

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Direzione Generale per la Tutela del Consumatore
Direzione Energia e Industria
Piazza G. Verdi, 6/A
00198 Roma

Alla cortese attenzione del dott. Gilberto Guardavaccaro
posta elettronica certificata a protocollo.agcm@pec.agcm.it e
a gilberto.guardavaccaro@agcm.it

Milano, 22 dicembre 2014

Procedimento n. PS/8754 – Memoria conclusiva ai sensi dell’art. 16 del regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie, da parte di Amazon Media EU s.à r.l.

Amazon Media EU S.à r.l., con sede nel Lussemburgo, in 5 Rue Plaetis, L-2388 (di seguito, anche *Amazon Media*) in persona del legale rappresentante signora Eva Gehlin, difesa nel presente procedimento dagli avvocati Marco Consonni, Matteo Orsingher e Fabrizio Sanna, deposita la presente Memoria conclusiva.

I. INTRODUZIONE

I. Con comunicazione del 15 maggio 2014 ricevuta il 23 maggio 2014, l’Autorità ha notificato ad Amazon Media l’apertura di un procedimento ai sensi dell’articolo 27, comma 3, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005 n. 206 (di seguito la *Comunicazione*) in relazione al videogioco dal titolo “Littlest Pet Shop” (la *App*) di Gameloft S.E. e Gameloft S.r.l., offerto anche attraverso il negozio virtuale online “Amazon App-Shop per Android” (di seguito *Amazon App-Shop*), a cui si può accedere dai dispositivi Kindle Fire, dai dispositivi compatibili con il sistema operativo Android attraverso il download del mobile client “Amazon App-Shop”, oppure tramite il sito internet amazon.it.

Con la propria memoria depositata in data 26 giugno 2014 (di seguito la *Memoria*) e durante l’audizione svoltasi il 3 luglio 2014, Amazon Media ha fornito le informazioni e la documentazione richiesta dall’Autorità con la Comunicazione, nonché alcuni ulteriori chiarimenti, al fine di dimostrare la correttezza del suo operato in relazione alla App oggetto del Procedimento. Alla luce di quanto esposto (e come confermato dal tasso pressoché assente di reclami in relazione alla

App), Amazon Media ha sostenuto di rispettare i più alti standard di diligenza professionale in relazione alla materia oggetto del Procedimento.

Cionondimeno, in un'ottica di cooperazione con l'Autorità, Amazon Media ha proposto – ai sensi e per gli effetti dell'art. 27 comma 7 del Codice del consumo e dell'art. 8 comma 7 del d.lgs.145/2007, e in particolare al fine di provocare una decisione dell'Autorità di chiusura del procedimento con accettazione di impegni – di adottare le misure indicate nella presentazione di impegni del 5 settembre 2014 integrata in data 21 novembre 2014, al fine di affrontare le questioni evidenziate dall'Autorità durante l'udienza del 3 luglio 2014.

Con comunicazione del 12 dicembre 2014, l'Autorità ha notificato ad Amazon Media la conclusione della fase istruttoria del Procedimento ai sensi dell'articolo 16 del regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie, assegnando ad Amazon Media dieci giorni per depositare “*memorie conclusive e documenti, con specifico riferimento agli impegni presentati dai professionisti*”.

Nella presente Memoria conclusiva, Amazon Media ricapitola e consolida dunque le misure che propone di adottare, ribadendo le ragioni per cui (anche alla luce di questi impegni) chiede la chiusura del Procedimento nei suoi confronti con accettazione degli impegni e senza sanzioni.

II. LE PROPOSTE DI AMAZON MEDIA

2. Ai sensi e per gli effetti dell'art. 27 comma 7 del Codice del consumo, Amazon Media propone l'implementazione delle misure indicate nell'Allegato alla presente, senza ammissione di responsabilità.

III. NOTE CONCLUSIVE

A. SINTESI DI QUANTO SIN QUI DEDOTTO

3. Fin dalla sua fondazione nel 1994, la *mission* di Amazon.com Inc. (e delle società del suo gruppo) è stata essere “*the Earth's most customer-centric company*” (la società “*più focalizzata sul cliente al mondo*”). L'avviamento di Amazon è stato costruito – ed è cresciuto eccezionalmente – sul rapporto di fiducia e trasparenza instaurato coi suoi clienti. Ogni nuova iniziativa di Amazon vuole anzitutto rinnovare e accrescere questo affidamento, proponendo prodotti e servizi intuitivi e semplici da fruire, presentandoli in modo chiaro, e migliorandoli senza sosta. E per questo Amazon integra i propri prodotti e servizi con un servizio clienti unanimemente considerato tra i

migliori sul mercato¹. In sintesi, nessuno ha più a cuore di Amazon l'innovazione, i clienti e la loro fiducia.

