6. Nel seguito, si indicheranno con "Apple", la società Apple Inc. e tutte le sue controllate.

¹ Cfr. Decisione della Commissione europea del 25 luglio 2014, caso M.7290 – *Apple/Beats*.

² Cfr. Relazione annuale di Apple Inc. per l'anno fiscale concluso il 28 settembre 2019 (Annual report pursuant to section 13 or 15(d) of the Securities Exchange act of 1934 of Apple Inc.). Il valore del fatturato netto totale (total net sales) è pari a 260,17 miliardi di dollari.

³ Cfr. Relazione annuale di Apple Inc. per l'anno fiscale concluso il 28 settembre 2019 (Annual report pursuant to section 13 or 15(d) of the Securities Exchange act of 1934 of Apple Inc.); Decisione della Commissione del 30 agosto 2016, sugli aiuti di Stato SA.38373 (2014/C) (ex 2014/NN) (ex 2014/CP) implementati dall'Irlanda ad Apple.

I.2 Il gruppo Amazon

7. Amazon.com Inc. è un'impresa attiva nel commercio elettronico e nell'erogazione di ulteriori servizi di *information and communication technologies*, con sede a Seattle nello stato di Washington. Amazon.com Inc. opera in Italia anche attraverso le società Amazon Services Europe S.à r.l., Amazon Europe Core S.à r.l., Amazon EU S.à r.l. e Amazon Italia Services S.r.l.. Il fatturato globale realizzato dal gruppo Amazon.com Inc. nell'esercizio 2019 è di circa 249,16 miliardi di Euro⁴.

8. Amazon Services Europe S.à r.l. è la società di diritto lussemburghese che si occupa della gestione del *marketplace* Amazon.com e dei cinque *marketplace* nazionali attivi in Europa, nonché dei servizi "Vendita su Amazon" e "Logistica di Amazon".

9. Amazon Europe Core S.à r.l. è la società di diritto lussemburghese responsabile della gestione dei siti Web dei negozi europei di Amazon, ed è titolare del dominio internet *www.amazon.it*.

10. Amazon EU S.à r.l. è attivo nella vendita diretta di prodotti di varia natura nel *marketplace* Amazon.

11. Amazon Italia Services S.r.l. è la società di diritto italiano, con sede a Milano, avente quale oggetto sociale la prestazione di servizi di assistenza e di supporto di natura amministrativa, contabile, finanziaria, tecnica e organizzativa, a sostegno delle attività di *marketing* e *merchandising* del gruppo Amazon.

12. Nel seguito, la società Amazon.com Inc. e tutte le sue controllate saranno indicate congiuntamente come "Amazon".

II. ELEMENTI DI FATTO E DI DIRITTO

II.1 I fatti segnalati

13. Nel febbraio 2019, è pervenuta la segnalazione di un rivenditore di prodotti di elettronica riguardante il sistema di vendita *on-line* dei prodotti a marchio Apple e Beats. Secondo il segnalante, in esecuzione di un accordo commerciale che sarebbe intercorso tra i gruppi Apple e Amazon nel 2018, quest'ultima ha rimosso dal *marketplace* italiano tutti i venditori che, sebbene vendano legittimamente tali prodotti, non appartengono al programma ufficiale di rivenditori autorizzati Apple. Tali venditori fino a quel momento avevano offerto i prodotti Apple e Beats tramite il *marketplace* di Amazon.

II.2 Il sistema di distribuzione dei prodotti Apple

14. Apple opera come produttore di dispositivi elettronici, quali ad esempio *smartphone*, *tablet*, *personal computer*, *notebook*, dispositivi audio-video. Apple opera altresì come distributore all'ingrosso e venditore al dettaglio, tramite canale fisico ed *on-line*, tramite rispettivamente i punti vendita Apple Store e il proprio sito *internet*⁵.

15. Per quanto riguarda i distributori all'ingrosso, in Italia appaiono operare diversi soggetti, quali, a titolo meramente esemplificativo, le imprese Ingram Micro Inc. (Ingram Micro Italy S.r.l.) e Tech Data Corporation (Tech Data Italia S.r.l.), Attiva S.p.A., Daicom S.r.l., EDS Group S.r.l.

