

Versione consolidata del formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento Procedure istruttorie in materia di tutela del consumatore presentata da Amazon Services Europe S.à r.l.

**1) Numero del Procedimento, data di ricezione della Comunicazione di Avvio del Procedimento da parte del Professionista**

Ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Decreto Legislativo del 6 settembre 2005, n. 206 e successive modifiche (il "**Codice del consumo**"), e dell'art. 9 del "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni, clausole vessatorie*" (il "**Regolamento**"), adottato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ("**AGCM**" o "**Autorità**"), con delibera del 1 aprile 2015, ed in riscontro alla Vostra comunicazione del 23 settembre 2020, sottoponiamo all'attenzione dell'Autorità la presente versione consolidata del formulario presentata in data 21 maggio 2020 (successivamente integrata il 28 agosto 2020 e il 16 settembre 2020) che delinea una Proposta di Impegni (la "**Proposta di Impegni**" o "**Impegni**") nell'ambito del procedimento PS/11716 (il "**Procedimento**") avviato dall'AGCM con lettera del 12 marzo 2020 ricevuta in pari data ("**Comunicazione di avvio del procedimento**").

Ai sensi dell'art. 103 del Decreto legge del 17 marzo 2020 n. 18 ("**Decreto Cura Italia**"), come modificato dall'art. 37 del Decreto legge 8 aprile 2020 n. 23 ("**Decreto Liquidità**"), che prevede la sospensione dei termini del procedimento amministrativo tra il 23 febbraio e il 15 maggio 2020, il termine per la presentazione degli Impegni risulta essere il 29 giugno 2020.

**2) Professionista che presenta gli Impegni**

Amazon Services Europe S.à r.l., con sede legale in Lussemburgo, 38 avenue John F. Kennedy, L-1855, ("**Amazon**"), in qualità di soggetto responsabile della fornitura del servizio Amazon Marketplace in Europa, attraverso il quale venditori terzi indipendenti ("**Venditori Terzi**") offrono in vendita i propri prodotti attraverso i negozi Amazon, compreso il negozio online Amazon.it (il "**Negozi**"), dal momento che il Procedimento riguarda esclusivamente le offerte pubblicate dai Venditori Terzi sul Negozi.

Si precisa che Amazon Europe Core S.à r.l. e Amazon Italia Customer Services S.r.l. non sono coinvolte nella fornitura del servizio Marketplace. Pur avendo formalmente ricevuto la Comunicazione di Avvio del Procedimento, non possono in alcun modo essere considerate coinvolte nelle presunte pratiche commerciali scorrette oggetto del Procedimento e devono pertanto essere escluse dal perimetro di quest'ultimo.

**3) Pubblicità o pratica commerciale oggetto della Comunicazione di Avvio del Procedimento**

La Comunicazione di Avvio del Procedimento richiama le seguenti presunte pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera b), 21, comma 1, lettera d) e 23, lettera s) del Codice del Consumo:

- a) vendita, da parte di Venditori Terzi, di prodotti contenenti *claim* relativi all'asserita efficacia dei prodotti in termini di protezione e/o contrasto nei confronti del virus Covid-19 suscettibili di

indurre in errore i consumatori circa le effettive caratteristiche dei prodotti nonché di influenzarne le relative scelte commerciali (**Prima Asserita Violazione**);

- b) vendita, da parte dei Venditori Terzi, di prodotti quali mascherine monouso e gel igienizzanti ad un prezzo eccessivo che potrebbe indurre in errore i consumatori sul prezzo effettivo del prodotto, sfruttando uno stato di particolare debolezza e preoccupazione derivante dall'elevata capacità di contagio e dalla rapida diffusione del virus Covid-19 (**Seconda Asserita Violazione**).

#### **4) Contenuto testuale degli Impegni proposti ed eventuale periodo di validità degli stessi in relazione ai singoli profili oggetto della Comunicazione di Avvio del Procedimento**

Preliminarmente, illustreremo nella **Sezione A** le *policy* e i sistemi implementati già da tempo da Amazon che riguardano le pratiche oggetto del Procedimento, nonché le misure attuate in modo specifico durante l'attuale emergenza sanitaria. Nella **Sezione B**, presenteremo invece i veri e propri Impegni, che andranno letti nel contesto delle misure già implementate.