Nel corso di questo Procedimento, Amazon Media ha sottolineato come anche l'Amazon App-Shop dispone tra l'altro di numerose funzioni idonee a garantire che ogni consumatore possa immediatamente comprendere e gestire, la possibilità di effettuare acquisti in-app. In particolare, Amazon Media ha sottolineato tra l'altro che il consumatore è destinatario di numerosi avvisi in cui è messo al corrente, prima di poter scaricare la App, della possibilità di effettuare acquisti in-app all'interno della medesima (su cui diffusamente paragrafi 6 e 7 della Memoria). Inoltre, prima di effettuare qualsiasi acquisto in-app, il consumatore riceve altresì avvisi che indicano in maniera ben visibile il prezzo di ciascun acquisto in-app durante il processo di acquisto (su cui diffusamente paragrafo 9 della Memoria). Amazon Media rende inoltre disponibile (e suggerisce ripetutamente l'attivazione di) un articolato sistema di opzioni di *Parental Control* volto a permettere agli adulti che siano proprietari del dispositivo interessato di subordinare all'inserimento di una password l'accesso all'Amazon App-Shop, ogni download di una app, nonché ogni acquisto in-app (su cui diffusamente paragrafi 3(2) e 5 della Memoria). Anche nel caso in cui le funzioni di *Parental Control* non siano attivate, sono previste numerose richieste di password che mirano ad evitare acquisti in-app indesiderati (su cui diffusamente paragrafo 3(2) da (ii) a (v) della Memoria). Inoltre, Amazon Media invia immediatamente una e-mail di conferma al titolare dell'account ogni qual volta venga effettuato un acquisto in-app (e una pluralità di avvisi nel caso di acquisti multipli) (su cui paragrafo 3(4) della Memoria), e tramite il proprio servizio clienti – riconosciuto tra i migliori al mondo – assiste i clienti in relazione a qualsiasi quesito o esigenza, anche in materia di acquisti in-app.

Inoltre, dopo l'avvio del presente procedimento da parte dell'Autorità, Amazon ha implementato una serie di ulteriori miglioramenti alla propria già articolata procedura di richiesta password (come descritti nel paragrafo 3(2)(v) della Memoria, nel corso dell'audizione del 3 luglio e nel capo II della integrazione alla proposta di impegni del 21 novembre). Questo nuovo sistema richiede in particolare ad ogni utente dell'App-Shop di scegliere espressamente se desidera o meno inserire una password per i successivi acquisti in-app. Questa ulteriore finestra di richiesta password rafforza dunque ulteriormente i già avanzati strumenti messi a disposizione da Amazon a protezione del consumatore. Sebbene questi miglioramenti fossero già decisi e programmati quando il presente procedimento è iniziato, Amazon Media si è spesa per una loro più rapida implementazione, anche alla luce della comunicazione di avvio del procedimento ricevuta dall'Autorità. Ad oggi, la nuova finestra di richiesta password è dunque stata attivata su tutti i dispositivi Kindle Fire compatibili venduti tramite il sito www.amazon.it.

¹ Cfr. per esempio l'art. pubblicato su Altroconsumo, nr. 130 del maggio 2013, pag. 30.

In sintesi, Amazon Media adotta, e presenta in modo ripetuto e chiaro, diversi strumenti che consentono di impedire acquisti in-app non desiderati. Inoltre, a supporto di questi strumenti, Amazon Media notifica immediatamente al cliente ogni acquisto in-app e fornisce un servizio di assistenza clienti tra i migliori al mondo. Il successo dell'esponente sul mercato dipende dalla fiducia che riesce a rinnovare nei propri clienti in occasione di ogni acquisto. Amazon Media non ha dunque alcun desiderio di né interesse a confondere i propri clienti e approfittare di acquisti indesiderati da parte dei loro figli. Per tutti questi motivi (e per le ragioni di fatto e diritto indicate nei paragrafi da 10 a 15 della propria Memoria, che si hanno qui per ritrascritti), Amazon Media ritiene di rispettare i più alti standard di diligenza professionale in relazione alla materia oggetto del procedimento (come del resto confermato dal tasso pressoché assente di reclami in relazione alla App, cfr. doc. 5).

B. RILIEVO DEGLI IMPEGNI PROPOSTI

4. Amazon ha dunque già provveduto a rafforzare il suo già solido sistema di protezione del consumatore rendendolo tra i più avanzati sul mercato. Cionondimeno, in un'ottica di cooperazione con l'Autorità e di continuo miglioramento del suo servizio, Amazon Media ha proposto e propone – ai sensi e per gli effetti dell'art. 27 comma 7 del Codice del consumo e dell'art. 8 comma 7 del d.lgs.145/2007, e in particolare al fine di provocare una decisione dell'Autorità di chiusura del procedimento con accettazione di impegni – le misure descritte nell'allegato alla presente.

