

La Federal Trade Commission e 17 procuratori generali statunitensi hanno presentato una storica causa antitrust contro Amazon. L'accusa sostiene che il colosso fondato da Jeff Bezos di fatto goda di un regime di monopolio illegale sul settore della vendita al dettaglio online soffocando la concorrenza e distorcendo il mercato attraverso tattiche punitive e coercitive nei confronti di centinaia di migliaia di venditori. Amazon, come Google, Meta e Microsoft, sta seguendo la strada di tutti i monopolisti, essendosi trasformata da innovatore in percettore di rendite derivanti dalla sua posizione dominante nel mercato.

Il 26 settembre la Federal Trade Commission (FTC), l'agenzia del governo federale che si occupa di concorrenza, e una coalizione bipartisan di procuratori generali di 17 Stati americani¹ hanno fatto causa ad Amazon per concorrenza sleale. L'accusa sostiene nelle 172 pagine del fascicolo della causa che il colosso fondato da Jeff Bezos (che oggi vale più di mille miliardi di dollari), di fatto goda di un regime di monopolio illegale sul settore della vendita al dettaglio online (controlla il 60% delle vendite nel mercato USA), soffocando la concorrenza e distorcendo il mercato attraverso l'utilizzo di una serie di tattiche punitive e coercitive nei confronti di centinaia di migliaia di venditori².

Il procedimento (frutto di un'inchiesta avviata nel 2019) costituisce il più grande attacco al gigante dell'e-commerce e uno dei più grandi mai intentati finora nei confronti delle Big Tech, che secondo la FTC hanno eluso il controllo normativo per decenni. Una mossa significativa dopo che il governo degli Stati Uniti ha chiuso gli occhi per quasi un quarto di secolo. Si è finalmente risvegliato alle sue responsabilità democratiche³.

La causa della FTC contro Amazon – come simili recenti e storiche controversie antitrust contro altri giganti della tecnologia – dovrà affrontare una strada tutta in salita perché ci vuole molta certezza prima che il governo degli Stati Uniti colpisca una società statunitense. Gran parte del pubblico, insieme a media e ricercatori, condivide la sensazione che i giganti della tecnologia come Amazon, Google, Apple, Meta e Microsoft (seppure in competizione tra di loro) siano “*troppo grandi*” e potenti e dovrebbero essere abbattuti o frantumati. Che le piattaforme digitali abbiano dato vita ad un capitalismo della sorveglianza con cui estraggono, analizzano e vendono i dati privati, oltre a distribuire prodotti e servizi, realizzando enormi profitti e eludendo le tasse. Ma questo non basta per vincere una causa antitrust: occorrono prove dettagliate secondo cui le pratiche di un'azienda hanno aumentato i prezzi per i consumatori, bloccato i concorrenti e soffocato l'innovazione.

Spetterà ora a un giudice federale (John Coughenour, nominato nel 1981 dal presidente repubblicano Ronald Reagan) a Seattle nello Stato di Washington, dove ha sede Amazon, decidere se il caso e le prove sono abbastanza forti da stabilire che Amazon debba essere responsabile per danni o “*rimedi strutturali*”, come limiti alla sua condotta o addirittura ad uno scioglimento o smembramento in società più piccole per gestire in modo separato le

proprie linee di business⁴. Questo potrebbe voler dire, ad esempio, separare l'attività di vendite per conto di produttori terzi o trasferire ad un'impresa indipendente le attività di conservazione dati sul *cloud*.

Supponendo che la causa non venga respinta o abbandonata durante il processo, molto probabilmente ci vorranno diversi anni per arrivare ad una sentenza definitiva, il che significa che passeranno anni prima di sapere quale sarà il suo impatto. Per vincere la FTC deve dimostrare che:

