

Bruxelles, 21 novembre 2018
(OR. en)

13876/18

**Fascicolo interistituzionale:
2018/0112(COD)**

**MI 794
COMPET 735
DIGIT 216
IND 323
TELECOM 379
PI 153
AUDIO 92
JUSTCIV 263
CODEC 1887**

NOTA

Origine:	Comitato dei rappresentanti permanenti (parte prima)
Destinatario:	Consiglio
n. doc. Comm.:	8413/18 + ADD 1
Oggetto:	Proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online - Orientamento generale

I. INTRODUZIONE

1. Il 26 aprile 2018 la Commissione ha presentato al Parlamento europeo e al Consiglio la proposta di regolamento in oggetto.¹ La proposta si fonda sull'articolo 114 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE).

¹ Doc. 8413/18 + ADD 1.

2. Il regolamento mira a contribuire al corretto funzionamento del mercato interno stabilendo norme intese a garantire che gli utenti commerciali di servizi di intermediazione online, come pure gli utenti titolari di siti web aziendali in relazione con motori di ricerca online, dispongano di un'adeguata trasparenza e di efficaci possibilità di ricorso.
3. Il Comitato economico e sociale europeo ha adottato il suo parere sulla proposta il 19 settembre 2018.²
4. La commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori (IMCO) del Parlamento europeo non ha ancora votato la sua relazione.

II. STATO DEI LAVORI

5. L'esame della proposta da parte del Gruppo "Competitività e crescita" è iniziato il 4 maggio 2018. Nelle 11 riunioni ufficiali tenutesi durante la presidenza bulgara e la presidenza austriaca, le discussioni in sede di Gruppo si sono concentrate in particolare sull'ambito di applicazione del regolamento, sulle clausole relative alla sospensione e alla cessazione, sul posizionamento dei risultati di ricerca, sull'azione giudiziaria nel quadro di eventuali possibilità di ricorso e sull'esecuzione del regolamento.
6. La valutazione d'impatto che corre la proposta è stata esaminata in modo dettagliato nel corso di due riunioni del Gruppo tenutesi il 23 maggio e l'11 giugno 2018. Dall'esame è emerso che le delegazioni sostengono in linea generale l'obiettivo della proposta come pure i metodi, i criteri e le opzioni individuati dalla Commissione.
7. Nella riunione del 16 novembre 2018 il Comitato dei rappresentanti permanenti (Coreper) ha esaminato il testo di compromesso della presidenza (doc. 13875/1/18 REV 1) e ha acconsentito a trasmettere il testo che figura in allegato al Consiglio "Competitività" del 29 novembre 2018 al fine di concordare un orientamento generale.

² TEN/662-EESC-2018.

III. CONCLUSIONI

8. Il Consiglio "Competitività" è invitato a esprimere il suo accordo sul testo (orientamento generale) e a incaricare la presidenza di avviare negoziati su questo fascicolo con i rappresentanti del Parlamento europeo e della Commissione.
-

Proposta di

REGOLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO

che promuove equità tramite la [...] trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online e per gli utenti titolari di siti web aziendali in relazione con motori di ricerca online

(Testo rilevante ai fini del SEE)

IL PARLAMENTO EUROPEO E IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA,
visto il trattato sul funzionamento dell'Unione europea, in particolare l'articolo 114,
vista la proposta della Commissione europea,
previa trasmissione del progetto di atto legislativo ai parlamenti nazionali,
visto il parere del Comitato economico e sociale europeo³,
visto il parere del Comitato delle regioni⁴,
deliberando secondo la procedura legislativa ordinaria,

³ GU C [...] del [...], pag.

⁴ GU C [...] del [...], pag.

considerando quanto segue:

- (1) I servizi di intermediazione online, che possono contribuire a migliorare il benessere dei consumatori e sono sempre più utilizzati nei settori sia privato che pubblico, sono elementi determinanti per l'imprenditorialità, il commercio e l'innovazione. Offrono accesso a nuovi mercati e opportunità commerciali permettendo alle imprese di esplorare i vantaggi del mercato interno. Inoltre, permettono ai consumatori dell'Unione di sfruttare tali vantaggi, in particolare grazie alla maggiore possibilità di scelta di prodotti e servizi offerti online.
- (2) I servizi di intermediazione online possono essere cruciali per il successo commerciale delle imprese che utilizzano tali servizi per raggiungere i consumatori. **Al fine di sfruttare pienamente i vantaggi dell'economia delle piattaforme, è pertanto importante che le imprese possano avere fiducia nelle piattaforme con cui instaurano rapporti commerciali, in primo luogo perché** [...] l'incremento delle intermediazioni delle transazioni attraverso i servizi di intermediazione online, alimentati da forti effetti indiretti di rete basati su dati, conduce a un aumento della dipendenza da tali servizi degli utenti commerciali, in particolare le microimprese, piccole e medie imprese, per raggiungere i consumatori. Dato l'aumento della dipendenza, i fornitori di tali servizi spesso hanno un potere contrattuale superiore, che consente loro effettivamente di agire unilateralmente in un modo che può essere iniquo e quindi dannoso per gli interessi legittimi dei loro utenti commerciali e, indirettamente, anche dei consumatori dell'Unione.

- (3) In modo analogo, i motori di ricerca online possono essere importanti fonti di traffico Internet per le imprese che offrono beni o servizi ai consumatori mediante i siti web e possono pertanto influire in modo significativo sul successo commerciale degli utenti titolari di siti web aziendali che offrono i loro prodotti o servizi online sul mercato interno. A tale riguardo, il posizionamento dei siti web controllato dai fornitori dei motori di ricerca online, compresi quei siti web mediante i quali gli utenti titolari dei siti web aziendali offrono i propri prodotti e servizi ai consumatori, ha un impatto notevole sulla scelta del consumatore e sul successo commerciale di tali utenti titolari di siti web aziendali. Anche in assenza di un rapporto contrattuale con gli utenti titolari di siti web aziendali, i fornitori dei motori di ricerca online possono pertanto effettivamente agire unilateralmente in un modo che può essere iniquo e quindi dannoso per gli interessi legittimi dei loro utenti titolari di siti web aziendali e, indirettamente, anche dei consumatori dell'Unione.
- (4) La dipendenza degli utenti commerciali dai servizi di intermediazione online può anche portare a una situazione in cui essi abbiano spesso possibilità limitate di presentare ricorso laddove le azioni unilaterali dei fornitori di tali servizi diano origine a una controversia. In molti casi, tali fornitori non offrono un sistema di gestione dei ricorsi accessibile ed efficace. I meccanismi alternativi di risoluzione extragiudiziale delle controversie esistenti possono anch'essi essere inefficaci per una serie di motivi, tra cui la mancanza di mediatori specializzati e il timore di ritorsioni degli utenti commerciali.

(5) I servizi di intermediazione online e i motori di ricerca online, come pure le transazioni [...] agevolate da tali servizi, hanno un potenziale transfrontaliero intrinseco e, nell'economia attuale, sono particolarmente importanti per il corretto funzionamento del mercato interno dell'Unione. Le pratiche commerciali potenzialmente sleali e dannose di alcuni fornitori di tali servizi [...] **e la mancanza di efficaci meccanismi di ricorso** ostacolano la piena realizzazione di tale potenziale e influiscono negativamente sul corretto funzionamento del mercato interno. [...]