##### **A. Osservazioni introduttive**

Amazon ha tolleranza zero nei confronti delle pratiche oggetto del Procedimento e le vieta severamente. Condividiamo lo stesso obiettivo dell'Autorità: proteggere in maniera efficace i clienti da *claim* ingannevoli e prezzi artificialmente elevati. Accogliamo quindi con favore l'opportunità di condividere ciò che stiamo facendo per contrastare le pratiche oggetto del Procedimento e di cooperare con l'Autorità per agevolare l'individuazione dei soggetti responsabili che hanno posto in essere tali comportamenti sfruttando l'attuale emergenza.

##### **A.1. Le politiche e i sistemi consolidati di Amazon**

Come chiarito nella nostra risposta del 2 marzo alla Richiesta di Informazioni inviata dall'AGCM il 27 febbraio, disponiamo di **policy consolidate** nonché di efficaci **sistemi proattivi e reattivi**, per prevenire le pratiche contestate ai sensi della Prima e della Seconda Asserita Violazione. Solo nel 2018, Amazon ha investito a livello globale oltre 400 milioni di dollari in personale e strumenti di prevenzione, sviluppati sulla base di tecnologie per combattere le frodi e gli abusi nei suoi negozi. Nel 2019, abbiamo continuato ad aumentare le risorse e gli investimenti per prevenire gli abusi nei nostri negozi, investendo oltre 500 milioni di dollari. A seguire riportiamo per comodità di riferimento una breve panoramica della situazione pre-Covid19:

##### **i. Claim potenzialmente ingannevoli.**

Amazon richiede ai Venditori Terzi di assicurarsi che i prodotti offerti in vendita sui negozi Amazon rispettino tutte le leggi e le normative applicabili, nonché le *policy* di Amazon, incluse quelle relative alle informazioni sui prodotti<sup>1</sup>. I Venditori Terzi devono aderire al **Codice di**

---

<sup>1</sup> **La Sezione S-1-1. del Contratto di Business Solutions** (ovvero il contratto che regola il rapporto tra i Venditori Terzi ed Amazon) prevede quanto segue sulle informazioni sui prodotti: "*Lei è tenuto a fornire le Informazioni Necessarie sul Prodotto per ciascun prodotto o servizio di cui richiede l'inclusione nel catalogo di vendita mediante uno qualsiasi dei siti Amazon e ad aggiornare prontamente tali informazioni perché siano sempre accurate e complete. Lei è altresì tenuto ad assicurarsi che i Suoi Materiali, i Suoi Prodotti (compreso l'imballaggio), la sua offerta e la vendita degli stessi su uno qualsiasi dei siti Amazon rispettino tutte le Leggi (compresi i requisiti minimi di età, di marchiatura ed etichettatura), [...]. Lei non è autorizzato a fornire informazioni o altrimenti a richiedere l'inclusione nel catalogo per la vendita sui siti Amazon, di Prodotti Esclusi [...]*".

**Comportamento del Venditore Amazon** che impone, tra le altre cose, di non adottare comportamenti ingannevoli, anche con riferimento alle informazioni che vengono fornite nelle offerte relative ai prodotti (si veda l'**Allegato I**). La eventuale violazione di tale *policy* potrebbe comportare la rimozione delle offerte e/o dei privilegi di vendita al fine di proteggere i clienti nei nostri negozi.

Negli anni abbiamo adottato numerose misure di *compliance* ed iniziative volte a proteggere la sicurezza e la fiducia dei clienti, che operano su base continuativa. Tali misure includono **sistemi dinamici e automatizzati** che monitorano costantemente i nostri negozi per individuare e rimuovere i prodotti che sono soggetti a restrizioni sia per motivi di natura legale (ad esempio, prodotti illegali o commercializzati illegalmente) sia per motivi di *policy* (ad esempio, prodotti che promuovono la violenza o l'intolleranza di qualsiasi tipo, come quella razziale, sessuale o religiosa).

ii. Prezzi potenzialmente eccessivi.