1. Amazon detiene un monopolio in due mercati specifici. La causa della FTC definisce due mercati in cui Amazon ha un *"monopolio durevole"* negli Stati Uniti: il *"mercato dei superstore online"* (*"the Everything Store"*) che collega i venditori esterni agli acquirenti sulla piattaforma, e il *"mercato dei servizi del mercato online"* acquistati dai venditori terzi;
2. Amazon ha utilizzato i suoi poteri di monopolio per danneggiare consumatori, venditori e concorrenti. La FTC espone accuse dettagliate secondo cui, ad esempio, la *"condotta di esclusione anti-sconto"* di Amazon aumenta artificialmente i prezzi (fissando il prezzo minimo) e le sue regole per i venditori possono *"costringerli"* a utilizzare i suoi servizi di evasione ordini. Amazon punirebbe le aziende che usano la sua piattaforma e che vendono su altre piattaforme (come Walmart, Target o eBay) articoli a prezzi inferiori, abbassando il *ranking* dei loro prodotti sul sito, sopprimendo il bottone *"buy-box"* per i prodotti, rendendoli di fatto inesistenti⁵. Attraverso le tattiche di Amazon, la FTC sostiene che i venditori aumentano i prezzi su mercati online alternativi *"per paura di sanzioni da parte di Amazon"* o per *"evitare sanzioni"*. Inoltre, Amazon costringerebbe i venditori ad utilizzare il suo costoso servizio logistico (*Fulfillment-by-Amazon*) per accedere ai clienti dell'abbonamento Prime (che tra le altre cose consente spedizioni più rapide)⁶.

A queste due accuse principali si aggiunge anche quella secondo cui Amazon imporrebbe ai venditori delle commissioni per la pubblicità (visibilità e posizionamento) dei propri prodotti sulla piattaforma che sono particolarmente costose. La FTC afferma che molti venditori pagano quasi il 50% delle loro entrate ad Amazon quando tutte le commissioni vengono combinate. Il risultato di queste interconnesse tattiche anti-competitive (la causa include 20 addebiti) – quella che si potrebbe definire come la *"mano invisibile"* di Amazon (invisibile almeno per i consumatori) – sarebbe il mantenimento di prezzi più alti per i consumatori su Internet anche al di fuori della piattaforma di Amazon.

In sostanza, Amazon, come Google, Meta e Microsoft, sta seguendo la strada di tutti i monopolisti, essendosi trasformata da innovatore in percettore di rendite derivanti dalla sua posizione dominante nel mercato. *"Amazon è un monopolista che usa il suo potere per aumentare i prezzi per i consumatori statunitensi e per addebitare commissioni molto alte a centinaia di migliaia di altri venditori"*, ha dichiarato John Newman, vicedirettore dell'ufficio

concorrenza della FTC. *“Raramente nella storia del diritto antitrust statunitense una causa potrebbe beneficiare così tante persone”*, ha aggiunto. Secondo la FTC, le presunte pratiche anticoncorrenziali portano a un servizio clienti degradato su Amazon, a risultati di ricerca che preferiscono i prodotti Amazon rispetto ai concorrenti e a commissioni più elevate per i venditori su Amazon.

Quella contro Amazon non è la prima né sarà l'ultima delle cause intentate contro una Big Tech. Ma a finire alla sbarra con la creatura di Jeff Bezos è un business da 1.300 miliardi di dollari che con oltre 1.2 milioni di dipendenti (non sindacalizzati⁷) e oltre 300 magazzini/centri logistici in 45 Stati⁸ è il secondo più grande datore di lavoro privato negli Stati Uniti.

