



## Italia multa con 1.100 millones a Amazon por prácticas contra la competencia en logística

### Las autoridades regulatorias aseguran que la compañía ha utilizado prácticas "especialmente graves" para perjudicar a los competidores en el servicio logístico de comercio electrónico

Segunda multa a Amazon en Italia en menos de dos semanas. La Autoridad de Competencia y Mercado Italiana (AGCM) ha sancionado al gigante tecnológico estadounidense con 1.130 millones de euros por abuso de su posición dominante absoluta en el mercado italiano con una estrategia especialmente grave para perjudicar a los competidores en el servicio logístico de comercio electrónico, según ha informado hoy en un comunicado.

El regulador sostiene que Amazon ocupa una posición dominante absoluta en el mercado italiano de servicios de intermediación en el mercado, lo que le ha permitido favorecer su servicio de logística, denominado FBA, entre los vendedores activos en la plataforma Amazon.it en detrimento de los operadores competidores en dicho mercado y reforzar su posición dominante.

La AGCM explica en su nota que las empresas han vinculado a la utilización del servicio de logística de Amazon el acceso a un conjunto de beneficios esenciales para obtener visibilidad y mejores perspectivas de ventas en Amazon.it. Entre estos beneficios exclusivos destaca la etiqueta Prime, que permite vender con mayor facilidad a los consumidores más fieles y altamente dependientes.

Esta etiqueta también permite participar en eventos de Amazon, como el Black Friday y el Cyber Monday o Prime Day, exclusivo de la compañía, y aumenta la probabilidad de que la oferta del vendedor sea seleccionada como Oferta en Escaparate y mostrada en el Buy Box, según añade el organismo, que destaca igualmente que, de este modo, la compañía impidió que los vendedores de terceros asociaran la etiqueta Prime a las ofertas que no funcionaban con su servicio logístico FBA.

La compañía, que ha infringido el artículo 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, también ha impedido que los terceros vendedores asocien la etiqueta Prime a ofertas no gestionadas por FBA.

El regulador sostiene que esta funcionalidad de Amazon.it es crucial para el éxito de los vendedores y para el aumento de sus ventas, pues señala que a los terceros vendedores que utilizan FBA no se les aplica el estricto sistema de medición de rendimiento al que Amazon somete a los vendedores que no son FBA y cuyo incumplimiento también puede llevar a la suspensión de la cuenta del vendedor.

Apoyándose en este argumento, la autoridad italiana concluye que Amazon ha perjudicado a los operadores de logística de comercio electrónico competidores, impidiéndoles ofrecerse a los vendedores en línea como proveedores de servicios de calidad comparable a la logística de Amazon. Y resalta que la compañía ha aumentado la brecha entre el poder que tiene el gigante estadounidense y el de la competencia, incluso en la entrega de pedidos de comercio electrónico.

Según asegura la AGCM, los mercados competidores se han visto perjudicados por el abuso: debido al coste de la duplicación de almacenes, los vendedores que adoptan la logística de Amazon se ven disuadidos de ofrecer sus productos en otras plataformas en línea, al menos con la misma gama de productos.

El regulador, que califica la estrategia abusiva de Amazon de especialmente grave, exige a la multinacional que cambie su práctica con el fin de restablecer inmediatamente las condiciones competitivas en los mercados de referencia, y apunta que su comportamiento será examinado por un supervisor fiduciario.

Amazon deberá conceder todos los privilegios de venta y visibilidad en su plataforma a todos los terceros vendedores que sepan cumplir normas justas y no discriminatorias para tramitar sus pedidos, de acuerdo con el nivel de servicio que Amazon pretende ofrecer a los consumidores Prime, indica el organismo.

La compañía tendrá que definir y publicar dichas normas y, a partir de un año de la decisión, deberá abstenerse de negociar con los transportistas y/o operadores logísticos competidores tarifas y otras condiciones contractuales aplicadas a la logística de sus pedidos en Amazon.it, fuera de FBA.

Un portavoz de Amazon aseguró este jueves que están totalmente en desacuerdo con la decisión y que apelarán dicha decisión. La multa y las medidas propuestas son injustificadas y desproporcionadas. Más de la mitad de todas las ventas anuales de Amazon en Italia provienen de pequeñas y medianas empresas, y su éxito es una parte esencial de nuestro modelo de negocio, señala la misma fuente.

Desde la compañía insisten en que las pymes cuentan con múltiples canales para vender sus productos tanto online como offline, y Amazon es solo una de esas opciones. Invertimos constantemente para respaldar el crecimiento de las 18.000 pymes italianas que venden en Amazon, y proporcionamos múltiples herramientas a los vendedores, incluyendo a aquellos que gestionan sus propios envíos ellos mismos", remarca el portavoz.

[Amazon ya fue multada el pasado 23 de noviembre por la AGCM con 68,7 millones de euros por establecer el 31 de octubre de 2018 un acuerdo restrictivo con Apple en la venta de productos que impedía operar a todos los distribuidores legítimos.](#) Según la institución, bajo dicho acuerdo, Amazon aceptaba las condiciones del fabricante del iPhone de prohibir que terceras empresas vendieran en su web los productos de la compañía de la manzana y los de la marca Beats, también propiedad de Apple.

El organismo, que también multó por la misma razón a Apple, a la que impuso una sanción de 134,5 millones, indicó entonces que el acuerdo sellado entre ambos gigantes tecnológicos no permitía a todos los distribuidores legítimos de productos Apple y Beats auténticos operar en el mercado amazon.it, en el que podían vender solo Amazon y determinadas entidades elegidas individualmente y de forma discriminatoria. El impacto del acuerdo era elevado, según explicaron, ya que el 70% de las compras de productos electrónicos en Italia se realizan en Amazon.

En España, Amazon y Apple tienen abierto un expediente sancionador por parte de la [Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia de España \(CNMC\) por haber llegado a un acuerdo similar en la web española de Amazon.](#) El organismo regulador español ve también indicios de un pacto entre ambas compañías para impedir que terceros vendan los productos de Apple a través de la web de Amazon, entre otras prácticas ilegales.

**Fuente:** Cinco Días