(5 bis) Dovrebbe essere [...] fissata a livello dell'Unione una [...] serie [...] mirata di norme vincolanti **in materia di trasparenza** al fine di garantire un contesto commerciale online equo, prevedibile, sostenibile e sicuro nell'ambito del mercato interno [...]. [...] **In** particolare, [...] gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online [...] **dovrebbero poter** beneficiare di un'adeguata trasparenza e di efficaci possibilità di ricorso in tutta l'Unione, **al fine di facilitare le attività economiche a livello transfrontaliero all'interno dell'Unione e così migliorare il corretto funzionamento del mercato interno e rispondere a un'eventuale frammentazione emergente negli specifici settori disciplinati dalle disposizioni del presente regolamento. Seguendo un approccio graduale, la Commissione dovrebbe valutare il funzionamento di tali norme, compresa l'eventuale necessità di un'ulteriore regolamentazione, nell'ambito del processo di revisione previsto dal presente regolamento.**

- 6) Tali norme dovrebbero anche fornire un'adeguata trasparenza riguardo il posizionamento degli utenti titolari di siti web aziendali nei risultati di ricerca generati dai motori di ricerca online. **Contemporaneamente** dovrebbero essere tali da salvaguardare il notevole potenziale di innovazione dell'intera economia delle piattaforme online. **È opportuno chiarire che il presente regolamento non dovrebbe pregiudicare il diritto civile nazionale, in particolare il diritto contrattuale, segnatamente il diritto contrattuale, nella fattispecie le norme sulla validità, la formazione, gli effetti o la risoluzione di un contratto, nella misura in cui le norme nazionali di diritto civile sono conformi al diritto dell'Unione e gli aspetti pertinenti non sono contemplati dalle disposizioni del presente regolamento. Gli Stati membri dovrebbero mantenere la facoltà di applicare disposizioni legislative nazionali che vietano o sanzionano i comportamenti unilaterali o le pratiche commerciali sleali.**

- (7) Poiché i servizi di intermediazione online e i motori di ricerca online in genere hanno dimensione globale, il presente regolamento dovrebbe applicarsi ai fornitori di tali servizi indipendentemente dal fatto che siano stabiliti in uno Stato membro o fuori dall'Unione, purché siano soddisfatte due condizioni cumulative. In primo luogo, gli utenti commerciali o gli utenti titolari di siti web aziendali dovrebbero essere stabiliti nell'Unione. In secondo luogo, gli utenti commerciali o gli utenti titolari di siti web aziendali dovrebbero, attraverso la fornitura di tali servizi, offrire i loro beni o servizi a consumatori situati nell'Unione almeno per parte della transazione. Tali consumatori dovrebbero essere situati nell'Unione, ma non è necessario che il loro luogo di residenza si trovi nell'Unione né che abbiano la cittadinanza di uno degli Stati membri. Di conseguenza, il presente regolamento non dovrebbe applicarsi se gli utenti commerciali o gli utenti titolari di siti web aziendali non sono stabiliti nell'Unione o se, pur essendo stabiliti nell'Unione, utilizzano i servizi di intermediazione online o i motori di ricerca online per offrire beni o servizi esclusivamente a consumatori stabiliti al di fuori dell'Unione o a soggetti che non sono consumatori. **Inoltre il presente regolamento dovrebbe applicarsi a prescindere dalle disposizioni legislative altrimenti applicabili ad un contratto.**
- (8) Un'ampia gamma di relazioni commerciali fra impresa e consumatore è intermediata online da fornitori che effettuano servizi multilaterali, essenzialmente basati sullo stesso modello organizzativo e strategico che crea l'ecosistema. Al fine di cogliere i servizi pertinenti, i servizi di intermediazione online dovrebbero essere definiti in modo preciso e tecnologicamente neutrale. In particolare, i servizi dovrebbero consistere in servizi delle società dell'informazione caratterizzati dall'obiettivo di facilitare l'avvio di transazioni dirette tra utenti commerciali e consumatori, indipendentemente dal fatto che le transazioni siano sostanzialmente concluse online, sul portale online del fornitore dei servizi di intermediazione online in questione o su quello dell'utente commerciale, [...] offline, **ovvero che non siano affatto concluse.** I servizi dovrebbero inoltre essere forniti sulla base di un rapporto contrattuale tra i fornitori e gli utenti commerciali **che offrono beni o servizi ai consumatori** [...]. Tale rapporto contrattuale dovrebbe essere considerato in essere qualora entrambe le parti interessate esprimano l'intenzione di essere vincolate in modo inequivocabile e **su un supporto durevole**, senza che sia necessariamente richiesto un esplicito accordo scritto.

- 9) Gli esempi dei servizi di intermediazione online considerati nel presente regolamento dovrebbero di conseguenza includere i mercati online del commercio elettronico, compresi quelli collaborativi in cui gli utenti commerciali sono attivi, i servizi delle applicazioni online dei software, **come ad esempio gli store di applicazioni**, e i servizi online dei social media, **a prescindere dalla tecnologia usata per fornire tali servizi. In tal senso, i servizi di intermediazione online potrebbero anche essere forniti tramite la tecnologia di assistenza vocale. Inoltre, non dovrebbe essere rilevante il fatto che tali transazioni comportino pagamenti in denaro o che le transazioni siano concluse in parte offline.** Tuttavia, il presente regolamento non dovrebbe applicarsi ai **servizi di intermediazione online peer-to-peer senza la presenza di utenti commerciali, ai servizi di intermediazione online di sole relazioni tra aziende che non sono offerti ai consumatori**, agli strumenti dedicati alla pubblicità online [...] e agli scambi pubblicitari online che non sono forniti con l'obiettivo di agevolare l'avvio di transazioni dirette e che non implicano un rapporto contrattuale con i consumatori. **Per lo stesso motivo, i servizi software di ottimizzazione per i motori di ricerca e i servizi basati su software che bloccano la pubblicità non sono disciplinati dal presente regolamento. Neanche i servizi di intermediazione online tecnologica che collegano l'hardware e le applicazioni sono disciplinati dal presente regolamento, in quanto non sono direttamente collegati alla fornitura di beni o servizi.** Il presente regolamento non dovrebbe, inoltre, applicarsi ai servizi di pagamento online, poiché questi di per se stessi non soddisfano i requisiti applicabili, ma sono, anzi, ausiliari per loro natura alla transazione per la fornitura di prodotti e servizi ai consumatori interessati.
- (10) In linea con la pertinente giurisprudenza della Corte di giustizia dell'Unione europea e alla luce del fatto che la posizione di dipendenza degli utenti commerciali è stata osservata principalmente rispetto ai servizi di intermediazione online che servono da accesso ai consumatori, intesi come persone fisiche, la nozione di consumatore utilizzata per delineare l'obiettivo del presente regolamento è da intendersi riferita unicamente a persone fisiche che agiscono per fini che esulano dalla loro attività commerciale, industriale, artigianale o professionale.

- (11) Per ragioni di coerenza, la definizione di motore di ricerca online utilizzata nel presente regolamento dovrebbe essere allineata alla definizione utilizzata nella direttiva (UE) 2016/1148 del Parlamento e del Consiglio⁵.
- (12) Allo scopo di proteggere in modo efficace gli utenti commerciali ove necessario, il presente regolamento dovrebbe applicarsi quando i termini e le condizioni di un rapporto contrattuale, indipendentemente dal loro titolo o dalla loro forma, [...] sono [...] **stabiliti unilateralmente dal fornitore di servizi di intermediazione online**. Il fatto che i termini e le condizioni siano o meno stati [...] **stabiliti unilateralmente** dovrebbe essere [...] **valutato** in base a una valutazione complessiva, per la quale il fatto che alcune disposizioni possono essere state negoziate individualmente non è di per sé decisivo.
- (13) Per assicurare che i termini e le condizioni generali di un rapporto contrattuale consentano agli utenti commerciali di determinare le condizioni commerciali per l'utilizzo, la cessazione e la sospensione dei servizi di intermediazione online, e di ottenere la prevedibilità riguardo alla loro relazione commerciale, tali termini e condizioni dovrebbero essere redatti in un linguaggio [...] **semplice e comprensibile** [...]. I termini e le condizioni non si dovrebbero considerare redatti in un linguaggio [...] **semplice e comprensibile** quando sono vaghi, non specifici o non dettagliati su questioni commerciali importanti e quindi non danno agli utenti commerciali un ragionevole grado di prevedibilità sugli aspetti più importanti del rapporto contrattuale.