Inoltre, il procedimento è un test cruciale per l'amministrazione Biden, che punta a limitare il potere dei colossi del digitale, e su questo tema c'è un consenso bipartisan sia dei Democratici che dei Repubblicani, seppure con alcune differenze⁹. In queste settimane, infatti, il Dipartimento di Giustizia, insieme ai procuratori generali di otto Stati, sta seguendo un processo antitrust contro Google (iniziato il 12 settembre) per aver monopolizzato abusivamente le tecnologie pubblicitarie digitali, sovvertendo così la concorrenza attraverso accordi esclusivi che preinstallano la sua applicazione di ricerca sui dispositivi, *“acquisizioni seriali”* per acquisire potere di mercato e dati ed eliminare qualsiasi minaccia da parte di potenziali concorrenti, e manipolazione di aste anticoncorrenziali. L'accusa esposta in 153 pagine è che Google – che detiene tra il 90% e il 95% del mercato della ricerca online e in soli 25 anni è cresciuta fino a diventare un'azienda da \$ 1,7 trilioni – ha mantenuto il suo monopolio non realizzando un prodotto migliore, ma bloccando quasi ogni strada attraverso la quale i consumatori potrebbero trovare un motore di ricerca diverso e assicurandosi che vedano solo Google ovunque guardino¹⁰. Satya Nadella, CEO di Microsoft, è il testimone più importante del governo e lunedì ha affermato che il potere di Google nella ricerca è onnipotente, per cui anche la sua azienda ha difficoltà a competere su Internet anche se ha investito circa \$ 100 miliardi sul suo programma di ricerca Bing. Nel corso di tre ore e mezza di testimonianza, Nadella ha sostenuto che Internet è davvero il *“web di Google”*, aggiungendo che Google potrebbe ora sfruttare il suo vantaggio e la sua dimensione per costruire strumenti in grado di dominare il mercato emergente nel settore dell'intelligenza artificiale. Il processo è in corso in un tribunale di Washington, DC, in un silenzio assordante dei media mainstream¹¹, mentre la FTC ha intentato una causa anche contro Meta, che possiede Facebook, per le acquisizioni di WhatsApp e Instagram.

Amazon però è considerato il *“pesce grosso”* e al suo inseguimento l'amministrazione Biden ha nominato Lina Khan, presidente dell'organismo antitrust, nota per aver pubblicato nel 2017, quando era ancora una studentessa della Yale Law School, un articolo intitolato *Amazon's antitrust paradox* in cui sosteneva che le leggi americane non erano riuscite a

frenare l'ascesa di un'azienda che aveva di fatto stabilito un monopolio illegale nel settore della vendita online, accumulando un potere incontrastato su clienti, concorrenti e fornitori. Khan è stata poi un membro dello staff della commissione della Camera che ha scritto un rapporto pubblicato nel 2020 in cui si sosteneva di dover tenere a freno quattro giganti della tecnologia: Amazon, Apple, Google e Facebook.

“La nostra denuncia espone come Amazon abbia utilizzato una serie di tattiche punitive e coercitive per mantenere illegalmente i suoi monopoli”, afferma la FTC in una nota secondo cui “Amazon punisce i venditori che fanno sconti pesanti rendendoli ‘effettivamente invisibili’ nei risultati di ricerca e costringendo i venditori a utilizzare la sua costosa rete logistica”. “Nel complesso, questa linea di condotta auto-rafforzante blocca ogni importante via di concorrenza”, afferma la denuncia. “Con il suo potere di monopolio consolidato, Amazon sta ora ottenendo profitti di monopolio senza intaccare – e anzi accrescendo – il suo potere di monopolio”. Molti piccoli venditori hanno dato il loro appoggio alla causa della FTC.

Amazon respinge tutte le accuse

È probabile che gli avvocati di Amazon metteranno in discussione ogni ipotesi, definizione e numero delle 172 pagine presentate dalla FTC, motivo per cui i processi antitrust sono noti per la loro lunghezza e la loro mancanza di drammaticità.

“La causa dimostra che la FTC si è allontanata dalla sua missione di proteggere i consumatori e garantire la concorrenza”, ha dichiarato David Zapolsky, vicepresidente senior delle politiche pubbliche globali e consigliere generale di Amazon. “Il ricorso presentato dalla FTC è sbagliato dal punto di vista sostanziale e legale, e non vediamo l'ora di presentare le nostre argomentazioni in tribunale”, ha aggiunto. “Le pratiche che la FTC sta sfidando hanno contribuito a stimolare la concorrenza e l'innovazione nel settore della vendita al dettaglio e hanno prodotto una maggiore selezione, prezzi più bassi e velocità di consegna più rapide per i clienti Amazon e maggiori opportunità per le numerose aziende che vendono nel negozio Amazon”, ha scritto Zapolsky.