Amazon non stabilisce i prezzi dei Venditori Terzi. Questi ultimi sono responsabili delle proprie offerte ed i prezzi che decidono di applicare sono interamente a loro discrezione. Inoltre, Amazon ha una fondamentale **Fair Pricing Policy** che vieta espressamente ai Venditori Terzi di fissare prezzi significativamente più elevati rispetto a quelli recentemente applicati su Amazon o al di fuori di Amazon (si veda l'**Allegato II**). Lo scopo principale di questa *policy* è quello di proteggere i clienti, "educando" i Venditori Terzi in merito all'importanza dei prezzi competitivi per costruire la fiducia dei clienti. Nel caso in cui i prezzi applicati da un Venditore Terzo danneggino la fiducia dei clienti, la predetta *policy* permette ad Amazon di intervenire, anche rimuovendo le offerte e - nei casi più gravi - i privilegi di vendita ai soggetti malintenzionati che tentano di abusare di tale fiducia.

Facciamo inoltre leva su un sistema dinamico e automatizzato

Omissis

per individuare prezzi significativamente elevati utilizzando una varietà di parametri di riferimento (

Omissis

) e prevedendo margini di sicurezza aggiuntivi (

Omissis

) prima che il sistema di rimozione venga effettivamente attivato.

Omissis

## A.2. La risposta di Amazon ai tentativi dei soggetti malintenzionati di trarre profitto dall'emergenza Covid-19

L'attuale pandemia di Covid-19 ci ha posto di fronte a delle sfide uniche. Abbiamo adottato misure straordinarie per affrontare questa situazione senza precedenti. Abbiamo tempestivamente, ben prima che la pandemia si palesasse in Italia in tutta la sua gravità, calibrato le nostre *policy* di lunga data e i nostri solidi sistemi esistenti, per identificare ed eliminare i tentativi da parte dei soggetti malintenzionati di danneggiare i clienti con *claim* potenzialmente ingannevoli o prezzi potenzialmente sproporzionati legati all'emergenza Covid-19. Questo ci ha permesso di perfezionare i nostri sistemi e i nostri processi in modo da adottare una risposta specifica e adeguata all'emergenza.

Coerentemente con la nostra filosofia "*customer obsessed*", stiamo continuando a lavorare nel corso dell'emergenza, con *team* dedicati che sono impegnati per contrastare in modo aggressivo le pratiche legate a *claim* potenzialmente ingannevoli e a prezzi potenzialmente eccessivi, attraverso le seguenti azioni:

- a) ricordando regolarmente a tutti i Venditori Terzi le nostre *policy* consolidate richiamate sopra (anche tramite *webinar* e apposite pagine di supporto su un portale dedicato al Covid-19);
- b) monitorando continuamente i nostri negozi, sia con mezzi automatizzati che manuali, identificando i *claim* potenzialmente ingannevoli e i prezzi potenzialmente eccessivi, prevenendo e rimuovendo le relative offerte dai negozi;
- c) ponendo in essere azioni di prevenzione nei confronti degli account di soggetti malintenzionati per evitare che carichino nuove offerte sui nostri negozi;
- d) collaborando con le forze dell'ordine a livello europeo ( Omissis ) e locale ( Omissis ) per procedere contro i responsabili delle condotte illegittime;
- e) rimanendo focalizzati sui nostri clienti e proteggere i loro interessi. Ad esempio, abbiamo pubblicato un apposito *alert* sul Covid-19 sulla *homepage* dei nostri negozi, con specifico riferimento ai prodotti, ai tempi di consegna e alle Q&A sulle principali questioni relative alla nostra operatività durante la pandemia.

Nei nostri sforzi per combattere le pratiche potenzialmente dannose per i nostri clienti, ricoprono un ruolo chiave i sistemi automatizzati Omissis

(rispettivamente "**Regole Covid-19 per i Claim**" e "**Regole Covid-19 per i Prezzi**", insieme "**Regole Covid-19**"). Se individuiamo un *claim* o un prezzo che viola le nostre *policy*, preveniamo o rimuoviamo l'offerta e interveniamo rapidamente contro i soggetti malintenzionati coinvolti in comportamenti scorretti, anche sospendendo o bloccando i loro *account* di vendita e collaborando attivamente con le forze dell'ordine nell'ambito di eventuali indagini penali.