Amazon Media ritiene che gli impegni proposti, attuabili e facilmente monitorabili successivamente alla loro implementazione, rappresentino delle risposte efficaci alle preoccupazioni manifestate dall'Autorità nel corso dell'audizione del 3 luglio 2014.

Quanto all'impegno *sub A*, Amazon Media ritiene di dover continuare a garantire che i propri clienti siano informati sui costi che dovranno sostenere al momento del download di un gioco per dispositivi mobili. Dal momento che molti dei giochi per dispositivi mobili che prevedono la possibilità di effettuare acquisti in-app possono essere scaricati gratuitamente, è corretto informare l'utente che non vi saranno costi associati al download di tale gioco (i.e. che il download è effettivamente "gratis"). Amazon Media è tuttavia pronta a modificare, come indicato nell'allegato, l'uso della parola "Gratis" sul pulsante per il download dei giochi che consentono di effettuare acquisti in-app, in modo da rendere ancora più evidente all'utente tale possibilità. A causa dell'elevato numero e varietà di giochi per dispositivi mobili disponibili, nonché della complessità tecnica dell'architettura dell'App Shop e del rapido sviluppo del settore delle applicazioni, piuttosto che impegnarsi ad adottare una espressione fissa e predeterminata, Amazon Media è pronta ad

adottare il descritto set di principi relativi all'utilizzo della parola "Gratis" sul pulsante di download nel caso di giochi che includano la possibilità di effettuare acquisti in-app, al fine di garantire allo stesso tempo la trasparenza per i consumatori e ad Amazon Media di adeguarsi tempestivamente alle evoluzioni del settore. Tali principi appaiono infine pienamente in linea con quelle fissate dal *position paper* adottato nel luglio 2014 in seno al CPC (Consumer Protection Cooperation) europeo.

Gli impegni *sub B* e *C* rispondono al rilievo secondo cui non tutti i consumatori potrebbero essere in grado di fruire agevolmente delle opzioni (complete ed efficaci) offerte dal menù "Impostazioni" e dei meccanismi di tutela offerti da Amazon Media, incrementando il già immediato e facile accesso ai medesimi. L'impegno *sub D* agevolerà la possibile reazione di Amazon Media al fine di richiedere ai responsabili del contenuto delle App (i.e. gli sviluppatori) il rispetto delle normative in vigore, qualora ciò fosse ritenuto necessario da Amazon Media. L'impegno *sub E* rafforzerà il set di informazioni (già ampio e completo) relativo alla possibilità di effettuare acquisti (comunque facoltativi e non necessari per la completa/soddisfacente fruizione del gioco) all'interno della App.

* * *

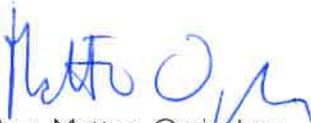
Alla luce di quanto precede, Amazon Media

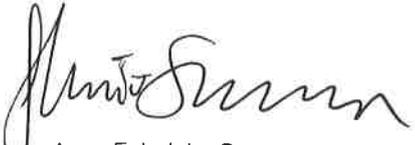
insta affinché

le proposte di impegni allegate alla presente siano accettate e il procedimento sia chiuso ai sensi dell'articolo 9, comma 2, lettera (a) del Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie.

Con osservanza

I procuratori di Amazon Media EU S.à r.l.:


Avv. Matteo Orsinger


Avv. Fabrizio Sanna

ALLEGATO IMPEGNI PROPOSTI

A. Amazon Media applicherà i seguenti principi per l'uso della parola "Gratis" nella descrizione dei giochi per dispositivi mobili il cui download è gratuito ma che permettono di effettuare acquisti in-app.

Amazon Media considera la propria attuale pratica conforme alla normativa applicabile. Amazon Media è comunque disponibile a modificare le modalità di utilizzo della parola "GRATIS" sul pulsante per il download di giochi per dispositivi mobili che permettono di effettuare acquisti in-app.

Al posto di un'espressione fissa e predeterminata, Amazon Media si atterrà ai seguenti principi relativi ai casi e alle modalità di utilizzo della parola "GRATIS" con o senza particolari qualifiche, in modo da garantire allo stesso tempo al consumatore un'informazione accurata e trasparente, e ad Amazon di conservare un livello di flessibilità necessario per adattarsi ai futuri sviluppi della piattaforma e ai mutamenti dell'industria delle applicazioni.