16. Per quanto riguarda la vendita al dettaglio, i rivenditori possono essere distinti dal punto di vista dell'eventuale appartenenza, o meno, al programma ufficiale di distribuzione Apple. In particolare, si possono individuare le seguenti categorie di rivenditori:

⁴ Cfr. Relazione annuale di Apple Inc. per l'anno fiscale concluso il 31 dicembre 2019 (Annual report pursuant to section 13 or 15(d) of the Securities Exchange act of 1934 of Amazon.com Inc.). Il valore del fatturato netto totale (total net sales) è pari a 280,522 miliardi di dollari.

⁵ Cfr. Autorité de la Concurrence, 16 marzo 2020, *Fines handed down to Apple, Tech Data and Ingram Micro*.

- Rivenditori Autorizzati Apple, con un accordo standard di distribuzione con Apple, i quali sono riforniti direttamente da Apple o dai distributori all'ingrosso;
- Rivenditori Autorizzati Premium Apple che fanno parte di una rete di rivenditori specializzati in prodotti Apple, aderiscono ad un programma di promozione delle vendite di prodotti Apple e forniscono servizi di assistenza ai clienti. Anche tali rivenditori si approvvigionano direttamente da Apple o dai distributori all'ingrosso.
- Rivenditori non autorizzati i quali non aderiscono ai programmi di distribuzione ufficiale Apple, ma che effettuano legittimamente la vendita di prodotti Apple, approvvigionandosi dai distributori all'ingrosso di tali prodotti.

II.3 Le attività del gruppo Amazon

17. Il gruppo Amazon opera anch'esso in diversi livelli della filiera produttiva e distributiva. In particolare, la società Amazon Services Europe S.à r.l., offre servizi di *marketplace* ai venditori terzi⁶, i quali utilizzano tali servizi di intermediazione per effettuare la vendita *on-line*. La società Amazon EU S.à r.l., al contrario, opera come venditore *on-line* ed è quindi un rivenditore al dettaglio che opera su *internet* tramite il *marketplace*. Il gruppo Amazon opera altresì come produttore di prodotti tecnologici, quali i *tablet* Kindle e i dispositivi audio-video Echo e FireTV.

III. VALUTAZIONI

III.1 I mercati rilevanti

18. L'accordo tra i due gruppi societari è un'intesa tra imprese, suscettibile di essere valutata ai sensi dell'art. 101 del TFUE.

19. In tal senso, si ricorda che, nei casi riguardanti intese, la definizione del mercato rilevante è essenzialmente volta a individuare le caratteristiche del contesto economico e giuridico nel quale si colloca il coordinamento fra imprese.

20. Ai fini della valutazione di un'intesa, infatti, l'individuazione del mercato rilevante, ancorché utile per circoscrivere con precisione e focalizzare l'analisi dei comportamenti delle imprese coinvolte, risulta funzionale all'individuazione dell'ambito merceologico e territoriale nel quale si manifesta un coordinamento fra imprese e si realizzano gli effetti derivanti dall'illegittimo concorrenziale.

21. In particolare, l'accordo tra Apple e Amazon incide sui mercati:

- *della vendita al dettaglio di prodotti di elettronica di consumo su internet*, la cui dimensione geografica appare essere nazionale, in ragione della circostanza che i consumatori italiani appaiono costituire la quasi totalità della domanda attiva in Italia, mentre al contrario non costituiscono una domanda significativa dei siti attivi in altri paesi, nonché delle caratteristiche linguistiche e delle differenze nazionali in termini di costi e tempi di spedizione.
- *dei servizi di intermediazione per la vendita su marketplace*⁷ erogati ai rivenditori. Si tratta del mercato della fornitura di servizi di intermediazione per la compravendita di beni e servizi sulle piattaforme di *e-commerce*. In sintesi, un *marketplace* è un "luogo di incontro" fra due gruppi *interdipendenti* di utenti, i consumatori e i venditori (ciascuno appartenente ad un versante della piattaforma), che consente ai due gruppi di interagire direttamente e di realizzare una transazione. Il gestore/proprietario della piattaforma offre agli utenti di entrambi i gruppi servizi di intermediazione al fine di facilitare l'incontro tra le preferenze dei consumatori e l'offerta dei venditori, minimizzare

⁶ Si osservi che Amazon Europe Core S.à r.l. fornisce i servizi informatici del *marketplace* Amazon.