Omissis

Omissis

In virtù di tutte le drastiche misure già intraprese volte a prevenire condotte abusive e proteggere i clienti, alla ricezione della Richiesta di Informazioni dall'AGCM in data 27 febbraio, avevamo già bloccato e rimosso Omissis offerte con *claim* potenzialmente ingannevoli e Omissis con prezzi potenzialmente eccessivi

Omissis  
) . Come chiarito nella nostra risposta del 2 marzo alla Richiesta di Informazioni, abbiamo continuato a lavorare nella stessa direzione per proteggere i clienti. Nel periodo tra la nostra risposta alla Richiesta di Informazioni e la Comunicazione di Avvio del Procedimento (2-12 marzo 2020) abbiamo rimosso e bloccato la pubblicazione di altre **decine di migliaia** di offerte con *claim* potenzialmente ingannevoli e prezzi potenzialmente eccessivi. Ad oggi, abbiamo eliminato **centinaia di migliaia** di offerte con *claim* potenzialmente ingannevoli e prezzi potenzialmente eccessivi.

## **B. Proposta di Impegni**

Amazon condivide con l'Autorità l'obiettivo di voler proteggere in maniera efficace i clienti dalle pratiche oggetto del Procedimento e di agevolare l'individuazione dei responsabili di tali comportamenti. Alla luce di questo obiettivo comune, con la presente Proposta di Impegni, Amazon si impegna a mantenere in vigore e a continuare ad applicare, fino al perdurare della situazione di emergenza, le misure descritte nel prosieguo ai punti B.1, B.2 e B.3.

Fermo restando quanto sopra, la presente Proposta di Impegni non costituisce riconoscimento da parte di Amazon di alcuna responsabilità per le condotte oggetto del Procedimento, né implicitamente né esplicitamente, e, ai sensi dell'art. 9 del Regolamento, è finalizzata unicamente ad eliminare le preoccupazioni sollevate dall'Autorità in relazione alla Prima e alla Seconda Asserita Violazione così come evidenziate nella Comunicazione di Avvio del Procedimento.

### **B.1. Impegni relativi alla Prima Asserita Violazione**

Al fine di proteggere i clienti da *claim* potenzialmente ingannevoli, Amazon si impegna a porre in essere le seguenti azioni:

#### **B.1. (a) Monitorare proattivamente il Negozio attraverso strumenti automatizzati e manuali al fine di rimuovere le offerte con *claim* potenzialmente ingannevoli**

Monitoreremo in modo proattivo il Negozio su base continuativa attraverso le Regole Covid-19 per i *Claim* al fine di identificare e prendere i necessari provvedimenti sui seguenti prodotti:

Omissis

Omissis

La logica alla base delle nostre Regole Covid-19 per i *Claim* è quella di identificare i prodotti maggiormente esposti al rischio di presentare *claim* ingannevoli, evitare che vengano offerti sul Negozio e rimuoverli qualora si riscontri un riferimento al Covid-19 (

Omissis

Omissis

Una volta confermato che l'annuncio viola i requisiti previsti dalle Regole Covid-19 per i *Claim*, lo stesso non potrà comparire o verrà rimosso dal Negozio, in modo che non possa essere visualizzato o acquistato dai clienti.

Offriremo in ogni caso ai Venditori Terzi in buona fede la possibilità di presentare reclamo per reinserire l'offerta di un prodotto, a condizione che, ovviamente, venga rimosso qualsiasi riferimento al Covid-19.

#### **B.1. (b) Investigare e adottare provvedimenti in caso di ripetute violazioni**

Omissis

La logica alla base di questo Impegno è quella di evitare che i malintenzionati recidivi carichino ulteriori annunci sul Negozio con *claim* potenzialmente ingannevoli.