Secondo Amazon, da una eventuale vittoria della FTC nella causa deriverebbero prezzi più alti e consegne più lente per i consumatori, danneggiando le aziende, *“l'opposto di ciò che la legge antitrust è progettata per fare”.*

Secondo alcuni analisti, il difetto nel caso contro Amazon risiede nel fatto che gli americani acquistano un sacco di cose da Amazon, ma anche che comprano un sacco di cose. E ciò rappresenterebbe un problema per chiunque sostenga che Amazon agisca come un

monopolio: l'azienda è enorme, ma a seconda di come si misura la sua posizione nella vastità della vendita al dettaglio americana, la sua presenza non è necessariamente schiacciante, per non parlare di definirla come monopolistica illegale. È vero, Amazon è di gran lunga il più grande rivenditore online del paese, ma nonostante la continua scomparsa di migliaia di negozi al dettaglio di beni di consumo e di *shopping malls*, solo il 15-20% circa delle vendite al dettaglio negli Stati Uniti viene effettuato online. Di ogni dollaro che gli americani spendono online in elettronica di consumo, quasi 50 centesimi vanno ad Amazon; ma di ogni dollaro che gli americani spendono in generi alimentari, circa 3 centesimi vanno ad Amazon (che possiede la catena di negozi a marchio Whole Foods), mentre 30 centesimi di dollaro in generi alimentari vengono spesi a Walmart e alla sua controllata, Sam's Club.

Secondo la FTC, è la stretta interconnessione tra i servizi di Amazon che ha dato all'azienda la possibilità di abusare della sua posizione dominante per estorcere commissioni più alte ai venditori, mantenere i prezzi artificialmente più alti per i consumatori e danneggiare i siti di e-commerce rivali che cercano di competere sui prezzi pagati da Amazon. Ma eliminare i servizi di Amazon potrebbe non presentare vantaggi immediati per i consumatori. La complessa rete di prodotti e servizi interconnessi (vendita online, logistica, pubblicità, etc.) del modello di business che Amazon ha costruito negli ultimi 30 anni richiede il raggruppamento – l'integrazione verticale – per produrre ed estrarre valore operando in modo integrato.

Nel 2017, Khan aveva proposto di considerare Amazon (e con essa Google, Facebook, etc.) come un'infrastruttura dell'era di Internet che costituisce un monopolio o è parte di un oligopolio naturale e, di conseguenza, che debba essere regolata come tale. Pertanto si potrebbe imporre ad Amazon l'obbligo di non privilegiare i propri prodotti, di non discriminare tra gli altri produttori, di assicurare un libero ed equo accesso alle proprie piattaforme.

Amazon non rivela se la propria attività di vendita al dettaglio, che ha costituito la genesi dell'azienda nel 1994, sia redditizia, ma alcuni analisti hanno ipotizzato che non lo sia. La società ha dichiarato nel 2021 che i venditori esterni rappresentavano circa il 60% delle vendite su Amazon e che le vendite di tali commercianti erano *"nella media ... più redditizie per la nostra attività rispetto a una vendita al dettaglio su Amazon"*.

Amazon ha ammesso di aver cercato di eguagliare i prezzi bassi offerti da altri rivenditori quando si trattava di vendere i propri prodotti, e ha affermato di non voler presentare articoli venduti da venditori terzi a prezzi poco allettanti.

Un'intera sezione della denuncia della FTC è dedicata a un misterioso algoritmo sviluppato da Amazon denominato *Project Nessie*. Quasi ogni dettaglio che circonda il Progetto Nessie

è oscurato nella denuncia, ma quel poco che viene rivelato sul programma suggerisce che si tratti di uno *“strumento algoritmico”* e di un *“sistema di prezzi”* che avrebbe aiutato Amazon ad *“estrarre”* una quantità non dichiarata di *“profitti in eccesso”* dagli acquirenti Amazon.

Amazon non ha risposto alle domande dei media sul Progetto Nessie. E il Progetto Nessie non è l'unica questione soggetta a oscuramento nel testo della denuncia: ci sono barre nere che nascondono numeri aziendali chiave, testimonianze di dirigenti e altre prove sparse in tutta la denuncia.