⁷ Cfr. Provvedimento AGCM n. 27623 del 10 aprile 2019, caso A528 – *FBA Amazon*.

i costi sopportati dagli utenti e aumentare la probabilità che la transazione si realizzi⁸. Per ciò che concerne la definizione geografica del mercato, si ritiene che essa sia nazionale, in ragione delle medesime condizioni che caratterizzano la vendita *on-line* di prodotti di elettronica di consumo, esposte in precedenza. Ne consegue che laddove un rivenditore volesse raggiungere gli utenti italiani dovrà utilizzare un *marketplace* attivo nel medesimo Paese.

22. Si deve osservare che Apple e Amazon sono attivi come concorrenti nella vendita al dettaglio di prodotti di elettronica di consumo su *internet*. Infatti, entrambe le società vendono al pubblico i prodotti Apple e Beats; inoltre, Amazon produce alcuni dispositivi in concorrenza con Apple, quali i *tablet* e i dispositivi audio che vende su *internet*. I venditori terzi che utilizzano il *marketplace* sono anch'essi attivi nella vendita di prodotti Apple e Beats.

23. In questo senso, Apple non è un mero produttore di dispositivi elettronici, ma è altresì venditore al dettaglio tramite il suo negozio *on-line* (oltre che con i propri negozi fisici). Allo stesso modo, Amazon, oltre ad essere il fornitore di servizi di *marketplace* a venditori terzi, vende i dispositivi Apple e Beats, nonché i dispositivi Amazon, per proprio conto.

24. In merito alle vendite *on-line* di prodotti elettronici e media, Amazon e Apple appaiono essere i più grandi soggetti per valore delle vendite di prodotti rientranti nella categoria elettronica e media (Tabella 1 *infra*) in Italia. In particolare, Amazon, tramite i siti Amazon.it e Amazon.com, ha realizzato in Italia, nel 2018, un fatturato di oltre 1,2 miliardi di dollari (circa 1,163 miliardi di euro). Apple è il secondo operatore con un fatturato di circa 287 milioni di euro (312 milioni di dollari).

Tabella 1 - Fatturato dei primi 5 negozi *on-line* di prodotti rientranti nella categoria Elettronica e Media in Italia (in milioni di Dollari)⁹

Amazon.it	1.167,4
Apple.com	312
Amazon.com	95
lbs.it	87,7
ePrice.it	85,2

25. Con riferimento al mercato della fornitura di servizi di intermediazione ai venditori terzi per la compravendita di un bene o di un servizio sulle piattaforme di *e-commerce* (*marketplace*), Amazon appare essere il soggetto *leader*, oltre per le quote di mercato in termini di fatturato, anche per numero di visite in Italia (Tabella 2), con circa il triplo delle visite del secondo sito (Ebay.it) e circa 20 volte il numero di visite del terzo *marketplace* in ordine di visite (Aliexpress).

Tabella 2 – Principali marketplace in Italia per numero di visite nel 2019 (migliaia di utenti)¹⁰

Amazon	64.000
ebay.it	26.000
aliexpress.com	3.500
etsy.com	1.200

⁸ Il Regolamento n. 524/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alla risoluzione delle controversie online dei consumatori definisce un *marketplace online* come: "un prestatore di servizi che consente a consumatori e professionisti di concludere contratti di vendita o di servizi online sul sito web del mercato online".

⁹ Elaborazioni su dati Statista, statistic id n. 871174 *Most popular online stores in the electronics and media segment in Italy in 2018, by e-commerce net sales (in million U.S. dollars)*.

¹⁰ Elaborazioni su dati Statista, statistic id n. 1087219 *Leading e-commerce marketplaces in Italy as of July 2019, by number of visits*.

gearbest.com	1.200
shopalike.it	914,6
banggood.com	881,9
sears.com	163,6
tomtop.com	87,3
miniinthebox.com	72,5

III.2 Le condotte contestate

26. La condotta segnalata consiste in un accordo commerciale tra i gruppi Amazon ed Apple, in base al quale la vendita di prodotti Apple e Beats sul *marketplace* Amazon sarebbe affidata in esclusiva ad Amazon e altri rivenditori ufficiali Apple, escludendo gli altri operatori economici che prestano legittimamente l'attività di vendita di tali prodotti.