⁵ Direttiva (UE) 2016/1148 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 6 luglio 2016, recante misure per un livello comune elevato di sicurezza delle reti e dei sistemi informativi nell'Unione (GU L 194 del 19.7.2016, pag. 1).

(14) La garanzia della trasparenza dei termini e delle condizioni generali può esser essenziale per promuovere relazioni commerciali sostenibili e per prevenire comportamenti sleali a detrimento degli utenti commerciali. I fornitori di servizi di intermediazione online dovrebbero pertanto anche assicurare che i termini e le condizioni siano facilmente reperibili a tutti i livelli del rapporto contrattuale, anche dagli utenti commerciali potenziali nella fase precontrattuale, e che qualsiasi modifica a tali termini e condizioni sia notificata agli utenti commerciali **su un supporto durevole** entro un termine di preavviso stabilito che sia ragionevole e proporzionato alla luce delle specifiche circostanze e che sia almeno di 15 giorni. Tale termine di preavviso non dovrebbe applicarsi quando, e nella misura in cui, l'utente commerciale in questione vi rinunci in modo esplicito o quando, e nella misura in cui, la necessità di attuare immediatamente la modifica, senza rispettare i suddetti termini, derivi da un obbligo legale a cui il fornitore del servizio è soggetto in forza della legislazione nazionale o dell'Unione. **Tuttavia, le modifiche redazionali proposte non dovrebbero rientrare nella nozione di "modifica" nella misura in cui non alterano il contenuto o il significato di termini e condizioni. L'obbligo di notifica delle modifiche proposte su un supporto durevole - ad esempio tramite posta elettronica o altri sistemi di comunicazione - che consenta tra l'altro di ricevere e archiviare qualsiasi tipo di messaggio, dovrebbe permettere agli utenti commerciali di esaminare efficacemente tali modifiche in una fase successiva.**

(15) Allo scopo di proteggere gli utenti commerciali [...]i termini e le condizioni non conformi non [...] **dovrebbero essere** vincolanti per l'utente commerciale interessato, con effetti ex [...] **tunc**. [...] **Ciò** dovrebbe tuttavia interessare solo le specifiche disposizioni dei termini e delle condizioni non conformi. Le disposizioni rimanenti dovrebbero restare valide e applicabili, nella misura in cui **sono valide e applicabili ai sensi del diritto nazionale e** possono essere dissociate da quelle non conformi. [...] **È opportuno chiarire che il fornitore di servizi di intermediazione online non dovrebbe fondarsi su termini e condizioni, o relative disposizioni, non conformi o trarne diritti. Qualsiasi ulteriore revisione del contenuto dei termini e delle condizioni nel quadro del diritto nazionale dovrebbe rimanere impregiudicata.**

16) Un fornitore di servizi di intermediazione online può avere motivazioni legittime per decidere di sospendere [...] la fornitura dei suoi servizi [...] a un determinato utente commerciale, anche rimuovendo dalla piattaforma singoli beni o servizi di un determinato utente commerciale o eliminando di fatto i risultati della ricerca. Considerato tuttavia che tali decisioni possono influire notevolmente sugli interessi dell'utente commerciale interessato, **le motivazioni di una siffatta decisione dovrebbero essere comunicate a quest'ultimo [...], preventivamente o al momento in cui la sospensione prende effetto, usando un supporto durevole.** L'esposizione delle motivazioni dovrebbe permettere agli utenti commerciali di accertare se vi siano margini per contestare la decisione e, di conseguenza, aumentare le loro possibilità di un efficace ricorso ove necessario [...], **anche in vista di un ristabilimento della fornitura dei beni o servizi oggetto di sospensione.** [...]⁶. L'esposizione delle motivazioni dovrebbe identificare [...] le ragioni della decisione, in base alle indicazioni enunciate in precedenza dal fornitore nei termini e nelle condizioni, e fare riferimento in modo proporzionato alle relative circostanze che hanno condotto a tale decisione.

4 [...]

(16 bis) La cessazione completa dei servizi di intermediazione online e la relativa soppressione dei dati forniti per l'utilizzo da parte di servizi di intermediazione online o prodotti tramite la fornitura di tali servizi rappresentano una perdita di informazioni essenziali che potrebbe avere ripercussioni significative sugli utenti commerciali e potrebbe anche compromettere la loro capacità di esercitare in modo adeguato altri diritti conferiti loro ai sensi del presente regolamento. Pertanto, il fornitore di servizi di intermediazione online dovrebbe fornire all'utente commerciale interessato, almeno 30 giorni prima che prenda effetto la cessazione completa dei suoi servizi di intermediazione online, un'esposizione delle motivazioni usando un supporto durevole. Tuttavia, nei casi in cui un obbligo regolamentare imponga ad un fornitore di servizi di intermediazione online di cessare completamente la fornitura dei suoi servizi di intermediazione online a un determinato utente commerciale, tale termine di preavviso non dovrebbe essere di applicazione. Analogamente, il termine di preavviso di 30 giorni non dovrebbe essere di applicazione qualora un fornitore di servizi di intermediazione online invochi diritti di recesso a norma del diritto nazionale in conformità con il diritto dell'Unione che permettono la cessazione immediata laddove, tenuto conto di tutte le circostanze del caso di specie e ponderati gli interessi di entrambe le parti, non si possa ragionevolmente prevedere che prosegua il rapporto contrattuale fino al termine convenuto ovvero fino alla scadenza di un termine di preavviso. Per garantire la proporzionalità i fornitori di servizi di intermediazione online dovrebbero, ove ciò sia ragionevole e tecnicamente fattibile, effettuare soltanto in parte la sospensione o la cessazione dei loro servizi, ad esempio rimuovendo dalla piattaforma solo beni o servizi specifici di un utente commerciale. La sospensione e la cessazione complete costituiscono la misura più severa.

(17) Il posizionamento dei prodotti e dei servizi da parte del fornitore dei servizi di intermediazione online ha un impatto importante sulla scelta del consumatore e, di conseguenza, sul successo commerciale degli utenti commerciali che offrono tali prodotti e servizi ai consumatori. **Il posizionamento si riferisce alla rilevanza relativa delle offerte degli utenti commerciali o alla rilevanza attribuita ai risultati della ricerca come presentati, organizzati o comunicati dai fornitori di servizi di intermediazione online o dai fornitori di motori di ricerca online, risultante dall'utilizzo di meccanismi algoritmici di ordinamento in sequenza, valutazione o recensione, dalla messa in evidenza visiva o da altri strumenti di messa in rilievo, o da una combinazione tra questi.** I fornitori dei servizi di intermediazione online dovrebbero pertanto delineare preventivamente i parametri principali che determinano il posizionamento, al fine di migliorare la prevedibilità per gli utenti commerciali, per consentire loro di comprendere meglio il funzionamento del meccanismo di posizionamento e di confrontare le pratiche di posizionamento dei vari fornitori. La nozione di parametro principale dovrebbe intendersi riferita a qualunque criterio generale, processo, segnale specifico integrato negli algoritmi o ogni altro meccanismo di aggiustamento o di retrocessione utilizzato in connessione con il posizionamento.