#### **B.2. Impegni per la Seconda Asserita Violazione**

Al fine di proteggere i consumatori da prezzi potenzialmente eccessivi, Amazon si impegna a porre in essere le seguenti azioni:

##### **B.2. (a) Monitorare proattivamente il Negozio attraverso strumenti automatizzati e manuali al fine di rimuovere le offerte con prezzi potenzialmente eccessivi**

Monitoreremo in modo proattivo il Negozio su base continuativa attraverso le Regole Covid-19 per i Prezzi per identificare e prendere i necessari provvedimenti sui seguenti prodotti ("**Prodotti Covid-19**"):

Omissis

Omissis

La logica alla base delle nostre Regole Covid-19 per i Prezzi è quella di identificare i prodotti maggiormente esposti al rischio di presentare prezzi potenzialmente eccessivi, evitare che vengano offerti sul Negozio e rimuoverli

Omissis

Per far fronte alla situazione senza precedenti scaturita dalla pandemia, abbiamo adattato il Sistema Omissis descritto al punto A.1.(ii) per i Prodotti Covid-19 precedentemente elencati, che ritenevamo fossero maggiormente esposti al rischio di prezzi eccessivi durante la pandemia.

Le regole del Sistema Omissis più rilevanti in relazione ai Prodotti Covid-19 sono

Omissis

:

1. Omissis

Omissis

:

•

Omissis

;

•

Omissis

;

•

Omissis

Omissis

2. Omissis

Omissis

\*\*\*

Omissis

. Ad ogni buon conto, vale la pena sottolineare come eventuali possibili modifiche ai meccanismi utilizzati e sopra decritti saranno sempre finalizzate a proteggere i clienti da offerte con prezzi potenzialmente eccessivi per i prodotti maggiormente esposti a tale rischio durante la pandemia.

Omissis

Omissis

Una volta confermato che l'annuncio viola i requisiti previsti dalle Regole Covid-19 per i Prezzi, lo stesso non potrà comparire o verrà rimosso dal Negozio, in modo che non possa essere visualizzato o acquistato dai clienti.

Omissis

Omissis

Offriremo in ogni caso ai Venditori Terzi in buona fede la possibilità di presentare reclamo per ottenere il reinserimento dell'offerta di un prodotto, a condizione che, ovviamente, il prezzo venga modificato.

Infatti, qualsiasi azione relativa alle offerte può essere oggetto di appello. Se i Venditori Terzi non riescono a riattivare la loro offerta in modo autonomo come spiegato in precedenza, possono avviare una procedura di appello e revisione, attraverso l'Account Health Dashboard (l'interfaccia utilizzata per interagire con i vari team di Amazon che si occupano della gestione degli account dei Venditori Terzi). Qualsiasi rimozione di un'offerta e qualsiasi sospensione e chiusura di account può essere oggetto di reclamo da parte dei Venditori Terzi. Ogni reclamo è oggetto di revisione da parte di Amazon.

## **B.2. (b) Investigare e adottare provvedimenti in caso di ripetute violazioni**

Omissis

La logica alla base di questo Impegno è quella di evitare che i malintenzionati recidivi carichino ulteriori annunci sul Negozio con prezzi potenzialmente eccessivi.

## **B.3. Impegni applicabili sia alla Prima che alla Seconda Asserita Violazione**

### **B.3. (a) Comunicazione dei risultati**

Amazon si impegna a condividere mensilmente con l'Autorità i risultati ottenuti attraverso l'attuazione degli Impegni di cui ai punti B.1 e B.2. Ci riserviamo il diritto di migliorare ed ampliare ulteriormente le misure descritte negli Impegni sopra riportati ( Omissis ) al fine di contrastare i tentativi dei soggetti malintenzionati di eludere tali misure e di adeguarci ad eventuali nuove leggi o decreti sul prezzo massimo. Ci impegniamo a ogni buon fine a far sì che questi eventuali miglioramenti siano conformi ai principi degli Impegni sopra descritti.