27. Tale accordo, infatti, parrebbe impedire l'accesso ai servizi di intermediazione per la vendita su *marketplace*, in cui Amazon rappresenta il primario operatore, con quote di mercato estremamente elevate¹¹, ad un insieme di rivenditori di prodotti di elettronica di consumo che non aderiscono

ai programmi di distribuzione ufficiale di Apple, ma che vendono lecitamente i prodotti Apple e Beats avendoli acquistati tramite il canale dei grossisti Apple.

28. La possibile preclusione dell'accesso ai servizi di *marketplace* di Amazon, pertanto, parrebbe idonea a creare una significativa barriera allo sbocco al mercato della vendita *on-line* di prodotti elettronici per i rivenditori non ufficiali, riducendo l'offerta *on-line* di prodotti Apple e Beats. Per tale motivo, l'accordo *de quo* appare *prima facie* in violazione dell'art. 101, par. 1, lett. b), del TFUE in quanto teso a limitare o controllare gli sbocchi.

29. Tale accordo appare avere effetti preclusivi ancor più gravi ove si consideri il contesto di mercato attuale, in cui il ricorso al commercio elettronico e agli acquisti a distanza è divenuto fondamentale. In tal senso, i soggetti esclusi, solitamente piccole e medie imprese nazionali, non potendo fare ricorso ai servizi di *marketplace* erogati da Amazon, non sono in grado di raggiungere ampia parte dei clienti che acquistano prodotti elettronici *on-line*.

30. L'accordo inoltre, limitando il numero di imprese che effettuano vendite su Amazon, e dunque dei concorrenti di Amazon e dei rivenditori ufficiali Apple, potrebbe altresì determinare una riduzione degli incentivi a competere efficacemente sul prezzo dei prodotti Apple e Beats.

31. Le restrizioni in esame, inoltre, potrebbero creare ostacoli all'integrazione dei mercati europei, laddove il commercio a distanza permette ai rivenditori non ufficiali di effettuare vendite al di fuori dei confini nazionali. Altresì, le restrizioni oggetto del procedimento potrebbero limitare il commercio parallelo tra Stati Membri di prodotti di elettronica di consumo.

32. Tali restrizioni consistono in una limitazione dei venditori *on-line* di prodotti Apple e Beats mediante una preclusione all'accesso dei servizi erogati da Amazon, vale a dire il principale operatore di servizi di intermediazione del *marketplace* in Italia. Esse, infatti, non riguardano i prodotti venduti da Apple ad Amazon, bensì i servizi di *marketplace* erogati da Amazon a soggetti terzi, che non possono essere ricondotte semplicemente al contratto di distribuzione verticale. In questo senso, Amazon non è solo il fornitore di servizi di *marketplace* a venditori terzi, che costituiscono uno strumento per effettuare la vendita *on-line* di prodotti, ma è anche il venditore di dispositivi Apple e Beats, nonché di dispositivi Amazon, per proprio conto.

33. Apple e Amazon sono attivi come concorrenti nella vendita al dettaglio di prodotti di elettronica di consumo su *internet*. Infatti, entrambe le società vendono al pubblico i prodotti Apple

¹¹ Cfr. Provvedimento AGCM n. 27623 del 10 aprile 2019, caso A528 – *FBA Amazon*.

e Beats; inoltre, Amazon produce alcuni dispositivi in concorrenza con Apple, quali i *tablet* e dispositivi audio che vende su *internet*. I venditori terzi che utilizzano il *marketplace* sono anch'essi attivi nella vendita di prodotti Apple e Beats.

