Comunicazione della Commissione pubblicata conformemente alle disposizioni di cui all'articolo 27, paragrafo 4, del regolamento (CE) n. 1/2003 del Consiglio in relazione al caso AT.40153 — Clausole MFN per gli e-book e questioni correlate

(2017/C 26/02)

1. INTRODUZIONE

(1) Ai sensi dell'articolo 9 del regolamento (CE) n. 1/2003 del Consiglio, del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 81 e 82 del trattato ([1]), la Commissione, qualora intenda adottare una decisione volta a far cessare un'infrazione e le imprese interessate propongano impegni tali da rispondere alle preoccupazioni espresse dalla Commissione nella valutazione preliminare, può, mediante decisione, rendere detti impegni obbligatori per le imprese. La decisione può essere adottata per un periodo di tempo determinato e giunge alla conclusione che l'intervento della Commissione non è più giustificato.

(2) A norma dell'articolo 27, paragrafo 4, dello stesso regolamento, la Commissione pubblica un'esposizione sommaria dei fatti e il contenuto essenziale degli impegni. Le parti interessate possono presentare osservazioni entro un termine stabilito dalla Commissione.

2. SINTESI DEL CASO

(3) Il 9 dicembre 2016 la Commissione ha adottato una valutazione preliminare, ai sensi dell'articolo 9, paragrafo 1, del regolamento (CE) n. 1/2003, relativa a presunte infrazioni compiute da Amazon.com, Inc. e dalle imprese ad essa collegate, tra cui Amazon EU S.à.r.l., Amazon Media EU S.à.r.l. e Amazon Digital Services Inc. (in prosieguo, collettivamente, «Amazon»), in relazione alla distribuzione al dettaglio di e-book ai consumatori nel SEE.

(4) Secondo la valutazione preliminare, Amazon potrebbe esercitare una posizione dominante sui mercati rilevanti della distribuzione al dettaglio di e-book in inglese e in tedesco ai consumatori nel SEE. La valutazione preliminare esprimeva la preoccupazione della Commissione in merito al fatto che Amazon potesse aver abusato della sua eventuale posizione dominante in violazione dell'articolo 102 del trattato e dell'articolo 54 dell'accordo SEE, imponendo ai fornitori di e-book ([2]) i) di informare Amazon su termini e condizioni più favorevoli o alternativi offerti a concorrenti e/o ii) di concedere ad Amazon termini e condizioni dipendenti, direttamente o indirettamente, dalle condizioni offerte a un altro rivenditore al dettaglio di e-book ([3]) (in prosieguo, indicati collettivamente come «clausole di parità»). Le riserve preliminari della Commissione sulle clausole di parità riguardano principalmente i seguenti punti:

(5) clausole che impongono a un fornitore di e-book di informare Amazon sulle condizioni per la distribuzione di e-book basate su un determinato modello commerciale, quando tale fornitore distribuisce e-book sulla base di tale modello commerciale tramite un rivenditore di e-book diverso da Amazon («parità di modello commerciale»), e di accordare ad Amazon condizioni analoghe;

(6) clausole che impongono al fornitore di e-book di mettere a disposizione di Amazon i) un determinato e-book in un particolare territorio e/o in una data e ora determinata, quando tale fornitore distribuisce tale e-book a qualsiasi altro rivenditore di e-book diverso da Amazon («parità di selezione») e/o ii) qualsiasi caratteristica, funzionalità, norma di utilizzo, elemento o contenuto di uno o più e-book, quando tale fornitore ha messo a disposizione tali caratteristiche, funzionalità, norme di utilizzo, elementi o contenuti disponibili per tale e-book tramite un rivenditore di e-book diverso da Amazon («parità di caratteristiche»);

([1]) GU L 1 del 4.1.2003, pag. 1. Dal 1º dicembre 2009 gli articoli 101 e 102 del TFUE sostituiscono rispettivamente gli articoli 81 e 82 del trattato CE senza modificarne la sostanza. Ai fini della presente comunicazione, i riferimenti agli articoli 101 e 102 del TFUE vanno intesi in riferimento rispettivamente agli articoli 81 e 82 del trattato CE, ove necessario.

([2]) I termini «fornitore di e-book» sono utilizzati al fine di comprendere tutte le entità che detengono i diritti necessari per la concessione di licenze per e-book ai venditori di e-book al dettaglio o per la vendita diretta di e-book ai consumatori. Pertanto, i «fornitori di e-book» comprendono sia gli editori di e-book che alcuni intermediari (ad esempio, grossisti o aggregatori).

([3]) Ai fini del presente documento con i termini «rivenditore di e-book» si intende qualsiasi persona o entità che venda in modo lecito (o intenda vendere in modo lecito) e-book a consumatori in uno o più paesi del SEE, oppure che venda tramite un fornitore di e-book, in base a un contratto di agenzia, e-book a consumatori in uno o più paesi del SEE. Un fornitore di e-book si configura come un rivenditore di e-book nella misura in cui tale fornitore venda e-book direttamente ai consumatori oppure li venda tramite un agente sulla base di un contratto di agenzia.