(17 bis) La descrizione dei parametri principali che determinano il posizionamento dovrebbe includere anche la spiegazione delle possibilità per gli utenti commerciali di influenzare attivamente il posizionamento a fronte di un corrispettivo, come pure dei relativi effetti. **Il corrispettivo potrebbe a tale riguardo riferirsi ai pagamenti effettuati allo scopo principale o esclusivo di migliorare il posizionamento, nonché al corrispettivo indiretto sotto forma di accettazione, da parte di un utente commerciale, di obblighi aggiuntivi di qualsiasi genere che possono avere questo come effetto pratico, come ad esempio l'utilizzazione di funzionalità premio o servizi accessori. Il contenuto della descrizione, incluso il numero o il tipo dei parametri principali, può pertanto variare fortemente in base agli specifici servizi di intermediazione online o allo specifico motore di ricerca di cui trattasi, ma** [...] dovrebbe fornire agli utenti commerciali un'adeguata comprensione di come il meccanismo di posizionamento tiene conto delle caratteristiche dell'effettiva offerta di beni o servizi da parte dell'utente commerciale, e la loro rilevanza per i consumatori degli specifici servizi di intermediazione online. **Gli indicatori utilizzati per misurare la qualità dei beni o servizi degli utenti commerciali, il ricorso agli editori e alla loro capacità di influenzare il posizionamento di tali beni o servizi, la dimensione dell'impatto del corrispettivo sul posizionamento come pure gli elementi che non si riferiscono al prodotto o al servizio stesso o vi si riferiscono soltanto in maniera marginale, come le caratteristiche di presentazione dell'offerta online, potrebbero essere esempi di parametri principali che, se inclusi in una descrizione generale del meccanismo di posizionamento con un linguaggio semplice e comprensibile, dovrebbero aiutare gli utenti commerciali ad ottenere la necessaria comprensione adeguata del relativo funzionamento.**

(18) In modo analogo, il posizionamento dei siti web da parte dei fornitori dei motori di ricerca online, soprattutto di quei siti web mediante i quali le imprese offrono i loro prodotti e servizi ai consumatori, ha un impatto notevole sulla scelta del consumatore e sul successo commerciale degli utenti titolari di siti web aziendali. I fornitori di motori di ricerca online dovrebbero pertanto fornire una descrizione dei parametri principali che determinano il posizionamento di tutti i siti web indicizzati, **e l'importanza relativa di tali parametri principali rispetto ad altri parametri**, compresi quelli degli utenti titolari di siti web aziendali come pure degli altri siti web. Oltre alle caratteristiche dei prodotti e dei servizi e la loro rilevanza per i consumatori, nel caso dei motori di ricerca online, questa descrizione dovrebbe anche consentire agli utenti titolari di siti web aziendali di ottenere una sufficiente comprensione in merito all'effettiva considerazione, delle modalità e della misura di tale considerazione, di determinate caratteristiche grafiche del sito web utilizzato dagli utenti titolari di siti web aziendali, per esempio la loro ottimizzazione per la visualizzazione sui dispositivi di telecomunicazione mobile **e dovrebbe anche includere una spiegazione delle possibilità per gli utenti commerciali di influenzare attivamente il posizionamento a fronte di un corrispettivo, come pure dei relativi effetti**. In mancanza di un rapporto contrattuale tra i fornitori di motori di ricerca online e gli utenti titolari di siti web aziendali, tale descrizione dovrebbe essere a disposizione del pubblico in una posizione evidente e facilmente accessibile sul motore di ricerca pertinente. **I settori dei siti web che chiedono agli utenti di accedere o di registrarsi non dovrebbero essere considerati facilmente e pubblicamente accessibili in tal senso**. Per assicurare la prevedibilità per gli utenti titolari di siti web aziendali, la descrizione dovrebbe anche essere tenuta aggiornata, e qualsiasi modifica ai parametri principali dovrebbe essere resa facilmente identificabile.

(18 bis) Ai fornitori di servizi di intermediazione online o di motori di ricerca online non dovrebbe essere richiesto di divulgare il funzionamento dettagliato dei loro meccanismi di posizionamento, inclusi gli algoritmi, a norma del presente regolamento. La loro capacità di agire contro la manipolazione in mala fede del posizionamento da parte di terzi, anche nell'interesse dei consumatori, dovrebbe ugualmente non essere compromessa. Una descrizione generale dei parametri principali di posizionamento dovrebbe salvaguardare tali [...] interessi, fornendo nel contempo agli utenti commerciali e agli utenti titolari di siti web aziendali una adeguata comprensione del funzionamento del posizionamento nel contesto del loro utilizzo di servizi di intermediazione online o di motori di ricerca online specifici. Per garantire che l'obiettivo del presente regolamento sia raggiunto, la considerazione degli interessi commerciali dei fornitori di servizi di intermediazione online o di motori di ricerca online non dovrebbe pertanto mai portare ad un rifiuto di divulgare i parametri principali che determinano il posizionamento. A tale riguardo, [...] la descrizione data dovrebbe perlomeno essere basata sui dati effettivi della rilevanza dei parametri di posizionamento utilizzati. Ove i parametri principali o le informazioni sulla loro importanza relativa siano ritenuti segreti commerciali, dovrebbe applicarsi l'articolo 1, paragrafo 2, lettera b), della direttiva (UE) 2016/943.

⁷ [...]

- (19) Quando è lo stesso fornitore di servizi di intermediazione online a offrire determinati beni o servizi ai consumatori attraverso i suoi stessi servizi di intermediazione online, o mediante un utente commerciale che controlla, tale fornitore potrebbe entrare in concorrenza diretta con altri utenti commerciali dei suoi servizi di intermediazione online che non sono da lui controllati. In tale situazione, in particolare, è importante che il fornitore dei servizi di intermediazione online agisca in maniera trasparente e fornisca una descrizione di eventuali trattamenti differenziati, attraverso mezzi legali, commerciali o tecnici, che possa applicare ai beni o servizi che offre direttamente rispetto a quelli offerti dagli utenti commerciali. Per assicurare la proporzionalità, tale obbligo dovrebbe applicarsi a livello della totalità dei servizi di intermediazione online, e non a livello dei singoli beni o servizi offerti mediante tali servizi.
- (20) La capacità di accedere e utilizzare i dati, compresi quelli personali, può consentire la creazione di valore rilevante nell'economia delle piattaforme online, **sia in linea generale che per gli utenti commerciali e i servizi di intermediazione online interessati.** Di conseguenza, è importante che i fornitori di servizi di intermediazione online forniscano agli utenti commerciali una chiara descrizione di portata, natura e condizioni del loro accesso a determinate categorie di dati e del loro utilizzo. La descrizione dovrebbe essere proporzionata e dovrebbe riferirsi alle condizioni di accesso generali, e non comportare la necessità di identificare esaustivamente i dati effettivi, o le categorie dei dati, al fine di consentire agli utenti commerciali di comprendere se possono utilizzare i dati per migliorare la loro creazione di valore, eventualmente anche ricorrendo ai servizi di dati di terze parti. **Tali misure di trasparenza potrebbero contribuire a un aumento della condivisione dei dati e sostenere - in quanto fonte essenziale di innovazione e crescita - gli obiettivi di creare uno spazio comune europeo dei dati.** Il trattamento dei dati personali dovrebbe essere conforme **alle norme in materia di protezione dei dati dell'Unione, in particolare il** regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio.⁸

⁸ Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati) (Testo rilevante ai fini del SEE) (GU L 119 del 4.5.2016, pag. 1).