### **B.3 (b) Indirizzo email dedicato**

Abbiamo creato un indirizzo email dedicato ([covid19-eu-cooperation@amazon.com](mailto:covid19-eu-cooperation@amazon.com)) che è a disposizione delle Autorità per la Tutela dei Consumatori degli Stati membri. Incoraggiamo l'AGCM a segnalarci qualsiasi *claim* potenzialmente ingannevole o prezzo potenzialmente eccessivo riferito al Covid-19, così come qualsiasi tendenza oggetto di attenzione da parte dell'Autorità in modo da sostenere i nostri sforzi nell'adattare i processi interni volti alla rapida identificazione ed eliminazione di offerte non conformi. Indagheremo prontamente su qualsiasi segnalazione dell'Autorità e rimuoveremo immediatamente le offerte non conformi. Utilizzeremo inoltre queste informazioni e segnalazioni per rivedere, perfezionare e migliorare le nostre Regole Covid-19.

### **B.3 (c) Segnalazione dei trasgressori recidivi**

Offriamo la nostra collaborazione all'AGCM al fine di per proteggere i clienti impegnandoci a presentare all'Autorità un elenco dei 20 principali trasgressori ( Omissis ), Omissis

Allo stesso tempo, continueremo a lavorare a stretto contatto con le autorità nazionali della concorrenza e dei consumatori in tutta Europa, nonché con Europol e con le autorità degli Stati membri dell'Unione Europea per intraprendere azioni contro i trasgressori. La nostra collaborazione è stata pubblicamente apprezzata. La Commissione europea ha recentemente riconosciuto il forte impegno e la risposta positiva da parte nostra e di altri operatori del settore dell'e-commerce.

**5) Considerazioni circa l'ammissibilità e l'idoneità degli Impegni proposti a rimuovere i profili di illegittimità contestati nell'avvio dell'istruttoria**

Siamo convinti che gli Impegni proposti siano idonei ad eliminare le presunte violazioni delineate dall'AGCM nella Comunicazione di Avvio del Procedimento. Le misure descritte sono efficaci per proteggere i clienti e tutti i Venditori Terzi onesti dai tentativi di una piccolissima minoranza di soggetti malintenzionati di offrire in vendita sul Negozio prodotti con *claim* potenzialmente ingannevoli o a prezzi potenzialmente eccessivi.

Omissis

. Ciò evidenzia che le misure già attuate, che continueranno ad essere ulteriormente migliorate e aggiornate, sono efficaci.

Ad oggi, abbiamo eliminato dal Negozio **centinaia di migliaia** di offerte di prodotti con *claim* potenzialmente ingannevoli in riferimento al Covid-19 e **centinaia di migliaia** di offerte con prezzi potenzialmente eccessivi. Abbiamo intrapreso azioni nei confronti di **un migliaio** di *account* che hanno posto in essere ripetute violazioni.

I suddetti Impegni sono proposti coerentemente con la filosofia della "*customer obsession*" che ci contraddistingue e in uno spirito di collaborazione con l'Autorità, senza pregiudizio per la nostra posizione ai sensi del D.Lgs. 70 del 2003.

**Versione non confidenziale degli Impegni**

Con riguardo alla presente Proposta di Impegni, Amazon formula istanza di riservatezza, in relazione ad alcune delle informazioni contenute nel presente formulario e nell'Allegato III. Le informazioni oggetto di istanza costituiscono informazioni commerciali altamente sensibili e riservate di Amazon. Con la presente, richiediamo formalmente il trattamento riservato di tali informazioni ai sensi dell'articolo 11, commi 3 e 7 del Regolamento, in quanto le stesse contengono dettagli sull'organizzazione e su processi interni che rappresentano segreti commerciali e/o industriali ai sensi dell'articolo 11, paragrafi 2 e 3 del Regolamento. La divulgazione di tali informazioni a terzi recherebbe un grave e irrimediabile pregiudizio

alla società e al *business* di Amazon e potrebbe consentire ad eventuali malintenzionati di aggirare le Regole Covid-19 sopra descritte.

In quest'ottica, nella versione accessibile, al fine di consentire all'Autorità di individuare chiaramente le informazioni commerciali altamente sensibili e confidenziali, rimuoveremo tali informazioni sostituendole con "OMISSIS".

## Allegato I

[Help](#) / [Configurare le impostazioni dell'account](#) / [Riferimenti](#) / [Politiche dei programmi](#) / [Condizioni di vendita](#)

---

### Condizioni di vendita

Tutti i venditori sono tenuti a rispettare le seguenti condizioni quando pubblicano offerte su Amazon. Eventuali articoli vietati e violazioni del venditore possono portare alla sospensione dell'account Amazon.