(7) clausole i) che impongono al fornitore di e-book di accordare ad Amazon un prezzo di agenzia che dipenda in qualche modo dal prezzo di agenzia accordato da tale fornitore (oppure applicato da un rivenditore di e-book) a qualsiasi altro rivenditore di e-book diverso da Amazon oppure dai prezzi di rivendita applicati ai consumatori da rivenditori di e-book diversi da Amazon («parità di prezzi di agenzia») e/o ii) che impongono al fornitore di e-book di proporre ad Amazon qualsiasi prezzo promozionale di agenzia, prezzo promozionale all'ingrosso o contenuto promozionale quando tale fornitore propone tali prezzi promozionali di agenzia, prezzi promozionali all'ingrosso o contenuti promozionali mediante rivenditori al dettaglio di e-book diversi da Amazon («parità di promozione») e/o iii) che prevedano una «riserva» di crediti che Amazon può utilizzare a propria discrezione per abbassare i prezzi di agenzia applicati a qualsiasi e-book fornito da tale fornitore a Amazon. Tale riserva di crediti è calcolata in base alle differenze tra i prezzi di agenzia accordati dal fornitore ad Amazon per i suoi e-book e i prezzi di agenzia o di rivendita di tali libri applicati da altri rivenditori al dettaglio. Le entrate del fornitore di e-book e le commissioni di Amazon sono calcolate sulla base del prezzo di agenzia ridotto («disposizioni relative alle riserve di credito»);

(8) clausole che impongono al fornitore di e-book di offrire ad Amazon un prezzo all'ingrosso che dipenda in qualche modo dal prezzo all'ingrosso/di agenzia che tale fornitore accorda a qualsiasi altro rivenditore diverso da Amazon o dal prezzo di rivendita applicato ai consumatori da qualsiasi altro rivenditore diverso da Amazon («parità di prezzo all'ingrosso»);

(9) clausole che impongono al fornitore di e-book di informare Amazon qualora proponga modelli commerciali, e-book, date sulla disponibilità, caratteristiche e promozioni alternativi o prezzi all'ingrosso e di agenzia ridotti a rivenditori di e-book diversi da Amazon («disposizioni in materia di informazione»).

(10) Nella valutazione preliminare la Commissione ha espresso un parere preliminare secondo cui la parità dei modelli commerciali e le relative disposizioni in materia di informazione possono i) ridurre l'incentivazione dei fornitori di e-book a finanziare e investire in modelli commerciali alternativi, nuovi e innovativi, ii) ridurre la capacità e gli incentivi dei concorrenti di Amazon a elaborare e differenziare le loro offerte sulla base di tali modelli, iii) dissuadere dall'accesso e/o espansione i rivenditori di e-book, rischiando in tal modo di indebolire la concorrenza a livello della distribuzione di e-book e rafforzando l'eventuale posizione già dominante di Amazon.

(11) In secondo luogo, la parità di selezione e la parità di caratteristiche possono i) ridurre l'incentivazione dei fornitori e rivenditori di e-book a sviluppare e-book che non siano costituiti principalmente da testi e impedire ai rivenditori al dettaglio di differenziarsi, indebolendo in tal modo la concorrenza a livello della distribuzione di e-book, ii) eventualmente indebolire la concorrenza tra i rivenditori di e-book e dissuaderli dall'accesso e/o espansione mediante la limitazione della portata delle offerte differenziate di e-book da parte dei rivenditori di e-book che può determinare prezzi più elevati e una minore scelta per i consumatori.

(12) Inoltre, la parità di prezzi di agenzia, la parità di prezzi promozionali, le disposizioni relative alle riserve di crediti e le relative disposizioni in materia di informazione (combinate alle pratiche di Amazon finalizzate a ottenere la parità di prezzi al dettaglio) possono i) dissuadere dall'espansione e dall'ingresso nel mercato rivenditori al dettaglio di e-book rafforzando così l'eventuale posizione dominante di Amazon, ii) permettere ad Amazon di ridurre la concorrenza tra rivenditori al dettaglio di e-book e di ottenere così commissioni più elevate dai fornitori di e-book, che, in ultima analisi, comportano prezzi più elevati per i clienti.

(13) Infine, la parità di prezzi all'ingrosso può i) ostacolare i rivenditori al dettaglio di e-book per quanto riguarda l'accesso e l'espansione nei mercati rilevanti mediante l'offerta ai consumatori di prezzi al dettaglio per gli e-book più bassi di quelli di Amazon, ii) rafforzare gli eventuali effetti della parità di selezione garantendo ad Amazon l'accesso a e-book alle migliori condizioni all'ingrosso qualora i fornitori preferiscano non proporre un determinato e-book a Amazon.