- (21) I fornitori di servizi di intermediazione online possono in determinati casi limitare nei termini e nelle condizioni la capacità degli utenti commerciali di offrire beni o servizi ai consumatori in condizioni più favorevoli mediante mezzi diversi da tali servizi di intermediazione online. In tali casi, i fornitori interessati dovrebbero enunciarne le ragioni, in particolare in riferimento alle principali valutazioni di ordine economico, commerciale o giuridico relative alle limitazioni. Questo obbligo di trasparenza non dovrebbe tuttavia essere inteso come alterazione della valutazione della legalità di tali limitazioni ai sensi di altri atti del diritto dell'Unione o del diritto degli Stati membri conformemente alla normativa dell'Unione, anche nei settori della concorrenza e delle pratiche commerciali sleali, e nell'applicazione di tali ordinamenti.
- (22) Al fine di consentire agli utenti commerciali, compresi quelli il cui utilizzo dei relativi servizi di intermediazione online possa essere stato sospeso o cessato, di avere accesso a possibilità di ricorso immediate, idonee ed efficaci, i fornitori dei servizi di intermediazione online dovrebbero fornire un sistema interno di gestione dei reclami. Il sistema interno di gestione dei reclami dovrebbe essere volto ad assicurare che una quota significativa di reclami possa essere risolta bilateralmente dal fornitore dei servizi di intermediazione online e l'utente commerciale pertinente. Inoltre, garantire che i fornitori di servizi di intermediazione online pubblichino le informazioni sul funzionamento e l'efficacia del proprio sistema interno di gestione dei reclami dovrebbe aiutare gli utenti commerciali a comprendere i tipi di problemi che possono insorgere nel contesto della fornitura dei differenti servizi di intermediazione online e la possibilità di raggiungere una veloce ed effettiva risoluzione bilaterale.

(23) Allo scopo di minimizzare eventuali oneri amministrativi, le prescrizioni del presente regolamento relative ai sistemi interni di gestione dei reclami sono volte a consentire ai fornitori di servizi di intermediazione online un ragionevole grado di flessibilità nell'esercizio di tali sistemi e nell'affrontare i singoli reclami. I sistemi interni di gestione dei reclami dovrebbero inoltre permettere ai fornitori di servizi di intermediazione online di risolvere, ove necessario, in maniera proporzionata, qualsiasi tentativo di usare in mala fede tali sistemi da parte di alcuni utenti commerciali. [...] Alla luce dei costi per la predisposizione e l'esercizio di tali sistemi, è opportuno esentare da tali obblighi tutti i fornitori di servizi di intermediazione online che sono piccole imprese, in linea con le pertinenti disposizioni della raccomandazione 2003/361/CE della Commissione⁹. **Le norme sul consolidamento previste nella suddetta raccomandazione prevengono l'elusione. Tale esenzione dovrebbe lasciare impregiudicato il diritto di tali imprese di creare, su base volontaria, un sistema interno di gestione dei reclami che sia conforme con i criteri stabiliti nel presente regolamento.**

⁹ [...]

(24) La mediazione può offrire ai fornitori di servizi di intermediazione online e ai loro utenti commerciali un mezzo per risolvere le controversie in modo soddisfacente, senza dover adire i tribunali, che potrebbe risultare lungo e costoso. I fornitori di servizi di intermediazione online pertanto dovrebbero agevolare la mediazione tramite, in particolare, l'identificazione di **almeno due** mediatori **del settore pubblico o privato** con i quali sono disposti a impegnarsi. **Lo scopo di individuare un numero minimo di mediatori è quello di preservare la neutralità dei mediatori.** I mediatori che prestano i loro servizi da sedi al di fuori dall'Unione dovrebbero essere indicati unicamente se si garantisce che il ricorso ai loro servizi non priva in alcun modo gli utenti commerciali interessati di alcuna tutela legale offerta loro dal diritto dell'Unione o degli Stati membri, comprese le prescrizioni del presente regolamento e la normativa applicabile relativa alla protezione dei dati personali e dei segreti commerciali. Per essere raggiungibili, equi e più rapidi, efficaci ed efficienti possibile, tali mediatori dovrebbero soddisfare una serie di criteri. **Ciononostante, i fornitori di servizi di intermediazione online e i loro utenti commerciali dovrebbero rimanere liberi di individuare congiuntamente un mediatore di loro scelta nel caso in cui sorga una controversia tra loro. In linea con la direttiva 2008/52/CE, la mediazione di cui al presente regolamento dovrebbe essere un procedimento di volontaria giurisdizione nel senso che le parti gestiscono esse stesse il procedimento e possono avviarlo come desiderano e porvi fine in qualsiasi momento. Indipendentemente da tale natura volontaria, i fornitori di servizi di intermediazione online dovrebbero valutare in buona fede le richieste di intraprendere una mediazione di cui al presente regolamento.**

- (25) I fornitori dei servizi di intermediazione online dovrebbero sostenere una parte ragionevole dei costi totali della mediazione, tenendo in considerazione tutti gli elementi pertinenti del caso in questione. A tale scopo, il mediatore dovrebbe proporre quale sia la parte ragionevole nel singolo caso. [...] **Alla luce dei costi e degli oneri amministrativi associati alla necessità di individuare mediatori nei termini e nelle condizioni, è opportuno esentare da tale obbligo tutti i fornitori di servizi di intermediazione online che sono piccole imprese, in linea con le pertinenti disposizioni della raccomandazione 2003/361/CE della Commissione. Le norme sul consolidamento previste nella suddetta raccomandazione prevengono l'elusione. Ciò lascia impregiudicato il diritto di tali imprese di individuare nei loro termini e condizioni mediatori che soddisfano i criteri stabiliti nel presente regolamento.**
- (26) Allo scopo di agevolare la risoluzione delle controversie relative alla fornitura dei servizi di intermediazione online utilizzando la mediazione nell'Unione, la Commissione dovrebbe incoraggiare la costituzione di organismi di mediazione specializzati, che attualmente non sono sufficienti. Il coinvolgimento dei mediatori con conoscenze specializzate dei servizi di intermediazione online, dei motori di ricerca online, come pure dei settori industriali specifici entro i quali tali servizi sono forniti, dovrebbe accrescere la fiducia di entrambe le parti nel processo di mediazione e dovrebbe incrementare la probabilità che tale processo conduca a un risultato rapido, giusto e soddisfacente.