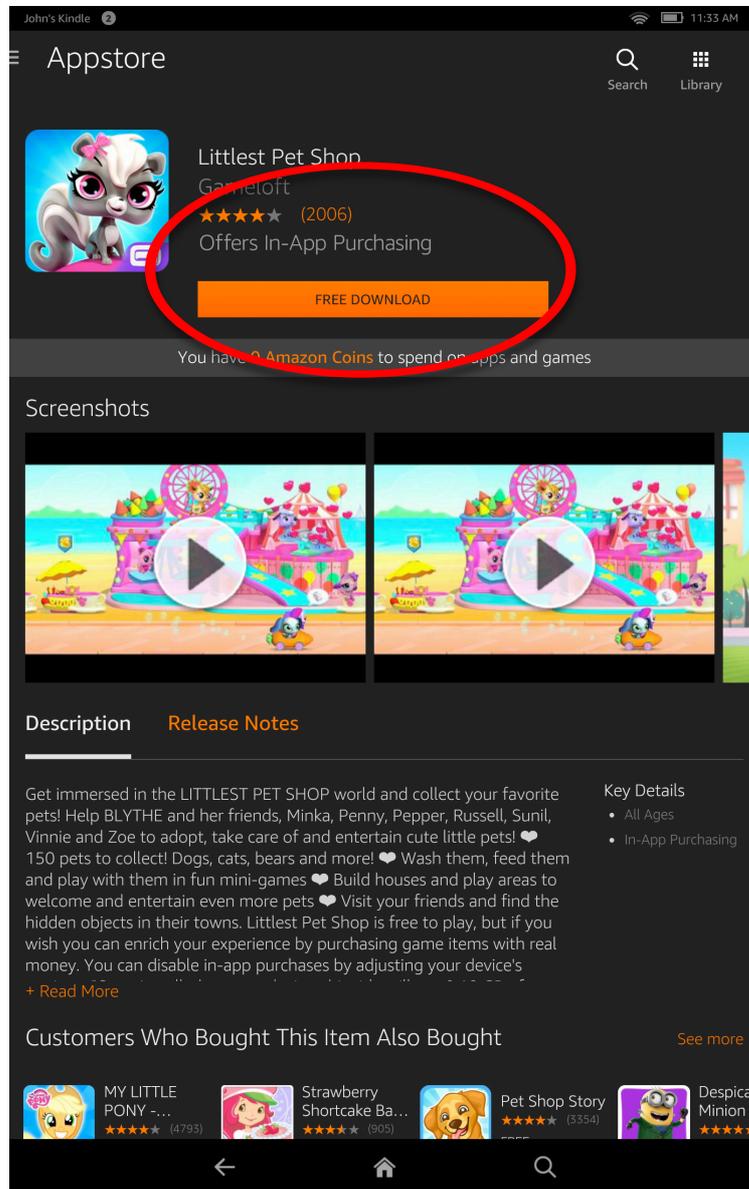
Queste regole sono in linea con quelle fissate in materia dal *position paper* adottato nel luglio 2014 in seno al CPC (Consumer Protection Cooperation) europeo.

Amazon Media assume i seguenti impegni con riguardo al pulsante per il download sui dispositivi mobili dei giochi per questi dispositivi, messi a disposizione dei consumatori italiani, e che permettono di effettuare acquisti in-app utilizzando denaro reale:

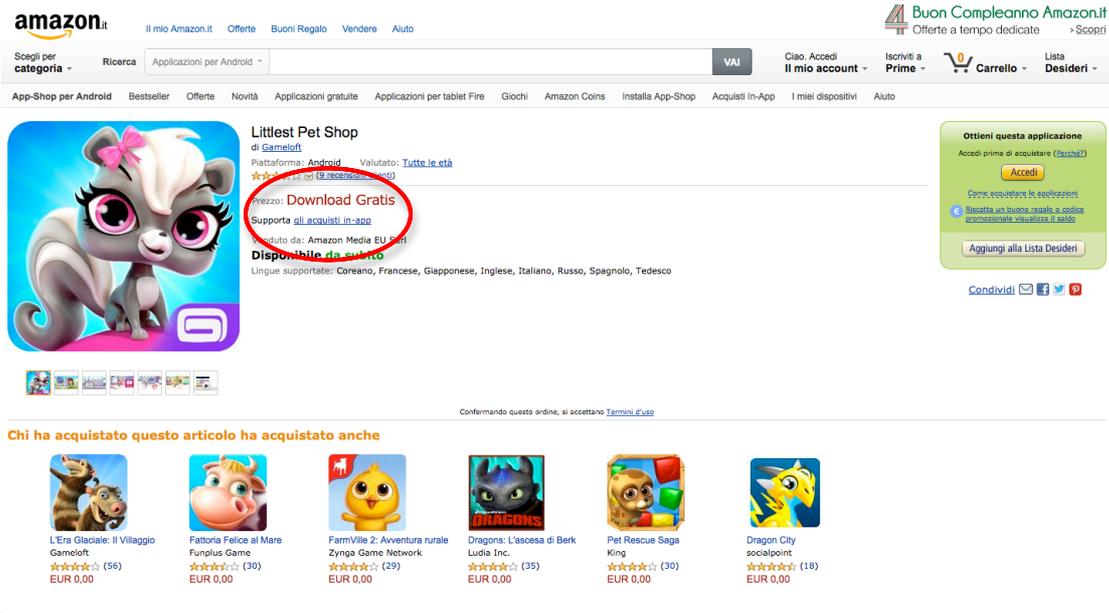
- la parola "gratis" (o analoghi termini con lo stesso significato) senza ulteriori precisazioni, sarà utilizzata solo sul pulsante di download dei giochi che non permettono di effettuare acquisti in-app;
- la parola "gratis" (o similari) sul pulsante di download dei giochi che permettono di effettuare acquisti in-app sarà integrata da un'appropriata precisazione posta in posizione adiacente al termine "gratis" e dotata di visibilità comparabile a quest'ultimo. Inoltre, un'ulteriore precisazione che suggerisca la possibilità di effettuare acquisti in-app tramite il gioco sarà introdotta sul pulsante sopra indicato o in prossimità del medesimo, vicino al titolo dell'applicazione, o in una diversa collocazione che abbia una prominenza paragonabile, tenuto conto dei requisiti e limiti tecnici e grafici che interferiscono con la possibilità di mostrare questa precisazione.