34. Tali restrizioni sembrerebbero innestarsi in un accordo di natura reciproca: da un lato, Apple concede ad Amazon la distribuzione ufficiale dei prodotti Apple e, dall'altro, Amazon riconosce ad Apple l'esclusiva dei servizi di *marketplace* ai soli rivenditori ufficiali Apple (tra cui è individuata la stessa Amazon). In aggiunta, Apple e Amazon sono concorrenti anche nella produzione di prodotti di elettronica, poiché entrambi realizzano beni rientranti nelle medesime categorie merceologiche, quali i *tablet* e i dispositivi audio-video.

35. La restrizione dell'accesso al *marketplace* di Amazon, prevista per i rivenditori non ufficiali di prodotti Apple e Beats, non appare giustificata anche alla luce della circostanza che non è prevista alcuna preclusione del *marketplace* Amazon per i rivenditori terzi ufficiali Apple, non essendo quindi una restrizione che troverebbe origine e giustificazione nei contratti di distribuzione di Apple con i propri rivenditori ufficiali¹².

36. In conclusione, le restrizioni contrattuali alla vendita su *marketplace* di Amazon sembrerebbero configurare una violazione dell'art. 101 del TFUE, in quanto atte a limitare ingiustificatamente la possibilità per i rivenditori che non aderiscono al programma ufficiale di distribuzione di Apple di accedere ai servizi di intermediazione offerti da Amazon e, attraverso questa, a raggiungere una parte consistente e diversificata di clientela. Inoltre, come già rilevato, queste stesse restrizioni potrebbero limitare gli incentivi a competere efficacemente sul prezzo dei prodotti Apple e Beats, nonché a ostacolare l'integrazione dei mercati europei e a limitare il commercio parallelo.

III.3 Il pregiudizio al commercio tra stati dell'Unione

37. Secondo la Comunicazione della Commissione 2004/C 101/07 – Linee direttrici sulla nozione di pregiudizio al commercio tra Stati membri di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato, su GUCE C 101/81 del 27 aprile 2004 [ora artt. 101 e 102 del TFUE], il concetto di pregiudizio al commercio all'interno dell'Unione europea deve essere interpretato tenendo conto dell'influenza diretta o indiretta, reale o potenziale, sui flussi commerciali tra gli Stati membri.

38. L'intesa in questione riguarda l'intero territorio nazionale e coinvolge degli operatori di dimensione sovranazionale, che sono attivi in Italia anche tramite società stabilite all'interno dell'Area Economica Europea. Pertanto, i comportamenti sopra descritti sono potenzialmente idonei a pregiudicare il commercio tra Stati membri dell'Unione e appaiono configurare una violazione dell'articolo 101 del TFUE.

RITENUTO, pertanto, che le condotte sopra descritte, poste in essere da Apple Inc. e Amazon.com Inc. e le rispettive controllate Apple Distribution International Ltd, Apple Sales International, Apple Italia S.r.l., Apple Retail Italia S.r.l. e Amazon Services Europe S.à r.l., Amazon Europe Core S.à r.l., Amazon EU S.à r.l. e Amazon Italia Services S.r.l., relative all'accesso al *marketplace* da parte di rivenditori terzi sono suscettibili di configurare un'intesa restrittiva della concorrenza in violazione dell'articolo 101 del TFUE.

¹² Cfr. Sentenza della Corte di Giustizia, del 6 dicembre 2017, caso C-230/16 - *Coty Germany*. Si veda anche Sentenza della Corte di Giustizia, del 13 ottobre 2011, caso C-439/09 - *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique*.

DELIBERA

- a) l'avvio dell'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti di Apple Inc., Apple Distribution International Ltd, Apple Sales International, Apple Italia S.r.l., Apple Retail Italia S.r.l., Amazon.com Inc., Amazon Services Europe S.à r.l., Amazon Europe Core S.à r.l., Amazon EU S.à r.l. e Amazon Italia Services S.r.l. per accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 101 del TFUE;
- b) la fissazione del termine di giorni sessanta decorrente dalla notificazione del presente provvedimento per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle parti, o di persone da essi delegate, del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Comunicazioni di questa Autorità almeno quindici giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;
- c) che il responsabile del procedimento è il Dott. Luigi Di Gaetano;
- d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Comunicazioni di questa Autorità dai rappresentanti legali delle parti, nonché da persone da essi delegate;
- e) che il procedimento deve concludersi entro il 30 novembre 2021.