In risposta alle domande pubbliche sulle oscurazioni, il portavoce della FTC Douglas Farrar ha dichiarato: *“Condividiamo la frustrazione che gran parte dei dati e delle citazioni dei dirigenti di Amazon... siano stati oscurati”* e *“non crediamo che ci siano ragioni convincenti per mantenere gran parte di queste informazioni segrete al pubblico”*. Farrar ha aggiunto che Amazon ha una finestra procedurale limitata in cui presentare argomentazioni sul motivo per cui molti dei dettagli oscurati dovrebbero rimanere sigillati.

Consumatori e venditori nella trappola del monopolista Amazon

Il commercio online dovrebbe essere un settore dinamico, ma è dominato da un'unica azienda. La FTC ha già avuto a che fare con Amazon in passato. Nel giugno scorso ha presentato una denuncia contro l'azienda per aver ingannato e *“intrappolato i consumatori”* con la registrazione per l'abbonamento Prime – che raggruppa insieme molti servizi disparati nel vasto impero di Amazon, dalla spedizione allo streaming di video e musica che altre piattaforme di e-commerce non possono sperare di eguagliare -, che si rinnova automaticamente ed è difficile da cancellare (per questo caso sono stati denunciati anche tre dirigenti di Amazon).

La FTC ha anche contestato Amazon per il mancato rispetto della privacy: nel maggio scorso l'azienda ha accettato di pagare più di \$ 30 milioni per risolvere le accuse legate alle sue videocamere di sicurezza Ring e agli altoparlanti intelligenti Alexa. C'è anche l'acquisizione da parte di Amazon, ora da 1,42 miliardi di dollari, del produttore di robot aspirapolvere iRobot che la FTC ha iniziato a esaminare lo scorso anno, così come l'acquisizione di MGM da 8,45 miliardi di dollari.

Da quando ha assunto la guida della FTC Lina Khan ha subito alcune sconfitte in tribunale. A luglio un giudice federale ha respinto il ricorso della FTC contro l'acquisizione del gigante dei videogiochi Activision Blizzard da parte di Microsoft, per \$ 75 miliardi. Dopo la sospensione del processo, la FTC ha deciso di continuare con la sua inchiesta interna contro

l'accordo. In precedenza (luglio 2022), era stato respinto un ricorso contro l'acquisizione di Within, una startup di fitness per la realtà virtuale, da parte di Meta, proprietaria di Facebook. La FTC sosteneva che bloccare l'accordo era necessario per impedire a Meta di acquisire una società emergente e annullare una minaccia competitiva, ma è stata sconfitta in tribunale.

La nuova causa contro Amazon è molto importante per Khan, che si è fatta conoscere in ambito accademico per aver messo in discussione l'efficacia delle leggi antitrust e della *"dottrina Bork"* nell'era digitale nel suo articolo del 2017. La sua era una replica a un'opera paradigmatica dello studioso conservatore Robert Bork (uno degli uomini di punta della Scuola neoliberalista della University of Chicago), secondo la quale le autorità incaricate di garantire la concorrenza dovrebbero rinunciare a perseguire le aziende a meno che non sia dimostrato un chiaro rischio di aumento dei prezzi, con conseguenze negative per i consumatori. L'approccio di Bork incentrato sul miglioramento dell'efficienza e sul *"benessere del consumatore"* – solitamente indicato attraverso quanto i consumatori devono pagare per i beni – è stato adottato per decenni dal governo e dai tribunali, favorendo il processo di concentrazione verticale ed orizzontale delle imprese.