Un esempio di possibile implementazione di questo impegno è la modifica, sui dispositivi mobili, del pulsante per il download delle applicazioni che permettono di effettuare gli acquisti in-app in "Download Gratis" (con lettere della stessa dimensione), e l'introduzione di

una ulteriore nota informativa (quale “Offre Acquisti In-App”) sopra il bottone di download e in prossimità del titolo del gioco (v. esempio sottostante).



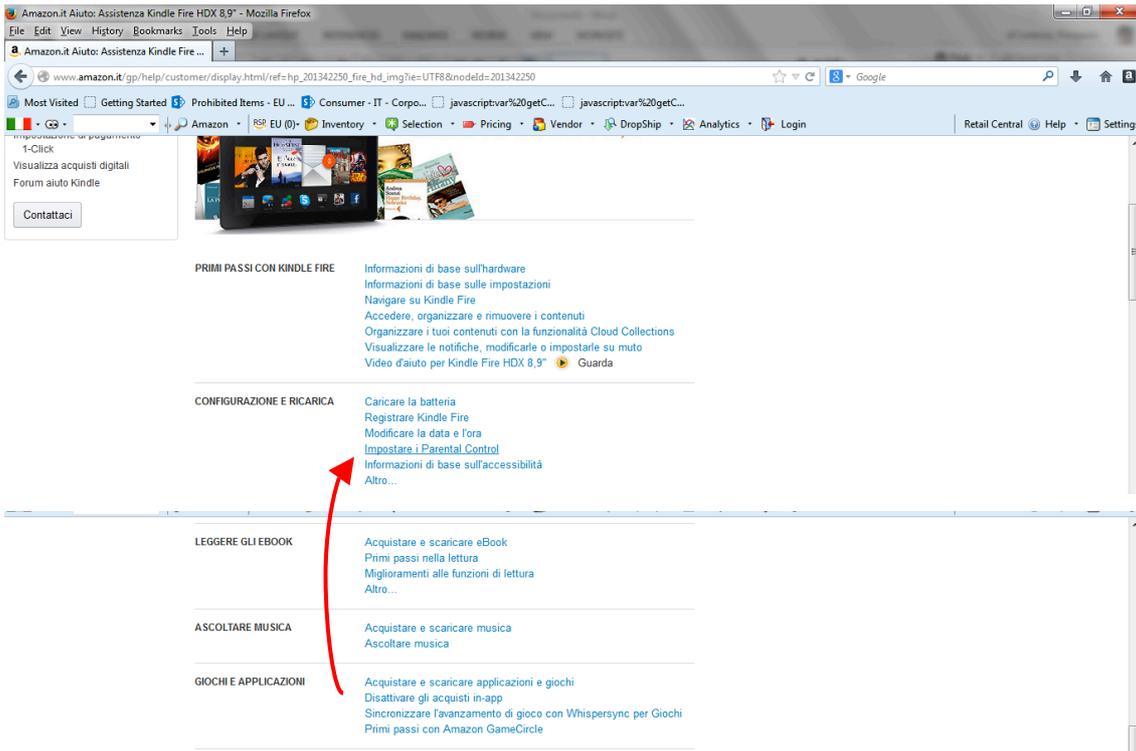
La stessa logica descrittiva del prodotto sarà applicata nelle pagine di presentazione dei giochi che permettono di effettuare acquisti in-app pubblicate sul sito amazon.it. E così, ad esempio, nella riga relativa al prezzo, sotto al titolo dell'applicazione, verrà utilizzata l'espressione “Download Gratis”, completata dalla precisazione “Offre Acquisti In-App” o “Supporta Acquisti In-App” (v. esempio sottostante).