(27) Vari fattori, come i mezzi finanziari limitati, il timore di ritorsioni e la scelta esclusiva del diritto e del foro imposta nei termini e nelle condizioni, possono limitare l'efficacia delle possibilità di ricorso giudiziale esistenti, particolarmente quelle che richiedono agli utenti commerciali o agli utenti titolari di siti web aziendali di agire individualmente e palesando la propria identità. Per garantire l'efficace applicazione del presente regolamento, si dovrebbe accordare alle organizzazioni e alle associazioni che rappresentano gli utenti commerciali o gli utenti titolari di siti web aziendali, come pure a determinati organismi pubblici istituiti negli Stati membri, [...] la possibilità di adire i giudici nazionali **in conformità con il diritto nazionale, compresi i requisiti procedurali nazionali**. Tali azioni giudiziarie nazionali dovrebbero mirare a bloccare o proibire le violazioni delle norme stabilite nel presente regolamento e a prevenire futuri danni che potrebbero compromettere le relazioni commerciali sostenibili nell'economia delle piattaforme online. Al fine di garantire che tali organizzazioni o associazioni esercitino effettivamente e in modo appropriato tale diritto esse dovrebbero soddisfare determinati criteri. **In particolare, devono essere debitamente costituite secondo il diritto di uno Stato membro, non avere scopo di lucro e perseguire i loro obiettivi in via continuativa. Tali prescrizioni dovrebbero impedire eventuali costituzioni ad hoc di organizzazioni o associazioni ai fini di un'azione o di azioni specifiche ovvero a scopo di lucro. Inoltre la divulgazione pubblica e completa delle informazioni sulla composizione, la struttura di governance e la situazione finanziaria dovrebbe impedire eventuali influenze indebite da parte di fornitori di finanziamenti terzi. Al fine di evitare un conflitto di interessi, le organizzazioni o le associazioni che rappresentano gli utenti commerciali o gli utenti titolari di siti web aziendali non dovrebbero accettare finanziamenti da parte di fornitori di servizi di intermediazione online o di motori di ricerca online.** Tenuto conto della situazione particolare degli organismi pubblici in questione negli Stati membri in cui tali organismi sono stati creati dovrebbe essere imposto che essi siano specificatamente incaricati, in conformità delle pertinenti disposizioni del diritto nazionale, di promuovere tali azioni nell'interesse collettivo delle parti interessate o nell'interesse generale, senza che sia necessario applicare loro i summenzionati criteri.

(27 bis) È opportuno comunicare alla Commissione quali organizzazioni, associazioni od organismi pubblici dovrebbero essere qualificati, secondo il parere degli Stati membri, a promuovere un'azione a norma delle disposizioni del presente regolamento. Nel corso di tale comunicazione, gli Stati membri dovrebbero fare riferimento specifico alle pertinenti disposizioni nazionali conformemente alle quali le organizzazioni, le associazioni o gli organismi pubblici sono stati costituiti e, se del caso, includere un riferimento al registro pubblico pertinente in cui è registrata l'organizzazione o l'associazione. Tale opzione aggiuntiva che prevede la designazione da parte degli Stati membri dovrebbe garantire agli utenti commerciali e agli utenti titolari di siti web aziendali un certo livello di certezza giuridica e prevedibilità. Nel contempo, ha lo scopo di rendere le procedure giudiziarie più brevi ed efficienti, il che sembra appropriato in tale contesto. La Commissione dovrebbe provvedere a pubblicare nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea un elenco di tali organizzazioni, associazioni e organismi pubblici che dovrebbe fungere da prova inconfutabile della capacità giuridica dell'organizzazione, dell'associazione o dell'organismo pubblico di promuovere l'azione. In caso di dubbi circa la designazione di un'organizzazione, di un'associazione o di un organismo pubblico, lo Stato membro responsabile della designazione dovrebbe svolgere accertamenti al riguardo. Le organizzazioni, le associazioni e gli organismi pubblici non designati da uno Stato membro dovrebbero avere la possibilità di adire i giudici nazionali, con riserva della valutazione della capacità giuridica sulla base dei criteri stabiliti nel presente regolamento. Azioni simili non dovrebbero in alcun modo influenzare i diritti degli utenti commerciali e degli utenti titolari di siti web aziendali di intraprendere azioni giudiziarie su base individuale.

(27 ter) Esistono già sistemi diversi di esecuzione negli Stati membri, che non dovrebbero essere obbligati a istituire nuovi organismi nazionali di esecuzione. Gli Stati membri dovrebbero avere la possibilità di incaricare le autorità esistenti, compresi gli organi giurisdizionali, dell'esecuzione del presente regolamento. Il presente regolamento non dovrebbe obbligare gli Stati membri a prevedere l'esecuzione ex officio o a infliggere ammende.

- (28) I codici di condotta redatti sia dai fornitori dei servizi interessati sia dalle organizzazioni o associazioni che li rappresentano, possono contribuire alla applicazione appropriata del presente regolamento e dovrebbero pertanto essere incoraggiati. Nel redigere tali codici di condotta, di concerto con le parti interessate in questione, si dovrebbe tenere conto delle caratteristiche specifiche dei settori interessati come pure di quelle delle microimprese, piccole e medie imprese. **Tali codici di condotta andrebbero pertanto formulati in maniera obiettiva e non discriminatoria onde evitare inutili ostacoli all'ingresso.**
- (29) La Commissione dovrebbe valutare periodicamente il presente regolamento, in particolare per stabilire la necessità di modificarlo alla luce degli sviluppi tecnologici o commerciali pertinenti. **Per ottenere un quadro completo di tali sviluppi, la valutazione dovrebbe tenere conto delle esperienze degli Stati membri e delle pertinenti parti interessate.**
- (30) Nel fornire le informazioni richieste in virtù del presente regolamento, si dovrebbe tenere conto per quanto possibile delle particolari esigenze delle persone con disabilità, in linea con gli obiettivi della Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità¹⁰.
- (31) Poiché l'obiettivo del presente regolamento, vale a dire **disciplinare aspetti specifici in materia di trasparenza e di ricorso al fine di** garantire un contesto commerciale online equo, prevedibile, sostenibile e sicuro nell'ambito del mercato interno, non può essere conseguito in misura sufficiente dagli Stati membri ma, a motivo della sua portata e dei suoi effetti, può essere conseguito meglio a livello di Unione, quest'ultima può intervenire in base al principio di sussidiarietà sancito dall'articolo 5 del trattato sull'Unione europea. Il presente regolamento si limita a quanto è necessario per conseguire tale obiettivo in ottemperanza al principio di proporzionalità enunciato nello stesso articolo,.

¹⁰ Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità (CPRD), disponibile all'indirizzo: <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>

(32) [...]

(33) Il presente regolamento è volto in particolare a garantire il pieno rispetto del diritto a un ricorso effettivo e a un giudice imparziale e del diritto a promuovere l'applicazione della libertà di fornire un servizio commerciale, stabiliti rispettivamente agli articoli 47 e 16 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea.

HANNO ADOTTATO IL PRESENTE REGOLAMENTO:

Articolo 1

Oggetto e ambito di applicazione

1. **La finalità del** [...] presente regolamento è **contribuire al corretto funzionamento del mercato interno** [...] stabilendo [...] norme intese a garantire che gli utenti commerciali di servizi di intermediazione online e gli utenti titolari di siti web aziendali che siano in relazione con motori di ricerca online dispongano di un'adeguata trasparenza e di efficaci possibilità di ricorso.
2. Il presente regolamento si applica ai servizi di intermediazione online e ai motori di ricerca online, a prescindere dal luogo di stabilimento o di residenza del fornitore di tali servizi **e dal diritto altrimenti applicabile**, forniti o proposti per essere forniti, rispettivamente, agli utenti commerciali e agli utenti titolari di siti web aziendali, che hanno il luogo di stabilimento o di residenza nell'Unione e che, tramite i servizi di intermediazione online o i motori di ricerca online, offrono beni o servizi a consumatori nell'Unione.