Nelle 96 pagine del suo articolo, Khan aveva sostenuto che gli effetti dannosi delle pratiche commerciali monopolistiche di Amazon si estendevano ben oltre l'impatto sui prezzi delle merci che i consumatori dovevano pagare, danneggiando la concorrenza e i consumatori nei molteplici mercati in cui Amazon operava e dominava (spedizioni/logistica, cloud computing, web services, streaming di video e musica, generi alimentari e sanità). Khan aveva scritto che Amazon aveva *"eluso il controllo del governo in parte dedicando con fervore la sua strategia aziendale e la sua retorica alla riduzione dei prezzi per i consumatori"*. Per arrivare alla condizione di monopolio la società ha perseguito la *"crescita rispetto ai profitti"* fissando i prezzi *"sotto i costi"*, aveva affermato Khan, seguendo una strategia di *"prezzi predatori"* (imposti ai propri clienti-fornitori) e di integrazione e progressiva espansione in attività e settori diversi. La Khan ha sostenuto che Jeff Bezos ha progettato fin dal 1994 la sua azienda per un obiettivo molto più radicale rispetto al semplice dominio dei mercati: ha costruito Amazon per sostituirli. La sua visione è stata che Amazon diventasse l'infrastruttura sottostante su cui si basa il commercio, mentre ha tenuto contenti gli azionisti grazie all'enorme continuo accrescimento del valore di Borsa, sostenuto non dai profitti, ma dalla crescita stessa, applicando una *long term shareholder value orientation strategy* e dando priorità a *"long-term market leadership considerations rather than short-term profitability"*.

Ora, a distanza di 6 anni, nella sua denuncia, la FTC diretta da Khan ha sottolineato che il presunto comportamento scorretto di Amazon, diventata un monopolio, sta facendo aumentare i prezzi per i consumatori, in parte a causa delle commissioni imposte ai venditori terzi, che secondo il documento hanno reso il mercato della società

“enormemente redditizio”. “Amazon sta ora sfruttando questo potere monopolistico per danneggiare i suoi clienti, sia le decine di milioni di famiglie che fanno acquisti sulla piattaforma di Amazon, sia le centinaia di migliaia di venditori che utilizzano Amazon per raggiungerli”, ha affermato Khan.

Nel giugno 2021 il presidente Joe Biden ha nominato Khan alla guida della FTC. Lo stesso anno Amazon ha presentato un ricorso alla FTC, chiedendo che Khan non si occupasse di questioni antitrust che riguardavano l'azienda, sostenendo che non fosse imparziale. D'altra parte anche Google ha sostenuto che Jonathan Kanter, il principale funzionario antitrust del Dipartimento di Giustizia, sia prevenuto nei confronti della società a causa del suo precedente lavoro legale per aziende rivali (come Microsoft, Yelp e News Group).

Un'attiva ed energetica azione antitrust può certamente contribuire a ridurre il potere e gli abusi nel mercato delle aziende Big Tech. I casi antitrust pendenti hanno il potenziale per affrontare molti dei modi in cui le Big Tech danneggiano consumatori, imprenditori, lavoratori e titolari di aziende, ma il contenzioso processuale può essere lento, difficile da monitorare e pieno di procedure legali e documenti contorti. I danni causati da Amazon, Apple, Facebook e Google sono direttamente correlati al modo in cui guadagnano – e il loro potere monopolistico li ha finora immunizzati dalla pressione della concorrenza o dei consumatori –, pertanto il cambiamento delle politiche pubbliche – parlamentari e governative – è l'unica strada per raggiungere riforme significative e sostenibili. Una rete Internet essenzialmente controllata da una manciata di aziende potrebbe riaprirsi di nuovo, ammesso che non sia già troppo tardi.

Alessandro Scassellati

Una versione abbreviata dell'articolo è stata pubblicata nell'edizione online di Left.

1. I procuratori generali di Connecticut, Delaware, Maine, Maryland, Massachusetts, Michigan, Minnesota, New Jersey, New Hampshire, New Mexico, Nevada, New York, Oklahoma, Oregon, Pennsylvania, Rhode Island e Wisconsin si sono uniti alla causa della FTC. Il fatto che Amazon sia un datore di lavoro molto importante potrebbe aver influenzato i procuratori generali degli altri 33 Stati che non hanno sottoscritto il caso.[↵]
2. Proprio sul rapporto tra Amazon e i venditori terzi che utilizzano la sua piattaforma anche l'antitrust dell'Unione Europea ha aperto due inchieste. Nel novembre 2020, Amazon è stata accusata dalla Commissione Europea di utilizzare i dati di vendita di venditori indipendenti che vendono attraverso il suo sito per ottenere illegalmente un vantaggio nel mercato europeo. Amazon è stata accusata da Bruxelles di utilizzare le informazioni raccolte sui venditori terzi per concentrare i propri sforzi sui prodotti più venduti con i maggiori margini di profitto. La commissaria Vestager ha affermato che la conclusione preliminare della Commissione è stata che Amazon ha utilizzato i “big data” per distorcere illegalmente la concorrenza in Francia e Germania, i più grandi mercati al dettaglio online in Europa. Bruxelles ha deciso di aprire una seconda indagine sulle pratiche commerciali di e-commerce di Amazon per la preoccupazione che la società stabilisca regole sulla sua piattaforma a vantaggio delle proprie offerte e di quei venditori indipendenti che utilizzano i suoi servizi di logistica e consegna.[↵]
3. L'ultima volta che l'antitrust USA si era mosso per affrontare un monopolista aggressivo è stato nel 2001, quando