A causa dell'elevato numero e varietà di applicazioni disponibili, nonché della complessità tecnica dell'architettura dell'App Shop, questa misura sarà attuata al più presto dopo la comunicazione della decisione dell'Autorità che renda il relativo impegno vincolante per Amazon Media, fermo restando che saranno necessari almeno 120 giorni.

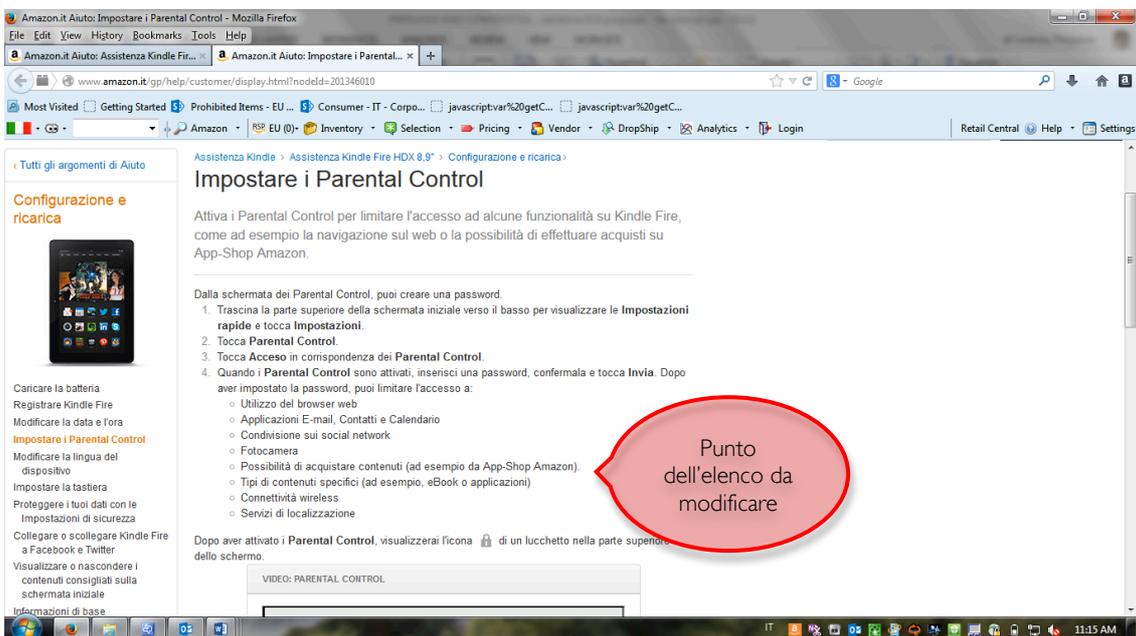
- B. Amazon Media darà maggior rilievo alla guida “Disattivare gli acquisti in-app”. Amazon Media modificherà, inoltre, la “pagina d'aiuto” “Impostare i Parental Control”, in modo da specificare che le impostazioni del Parental Control consentono di prevenire acquisti in-app involontari e quelli da parte dei minori non autorizzati.

Allo scopo di dare maggior rilievo alla guida relativa al settaggio del Parental Control, Amazon Media modificherà la “pagina d'aiuto” dei dispositivi Kindle Fire su amazon.it, ad esempio spostando in alto il link “Disattivare gli acquisti in-app” – attualmente posizionato nell'ottava posizione dall'alto, nella sezione “Giochi e Applicazioni” – nella sezione rubricata “Configurazione e ricarica”, immediatamente sotto al link “Impostare i Parental Control”, come è mostrato nell'immagine sotto riportata.



Esempio relativo al Kindle Fire HDX 8.9 – da replicarsi in ogni altra pagina d'aiuto relativa alle impostazioni dei dispositivi Kindle Fire

Amazon Media, inoltre, modificherà la pagina "Impostare i Parental Control" specificando che le impostazioni del Parental Control consentono di prevenire acquisti in-app involontari e quelli da parte dei minori non autorizzati, per esempio aggiungendo la seguente frase (qui indicata in grassetto): "[...] puoi limitare l'accesso a: Possibilità di acquistare contenuti (ad esempio da Amazon App Shop), **anche per prevenire acquisti involontari o da parte di minori**". L'immagine che è riportata nella pagina che segue chiarisce tale modifica.