(14) La valutazione preliminare esprimeva la preoccupazione della Commissione in merito al fatto che tutte le clausole di parità di cui sopra costituiscano, di per sé, un eventuale abuso di posizione dominante di Amazon nei mercati rilevanti del SEE. Inoltre, la Commissione ritiene in via preliminare che la combinazione delle diverse clausole di parità relative al prezzo (cioè, la parità di prezzi di agenzia, le disposizioni relative alle riserve di crediti, la parità di promozione, la parità di prezzi all'ingrosso e la parità di commissioni di agenzia ([1])), delle clausole di parità non relative al prezzo (come la parità di modelli commerciali e la parità di selezione e di caratteristiche) e delle disposizioni in materia di informazione potrebbe rafforzare gli eventuali effetti anticoncorrenziali delle clausole di parità.

([1]) La parità di commissioni di agenzia è una clausola che impone ai fornitori di e-book di accordare ad Amazon una commissione di agenzia che dipenda in qualche modo da quelle che il fornitore di e-book accorda a qualsiasi rivenditore di libri digitali diverso da Amazon in virtù di un contratto di agenzia.

3. CONTENUTO ESSENZIALE DEGLI IMPEGNI PROPOSTI

(15) Amazon, pur non concordando con la valutazione preliminare della Commissione, ha proposto di assumere impegni ai sensi dell'articolo 9 del regolamento (CE) n. 1/2003 al fine di rispondere alle preoccupazioni in materia di concorrenza espresse dalla Commissione. Gli elementi fondamentali degli impegni sono illustrati di seguito.

(a) Amazon non darà esecuzione né si baserà in alcun modo su alcuna parità di modelli commerciali, parità di commissioni di agenzia, parità di prezzi di agenzia, parità di caratteristiche, parità di promozione, parità di selezione, parità di prezzi all'ingrosso né su disposizioni in materia di informazione contenute negli accordi stipulati tra Amazon e fornitori di e-book per la vendita di e-book ai consumatori del SEE. Amazon notificherà a ciascuno di tali fornitori di e-book che non darà più esecuzione a tali disposizioni.

(b) Amazon offrirà a ogni fornitore di e-book, il cui accordo per la vendita al pubblico di e-book nel SEE contenga una disposizione relativa alle riserve di crediti attualmente in vigore, la possibilità di porre fine all'accordo per qualsiasi motivo con un preavviso scritto di 120 giorni.

(c) Amazon non inserirà in alcun nuovo accordo relativo a e-book stipulato con fornitori di e-book alcuna clausola di parità relativa al prezzo, clausola di parità non relativa al prezzo o disposizione in materia di informazione.

(d) La durata degli impegni sarà di cinque anni a decorrere dalla data in cui Amazon riceve notifica formale della decisione della Commissione a norma dell'articolo 9 del regolamento (CE) n. 1/2003. Amazon nominerà un fiduciario incaricato di controllare il rispetto dei suoi impegni.

(16) Gli impegni sono pubblicati in versione integrale in inglese sul sito internet della direzione generale della Concorrenza all'indirizzo:

http://ec.europa.eu/competition/index_it.html.

4. INVITO A PRESENTARE OSSERVAZIONI

(17) La Commissione, previo un test di mercato, intende adottare una decisione ai sensi dell'articolo 9, paragrafo 1, del regolamento (CE) n. 1/2003, in cui dichiara vincolanti gli impegni sopra riassunti e pubblicati sul sito internet della Direzione generale della Concorrenza.

(18) A norma dell'articolo 27, paragrafo 4, del regolamento (CE) n. 1/2003, la Commissione invita i terzi interessati a presentare osservazioni sugli impegni proposti. Tali osservazioni devono pervenire alla Commissione entro un mese dalla data di pubblicazione del presente invito. Le osservazioni contenenti informazioni che i terzi interessati ritengono segreti aziendali o di natura riservata vanno inviate anche in una versione non riservata in cui le parti non pubblicabili siano omesse e sostituite, a seconda dei casi, da una sintesi non riservata o dalla dicitura «segreti aziendali» oppure «riservato».

(19) I terzi interessati sono invitati ad argomentare le risposte e le osservazioni formulate e a esporre i fatti fondamentali. In caso vengano individuati problemi relativi ad aspetti degli impegni proposti, la Commissione invita a suggerire una possibile soluzione.

(20) Le osservazioni possono essere inviate alla Commissione, specificando il riferimento AT.40153 Clausole MFN per gli e-book e questioni correlate, per posta elettronica all'indirizzo COMP-GREFFE-ANTITRUST@ec.europa.eu, per fax (+322 2950128) o per posta, al seguente indirizzo:

Commissione europea
Direzione generale Concorrenza
Protocollo Antitrust
1049 Bruxelles/Brussel
BELGIQUE/BELGIË