### Uso improprio del sito web di vendita Amazon

Nell'ambito della community tutti i venditori possono accedere al sito web di vendita Amazon e utilizzarlo. Se un venditore carica ripetutamente una quantità eccessiva di dati o utilizza il sito web di vendita in modo eccessivo o irragionevole, questo può generare problemi di sovraccarico dello stesso, compromettendo la facilità di accesso e utilizzo di altri venditori.

### Codice di comportamento del venditore

Amazon ti consente di raggiungere centinaia di milioni di clienti. Il nostro intento è di stabilire un rapporto equo e affidabile tra acquirente e venditore. Noi di Amazon ti chiediamo di rispettare i principi del codice di comportamento descritti di seguito.

Principi del codice di comportamento del venditore:

- Rispettare la normativa vigente e le condizioni di Amazon.
- Mantenere aggiornate le informazioni sull'account.
- Non falsare mai le informazioni fornite a proprio riguardo.
- Agire sempre in modo da garantire un'esperienza di affidabilità ai clienti Amazon.
- Non pubblicare mai prodotti che potrebbero causare danni ai clienti Amazon.
- Non assumere mai un comportamento fuorviante, inappropriato o offensivo. Ciò vale per tutte le attività, fra cui, a titolo di esempio:
  - Le informazioni fornite nell'account
  - Le informazioni fornite nelle offerte, nel contenuto o nelle immagini
  - Le comunicazioni tra il venditore e Amazon o il venditore e gli acquirenti Amazon
- Comportarsi onestamente in qualsiasi momento. Quelli che seguono sono solo alcuni esempi di comportamento scorretto:
  - Comportamento interpretabile come tentativo di manipolazione o induzione al gioco in qualsiasi ambito dell'esperienza di acquisto o di vendita
  - Azioni interpretabili come manipolazione di recensioni cliente, compresa la pubblicazione, diretta o indiretta, di contenuto falso, fuorviante o non autentico
  - Attività interpretabili come tentativo di manipolare i risultati della ricerca o le classifiche di vendita di Amazon
  - Azioni intenzionali ai danni di un altro venditore o delle offerte o delle valutazioni di quest'ultimo

## Allegato II

[Help](#) / [Gestire l'inventario](#) / [Attività e strumenti](#) / [Applicare i prezzi agli articoli](#) / [Politica di assegnazione del prezzo equa del marketplace Amazon](#)

# Politica di assegnazione del prezzo equa del marketplace Amazon

I venditori sono responsabili di stabilire i propri prezzi sul Marketplace Amazon. La missione di Amazon è quella di essere l'azienda più attenta al cliente al mondo. Amazon, infatti, si impegna molto per offrire ai clienti la più ampia selezione di prodotti, a i prezzi più bassi e con tempi di consegna rapidi. In tutto ciò i venditori svolgono un ruolo fondamentale.

Amazon controlla regolarmente il prezzo degli articoli presenti sul Marketplace, inclusi i costi di spedizione, e li confronta con gli altri prezzi disponibili ai clienti. Se Amazon rileva la presenza di pratiche di prezzo che ledono la fiducia dei clienti, può decidere di intervenire rimuovendo ad esempio la Buy Box e l'offerta interessata o, in casi gravi o reiterati, di sospendere o interrompere i privilegi di vendita.

Pratiche di prezzo prezzo che ledono la fiducia dei clienti includono, a titolo esemplificativo ma non esaustivo:

- L'assegnazione di un prezzo di riferimento, su un prodotto o servizio, che induce in errore i clienti;
- L'assegnazione di un prezzo, su un prodotto o servizio, notevolmente più elevato rispetto ai prezzi recentemente offerti sia su Amazon che su altri canali; o
- La vendita di più unità di un prodotto a un prezzo più alto rispetto a quello di una singola unità dello stesso prodotto.

Ti abbiamo aiutato?  Sì  No

Omissis

Omissis

Omissis

Omissis

Omissis

Omissis

Omissis

Omissis

Omissis