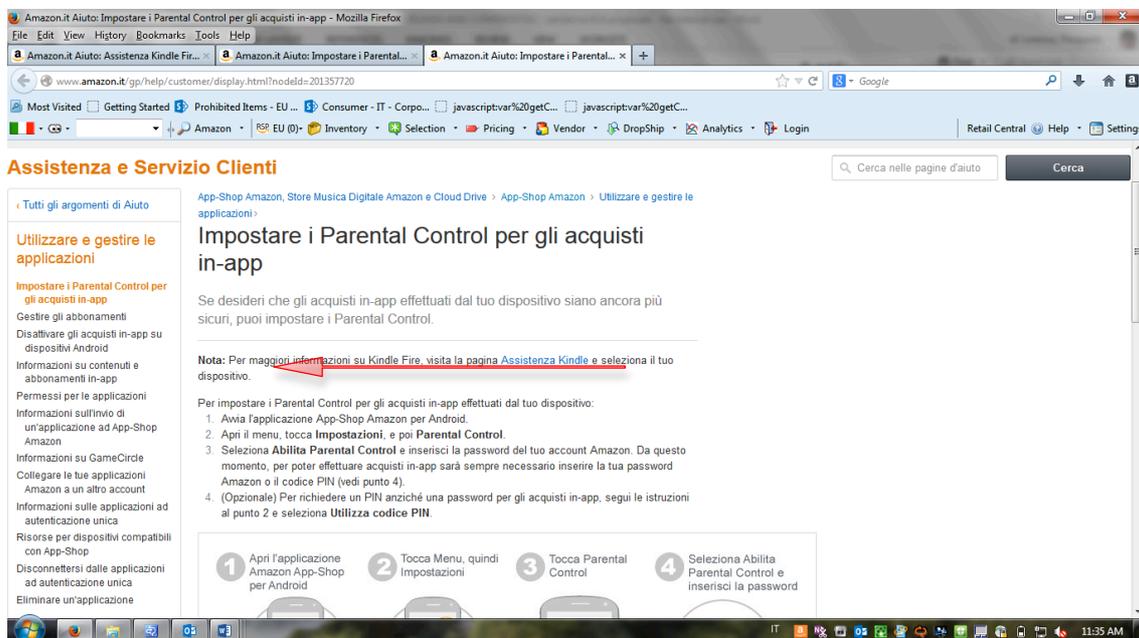


Esempio relativo al Kindle Fire HDX 8.9 – da replicarsi in ogni altra pagina d'aiuto relativa alle impostazioni dei dispositivi Kindle Fire

La misura sopra indicata sarà attuata al più presto dopo la comunicazione della decisione dell'Autorità che renda il relativo impegno vincolante per Amazon Media, fermo restando che saranno necessari almeno 90 giorni.

- C. Amazon Media pubblicherà, nella sezione delle “pagine di aiuto” del sito Amazon.it dedicata agli acquisti in-app, un avviso ai consumatori che li informi espressamente sul fatto che possono contattare il Servizio Clienti di Amazon per assistenza sulle impostazioni del Parental Control e in caso di problemi con gli acquisti in-app.

Più precisamente, Amazon Media intende introdurre la seguente frase nella pagina “Impostare i Parental Control per gli acquisti in-app”: *“Contatta il servizio assistenza clienti per avere assistenza sulle impostazioni del Parental Control e in caso di problemi collegati agli acquisti in-app”*. L'immagine che è riportata qui sotto fornisce un più chiaro esempio delle modalità con cui tale modifica potrà essere introdotta.



Link alla Pagina d'aiuto di Amazon relativa all'Assistenza e Servizio Clienti:

<http://www.amazon.it/gp/help/customer/display.html?nodeId=201357720>

La misura sopra indicata sarà attuata al più presto dopo la comunicazione della decisione dell'Autorità che renda il relativo impegno vincolante per Amazon Media, fermo restando che saranno necessari almeno 90 giorni.

- D. Amazon Media integrerà le Program Policies per gli sviluppatori delle applicazioni messe a disposizione dei clienti Amazon tramite l'Amazon App-Shop, inserendo un avvertimento che specifichi che gli sviluppatori le cui applicazioni sono distribuite in Europa devono rispettare la normativa e i regolamenti UE che limitano l'utilizzo di esortazioni dirette ai minori all'acquisto di articoli in-app o volte a convincere gli adulti a acquistarli.

Questa specifica integrazione delle Program Policies rafforzerà il livello di conoscenza e consapevolezza degli sviluppatori in relazione alle limitazioni descritte e agevolerà la reazione di Amazon Media al fine di pretendere il rispetto della policy, ove ciò fosse ritenuto necessario da Amazon Media.