- 3. Il presente regolamento non pregiudica le norme nazionali che, in conformità del diritto dell'Unione, vietano o sanzionano i comportamenti unilaterali o le pratiche commerciali sleali. Il presente regolamento non pregiudica il diritto civile nazionale, segnatamente il diritto contrattuale, nella fattispecie le norme sulla validità, la formazione, gli effetti o la risoluzione di un contratto, nella misura in cui le norme nazionali di diritto civile sono conformi al diritto dell'Unione e gli aspetti pertinenti non sono contemplati dalle disposizioni del presente regolamento.**
- 4. Il presente regolamento non pregiudica il diritto dell'Unione applicabile nei settori della cooperazione giudiziaria in materia civile, della concorrenza, della protezione dei dati, della protezione dei segreti commerciali, della protezione dei consumatori, del commercio elettronico e dei servizi finanziari.**

Articolo 2

Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende per:

- 1) "utente commerciale", persona fisica o giuridica che offre beni o servizi ai consumatori tramite servizi di intermediazione online per fini legati alla sua attività commerciale, imprenditoriale, artigianale o professionale;
- 2) "servizi di intermediazione online", servizi che soddisfano tutti i seguenti requisiti:
 - a) sono servizi della società dell'informazione ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 1, lettera b), della direttiva (UE) 2015/1535 del Parlamento europeo e del Consiglio¹¹;

¹¹ Direttiva (UE) 2015/1535 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 9 settembre 2015, che prevede una procedura d'informazione nel settore delle regolamentazioni tecniche e delle regole relative ai servizi della società dell'informazione (GU L 241 del 17.9.2015, pag. 1).

- b) consentono agli utenti commerciali di offrire beni o servizi ai consumatori, con l'obiettivo di facilitare l'avvio di transazioni dirette tra tali utenti commerciali e i consumatori, a prescindere da dove sono concluse dette transazioni;
- c) sono forniti agli utenti commerciali in base a rapporti contrattuali tra il fornitore di tali servizi [...] e gli utenti commerciali [...] **che offrono beni o servizi ai consumatori** [...];
- 3) "fornitore di servizi di intermediazione online", persona fisica o giuridica che fornisce, od offre di fornire, servizi di intermediazione online agli utenti commerciali;
- 4) "consumatore", persona fisica che agisce per fini che esulano dalla sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale;
- 5) "motore di ricerca online", un servizio digitale che consente all'utente di effettuare ricerche, in linea di principio, su tutti i siti web o su siti web in una lingua particolare sulla base di un'interrogazione su qualsiasi tema sotto forma di parola chiave, frase o di altro input, e che restituisce [...] **risultati in qualsiasi formato** in cui possono essere trovate le informazioni relative al contenuto richiesto;
- 6) "fornitore del motore di ricerca online", persona fisica o giuridica che fornisce, od offre di fornire, motori di ricerca online ai consumatori;
- 7) "utente titolare di sito web aziendale", persona fisica o giuridica che usa [...] **un'interfaccia online, vale a dire qualsiasi software, compresi siti web o parte di essi e applicazioni, tra cui le applicazioni mobili,** per offrire beni o servizi ai consumatori per fini legati alla sua attività commerciale, imprenditoriale, artigianale o professionale;

- 8) "posizionamento", rilevanza relativa attribuita [...] ai beni o ai servizi offerti [...] mediante i servizi di intermediazione online, o [...] **importanza attribuita ai [...] risultati della ricerca** dai motori di ricerca online, come presentato, organizzato o comunicato [...] rispettivamente dai fornitori di servizi di intermediazione online o dai fornitori di motori di ricerca online a prescindere dai mezzi tecnologici usati per tale presentazione, organizzazione o comunicazione;
- 9) "controllo", i diritti di proprietà di un'impresa o la capacità di esercitare un'influenza determinante sulla sua attività, ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 2, del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio¹²;
- 10) "termini e condizioni", i termini [...] **e** le condizioni [...] **o le specificazioni**, indipendentemente dal loro titolo o dalla loro forma, stabiliti unilateralmente dal fornitore di servizi di intermediazione online, che disciplinano il rapporto contrattuale tra il fornitore di servizi di intermediazione online e gli utenti commerciali di tali servizi;
- 11) "mediazione", qualsiasi procedimento strutturato quale definito all'articolo 3, lettera a), della direttiva 2008/52/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa a determinati aspetti della mediazione in materia civile e commerciale;**
- 12) "supporto durevole", ogni strumento che permetta all'utente commerciale di conservare le informazioni che gli sono personalmente indirizzate in modo da potervi accedere in futuro e per un periodo di tempo adeguato alle finalità cui esse sono destinate e che permetta la riproduzione identica delle informazioni memorizzate.**

¹² Regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio, del 20 gennaio 2004, relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese ("Regolamento comunitario sulle concentrazioni") (GU L 24 del 29.1.2004, pag. 1).

Articolo 3

Prevedibilità dei [...] termini e delle condizioni

1. I fornitori di servizi di intermediazione online garantiscono che i loro termini e le loro condizioni:
 - a) siano redatti in un linguaggio [...] **semplice e comprensibile**;
 - b) siano facilmente reperibili dagli utenti commerciali in tutte le fasi del loro rapporto commerciale con il fornitore di servizi di intermediazione online, anche in fase precontrattuale;
 - c) enuncino le ragioni [...] che giustificano le decisioni di sospendere o cessare, in tutto o in parte, la fornitura dei servizi di intermediazione online agli utenti commerciali.

2. [...]

[...] I fornitori di servizi di intermediazione online comunicano **su supporto durevole** agli utenti commerciali interessati qualunque modifica [...] **proposta** dei loro termini e delle loro condizioni.

Le modifiche [...] **proposte** non devono essere applicate prima della scadenza di un termine di preavviso ragionevole e proporzionato alla natura e alla portata di tali modifiche e alle loro conseguenze per gli utenti commerciali interessati. Detto termine di preavviso deve essere di almeno 15 giorni dalla data in cui il fornitore di servizi di intermediazione online informa gli utenti commerciali delle modifiche [...] **proposte**.

In qualsiasi momento dopo la notifica l'utente commerciale interessato può rinunciare al termine di preavviso di cui al secondo comma per mezzo di una dichiarazione scritta o di un'azione chiara e affermativa.

3. [...] **I termini e le condizioni, o le loro disposizioni specifiche, non conformi alle prescrizioni di cui al paragrafo 1, così come le modifiche dei termini e delle condizioni attuate da un fornitore di servizi di intermediazione online in violazione delle disposizioni del paragrafo 2, non sono vincolanti per gli utenti commerciali interessati.**
4. [...] **Il termine di preavviso non si applica,** quando un fornitore di servizi di intermediazione online è tenuto ad adempiere a un obbligo **regolamentare** [...] che gli impone di modificare i suoi termini e le sue condizioni in un modo che non consente di rispettare il termine di preavviso di cui al paragrafo 2, secondo comma.

Articolo 4

Sospensione e cessazione

[...] [...]

[...] [...]

1. Un fornitore di servizi di intermediazione online che decida di sospendere la fornitura dei suoi servizi di intermediazione online a un determinato utente commerciale in relazione a singoli beni o servizi offerti da tale utente commerciale, comunica a quest'ultimo, preventivamente o al momento in cui la sospensione prende effetto, le motivazioni di tale decisione usando un supporto durevole.
2. Un fornitore di servizi di intermediazione online che decida di cessare completamente la fornitura dei suoi servizi di intermediazione online a un determinato utente commerciale comunica a quest'ultimo, almeno 30 giorni prima che la cessazione prenda effetto, le motivazioni di tale decisione usando un supporto durevole.
3. Il termine di preavviso di cui al paragrafo 2 non si applica quando un fornitore di servizi di intermediazione online:
 - a) è tenuto ad adempiere a un obbligo regolamentare che gli impone di cessare completamente la fornitura dei suoi servizi di intermediazione online a un determinato utente commerciale in un modo che non gli consente di rispettare il termine di preavviso, oppure
 - b) esercita un diritto di recesso fondato su motivi imperativi a norma del diritto nazionale in conformità con il diritto dell'Unione.