ha citato in giudizio Microsoft per aver collegato illegalmente il suo *browser* Internet Explorer a Windows (sistema operativo che allora aveva il 93% del mercato globale) come parte di una campagna (riuscita) per distruggere Netscape, produttore del primo *browser web* commerciale, che Bill Gates e soci percepivano come una minaccia competitiva potenzialmente letale.[↵]

4. Lo scioglimento di una società è un'opzione estrema e solo una possibilità se soluzioni minori, come richiedere a un gruppo di modificare determinate pratiche, non sono considerate sufficienti. L'ultimo smembramento forzato da parte del governo USA di una grande azienda statunitense è stato quello del colosso delle telecomunicazioni AT&T negli anni '80. Anche se alla fine degli anni '90 un giudice ordinò lo smembramento di Microsoft in un caso di alto profilo, la sentenza fu poi annullata in appello nel 2001. Le soluzioni "*strutturali*" come lo scioglimento di una società sono ormai raramente utilizzate nei casi antitrust.[↵]
5. Quando più venditori offrono lo stesso prodotto, Amazon sceglie quale ottiene la vendita quando un cliente fa clic per effettuare un acquisto, sia che si tratti di "*aggiungi al carrello*" o "*acquista ora*". Questa è il "*buy box*". Tutti gli altri sono relegati nella sezione "*altri venditori*", che è più in basso nella pagina. La maggior parte dei clienti non si preoccupa o non va nemmeno a controllare, il che rende il posizionamento nella "*buy box*" cruciale per i venditori.[↵]
6. Recenti cambiamenti introdotti da Amazon rendono più difficile il lavoro della FTC. La società ha iniziato a consentire agli abbonati Prime di utilizzare il suo servizio di consegna veloce e gratuito su altre piattaforme, come Shopify. A settembre, Amazon ha presentato un nuovo servizio logistico di "*catena di fornitura*" per trasportare merci dagli impianti di produzione ai clienti, che i venditori possono utilizzare indipendentemente dal fatto che vendano su Amazon.com.[↵]
7. Senza le consegne a basso costo offerte da magazzini di stoccaggio e da corrieri espressi grazie ad una forza lavoro iperflessibile e con garanzie ridotte rispetto alle generazioni precedenti, Amazon non sarebbe il gigante che è oggi.[↵]
8. Negli ultimi anni numerose città e oltre 25 Stati americani hanno concesso enormi esenzioni fiscali – complessivamente, oltre ad un miliardo di dollari – ad Amazon affinché localizzasse nel loro territorio un *cluster* logistico. In Virginia, per realizzare un nuovo centro a Crystal City, Amazon sta ricevendo incentivi per 573 milioni di dollari, inclusi in media 22 mila dollari per ogni posto di lavoro creato. Inoltre, con denaro pubblico vengono fatti investimenti per centinaia di milioni in infrastrutture educative e di trasporto. Un piano di localizzazione da 2,3 miliardi di dollari di Amazon a New York nel Queens (Long Island City) per un nuovo centro direzionale è stato bloccato da un movimento di opposizione popolare e politica. L'allora governatore dello Stato di New York, Andrew Cuomo, e l'allora sindaco della città, Bill de Blasio, avevano accettato di avallare importanti varianti urbanistiche e di fornire un pacchetto da 1,7 miliardi di dollari di incentivi statali e da 1,3 miliardi in esenzioni dalle imposte della città che equivalevano ad oltre 100 mila dollari per posto di lavoro creato per un periodo superiore a 10 anni.[↵]
9. Il caso Amazon si inserisce in un contesto di crescente ansia politica tra i legislatori di Washington su entrambi i lati dello spettro politico riguardo al potere e all'influenza delle Big Tech. Mentre le preoccupazioni tra i legislatori repubblicani si sono concentrate sui sospetti sulla censura e sulle accuse secondo cui aziende come Meta e Google/Alphabet avrebbero cercato di sopprimere le voci conservatrici, i democratici sono più interessati all'idea che le grandi aziende potrebbero rappresentare rischi per le piccole imprese e i consumatori. Ma mentre entrambi i partiti sono preoccupati del potere delle Big Tech, le nette divisioni nel Congresso hanno agito da freno ad una riforma legislativa. Di conseguenza, è probabile che nel prossimo futuro l'azione più dura contro le Big Tech verrà dalle agenzie antitrust come la FTC.[↵]
10. Una posizione costruita pagando miliardi di dollari ai grandi marchi dei dispositivi digitali – Apple, Samsung, etc. – per installare l'app di Google come programma predefinito per la ricerca online. In questo modo, Google impedisce ai suoi rivali – Bing, Yahoo! e DuckDuckGo – di avere accesso ai consumatori e ai loro dati. Come nella causa contro Microsoft nel 2001, il Dipartimento di Giustizia sta accusando Google di tattiche simili – ad esempio, per il collegamento illegale del motore di ricerca dell'azienda al sistema operativo del suo smartphone Android e al suo browser Chrome. E il governo sta cercando di smembrare l'azienda, proprio come una volta cercò di smantellare Microsoft. Con il suo monopolio Google incassa miliardi in pagamenti pubblicitari da parte di imprese e altre entità desiderose di apparire nella "*prima schermata*" (ciò che è inizialmente visibile su uno smartphone o un pc) di una