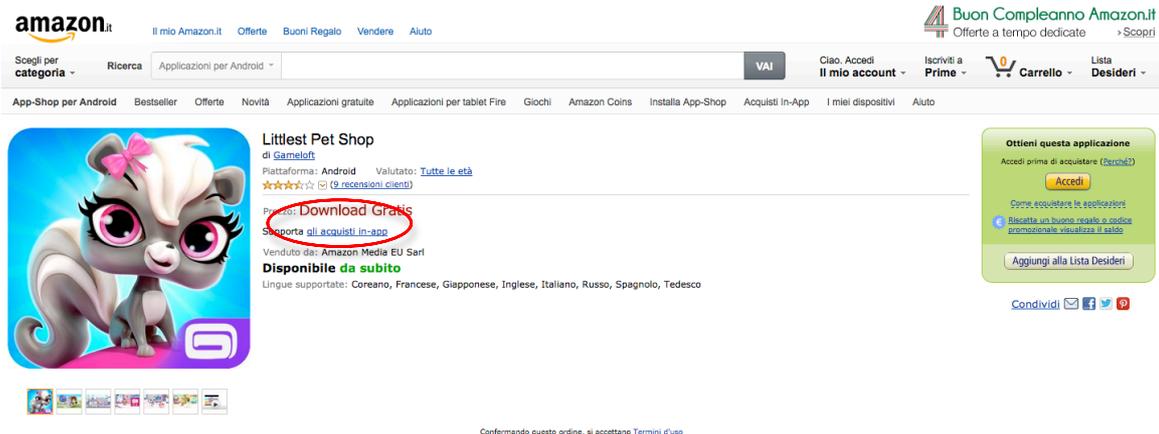
Amazon Media intende aggiungere una nuova Q&A all'attuale elenco delle FAQs già disponibili sul portale dedicato agli sviluppatori (disponibile all'indirizzo <https://developer.amazon.com/public/support/faq>) al fine di chiarire che gli sviluppatori devono rispettare la normativa applicabile, inclusa (i) quella in vigore nei paesi dell'Unione europea che proibisce l'utilizzo di esortazioni dirette ai minori all'acquisto di articoli in-app o volte a convincere gli adulti a acquistarli; e (ii) quella relativa al limite in cui l'acquisto di articoli in-app possa influenzare l'utilizzo dell'app. Le Q&A metteranno a disposizione dello sviluppatore un link alle linee guida e alla normativa UE disponibile online, invitando lo sviluppatore a leggere tale documentazione per meglio comprendere come la normativa e i regolamenti UE sulla tutela del consumatore si applicano agli acquisti in-app.

La misura sopra indicata sarà attuata al più presto dopo la comunicazione della decisione dell'Autorità che renda il relativo impegno vincolante per Amazon Media, fermo restando che saranno necessari almeno 90 giorni.

- E. Amazon Media renderà ancora più chiaro il testo esplicativo del funzionamento e dell'utilità degli acquisti in-app contenuto nella descrizione delle applicazioni che prevedono questa funzionalità presente sul sito Amazon.it (inserendo un espresso riferimento al fatto che essi consentono

l'accesso a contenuti aggiuntivi e l'incremento della velocità con cui possono essere raggiunti gli obiettivi del gioco).

Nella pagina di descrizione della app, il messaggio accessibile tramite pop-up cliccando sul link evidenziato nella schermata sotto riportata, sarà modificato come segue.



L'attuale descrizione è: “NOTA: Questa applicazione contiene funzioni di acquisto in-app, che consentono di acquistare articoli visualizzati dall'applicazione utilizzando denaro effettivo. Su dispositivi Kindle Fire, è possibile configurare controlli per i minori riguardanti gli acquisti tramite dispositivo, dal menu Impostazioni, quindi Controllo minori. Su dispositivi Android, è possibile configurare controlli per i minori riguardanti gli acquisti tramite applicazione, dal menu impostazioni disponibile in App-Shop Amazon”.

Amazon Media modificherà questa descrizione, aggiungendo la frase riportata in grassetto: “NOTA: Questa applicazione contiene funzioni di acquisto in-app, che consentono di acquistare articoli visualizzati dall'applicazione utilizzando denaro effettivo. **Gli acquisti in-app consentono l'accesso a contenuti aggiuntivi opzionali, nonché di velocizzare l'esperienza di gioco, ove previsto.** Su dispositivi Kindle Fire, è possibile configurare controlli per i minori riguardanti gli acquisti tramite dispositivo, dal menu Impostazioni, quindi Controllo minori. Su dispositivi Android, è possibile configurare controlli per i minori riguardanti gli acquisti tramite applicazione, dal menu impostazioni disponibile in App-Shop Amazon”.

La misura sopra indicata sarà attuata al più presto dopo la comunicazione della decisione dell'Autorità che renda il relativo impegno vincolante per Amazon Media, fermo restando che saranno necessari almeno 90 giorni.

* * *