ricerca su Google. Il 57% delle entrate di Google ora proviene dagli annunci pubblicitari della rete di ricerca nel 2022, per un totale di \$ 162,45 miliardi[↔]

11. Questo anche per l'apparente deferenza del giudice Amit Mehta alle richieste di Google di tenere quanto più possibile le prove presentate in tribunale fuori dagli occhi del pubblico. All'inizio del procedimento, ad esempio, ha bocciato la mozione di una parte terza di trasmettere un *feed audio* del processo accessibile al pubblico. Di conseguenza, l'udienza è aperta solo alle persone che possono presenziare di persona. E anche se si potesse partecipare, come riporta lo scrittore ed ex politico Matt Stoller nella sua BIG newsletter, "*è difficile vedere il processo perché enormi porzioni sono completamente segretate*". Anche gli importi esatti di Google con i produttori dei dispositivi per la preinstallazione del suo motore di ricerca sono stati segreti, ma si stima che paghi fino a \$ 20 miliardi all'anno solo per Apple. Questo non è certo il modo in cui un sistema democratico può controllare il potere aziendale irresponsabile. La giustizia deve essere vista per crederci, anche se Google non è d'accordo. Inoltre, il giudice Mehta, prima di avviare il processo contro Google ha ridotto la portata delle accuse. Ha concesso a Google una vittoria stabilendo che non dovrà difendersi dalle accuse mosse dalla denuncia dei procuratori generali degli Stati secondo cui Google ha indebolito la concorrenza danneggiando le società rivali, come Yelp o Expedia. Gli Stati avevano affermato che Google ha danneggiato la concorrenza per le aziende focalizzate su mercati più di nicchia, come OpenTable per le prenotazioni di ristoranti o eBay per lo shopping, limitandole nei risultati di ricerca di Google e chiedendo che i loro dati fossero resi disponibili a Google. Mehta ha respinto tali accuse dalla causa, sostenendo che gli Stati non hanno "*dimostrato il necessario effetto anticoncorrenziale in mercati rilevanti*".[↔]