Il fornitore di servizi di intermediazione online comunica senza indugio le motivazioni di tale decisione all'utente commerciale interessato usando un supporto durevole.

4. **Le motivazioni di cui ai paragrafi 1 e 2 contengono un riferimento ai fatti o alle circostanze specifici che hanno portato alla decisione del fornitore di servizi di intermediazione online e alle pertinenti ragioni di cui all'articolo 3, paragrafo 1, lettera c).**

Articolo 5

Posizionamento

1. I fornitori di servizi di intermediazione online stabiliscono nei loro termini e nelle loro condizioni i parametri principali che determinano il posizionamento e [...] l'importanza relativa di tali parametri principali rispetto ad altri parametri.

[...]

2. I fornitori di motori di ricerca online indicano agli utenti titolari di siti web aziendali i parametri principali che determinano il posizionamento **e l'importanza relativa di tali parametri principali rispetto ad altri parametri** [...], fornendo una descrizione dei motori di ricerca online di tali fornitori redatta in un linguaggio **semplice e comprensibile** [...] e in modo che sia facilmente e pubblicamente accessibile. Essi tengono aggiornata tale descrizione.

- 2 bis. **Qualora tra i parametri principali figuri la possibilità di influire sul posizionamento a fronte di un corrispettivo versato direttamente o indirettamente dall'utente commerciale o dall'utente titolare di un sito web aziendale al relativo fornitore, quest'ultimo illustra altresì tali possibilità nonché gli effetti di detto corrispettivo sul posizionamento a norma delle disposizioni di cui ai paragrafi 1 e 2.**

3. Le descrizioni di cui ai paragrafi 1, [...] 2 **e 2 bis** devono essere tali da consentire agli utenti commerciali o agli utenti titolari di un sito web aziendale di comprendere chiaramente se, come e in quale misura il meccanismo di posizionamento tiene conto dei seguenti elementi:
- a) le caratteristiche dei beni e dei servizi offerti ai consumatori tramite i servizi di intermediazione online o il motore di ricerca online;
 - b) la pertinenza di tali caratteristiche per i suddetti consumatori;
 - c) per quanto riguarda i motori di ricerca online, le caratteristiche grafiche del sito web utilizzato da utenti titolari di un sito web aziendale.
4. [...]

Articolo 6

Trattamento differenziato

1. I fornitori di servizi di intermediazione online inseriscono nei loro termini e nelle loro condizioni una descrizione di qualunque trattamento differenziato che riservino o possano riservare ai beni o ai servizi offerti ai consumatori attraverso i servizi di intermediazione online dal fornitore di servizi stesso o da utenti commerciali controllati da detto fornitore, da un lato, e ad altri utenti commerciali, dall'altro.
2. La descrizione di cui al paragrafo 1 riguarda [...] **in particolare**, se del caso, qualsiasi trattamento differenziato derivante da misure specifiche adottate dal fornitore di servizi di intermediazione online, o da un suo comportamento, relativamente ai seguenti elementi:

- a) accesso che il fornitore, o gli utenti commerciali controllati da tale fornitore, possono avere ai dati personali o ad altri dati, o a entrambi, forniti dagli utenti commerciali o dai consumatori per l'uso dei servizi di intermediazione online in questione o generati tramite la fornitura di tali servizi;
- b) posizionamento;
- c) qualunque corrispettivo diretto o indiretto addebitato per l'uso dei servizi di intermediazione online in questione;

accesso ai servizi direttamente connessi o complementari al servizio di intermediazione online in questione, [...] condizioni per il loro uso **o qualunque corrispettivo diretto o indiretto addebitato per l'uso di detti servizi.**

Articolo 7

Accesso ai dati

1. I fornitori di servizi di intermediazione online inseriscono nei loro termini e nelle loro condizioni una descrizione di carattere tecnico e contrattuale relativa all'accesso, o alla mancanza di accesso, degli utenti commerciali ai dati personali o ad altri dati, o a entrambi, forniti dagli utenti commerciali o dai consumatori per l'uso dei servizi di intermediazione online in questione o generati tramite la fornitura di tali servizi.
2. Mediante la descrizione di cui al paragrafo 1, i fornitori di servizi di intermediazione online informano adeguatamente gli utenti commerciali **in particolare** dei seguenti aspetti:
 - a) la possibilità o meno del fornitore di servizi di intermediazione online di accedere ai dati personali o ad altri dati, o a entrambi, che gli utenti commerciali o consumatori forniscono per l'uso dei servizi di intermediazione online in questione o generati tramite la fornitura di tali servizi e, in caso di accesso, a quali categorie di tali dati e a quali condizioni **e se i dati sono trasmessi a terzi**;

- b) la possibilità o meno di un utente commerciale di accedere ai dati personali o ad altri dati, o a entrambi, da lui forniti in relazione al suo uso dei servizi di intermediazione online in questione o generati tramite la fornitura di tali servizi o forniti dai consumatori dei suoi beni e servizi e, in caso di accesso, a quali categorie di tali dati e a quali condizioni;
- c) ad integrazione della lettera b), la possibilità o meno di un utente commerciale di accedere ai dati personali o ad altri dati, o a entrambi, anche in forma aggregata, forniti o generati mediante la fornitura di servizi di intermediazione online a tutti gli utenti commerciali e ai relativi consumatori e, in caso di accesso, a quali categorie di tali dati e a quali condizioni.

Articolo 8

Limitazioni all'offerta di condizioni diverse mediante altri mezzi

1. Qualora, nell'ambito della fornitura dei loro servizi, **in conformità del diritto nazionale**, i fornitori di servizi di intermediazione online limitino la capacità degli utenti commerciali di offrire gli stessi beni e servizi ai consumatori a condizioni diverse tramite mezzi che non siano i suddetti servizi, essi includono nei loro termini e nelle loro condizioni le ragioni di tale limitazione e le rendono facilmente accessibili al pubblico. Tra tali ragioni figurano le principali valutazioni di ordine economico, commerciale o giuridico.
2. L'obbligo di cui al paragrafo 1 non pregiudica eventuali divieti o limitazioni per quanto riguarda l'imposizione di simili restrizioni derivanti dall'applicazione di altre norme dell'Unione o da norme nazionali conformi al diritto dell'Unione e alle quali sono soggetti i fornitori di servizi di intermediazione online.

Articolo 9

Sistema interno di gestione dei reclami

1. I fornitori di servizi di intermediazione online prevedono un sistema interno di gestione dei reclami degli utenti commerciali.

Il sistema interno di gestione dei reclami deve essere facilmente accessibile agli utenti commerciali. Permette di presentare reclami direttamente al fornitore in questione in merito alle seguenti questioni:

- a) presunta inadempienza, da parte del fornitore, degli obblighi giuridici stabiliti dal presente regolamento [...] con ripercussioni sul reclamante;
 - b) problemi tecnologici che si ricollegano direttamente alla fornitura dei servizi di intermediazione online con ripercussioni sul reclamante [...];
 - c) misure o comportamenti adottati dal fornitore direttamente connessi alla fornitura dei servizi di intermediazione online con ripercussioni [...] sul reclamante [...].
2. Come parte del loro sistema interno di gestione dei reclami, i fornitori di servizi di intermediazione online:
 - a) prestano la debita attenzione ai reclami presentati e al necessario seguito da darvi per risolvere in modo adeguato i problemi sollevati, proporzionatamente alla loro importanza e complessità;
 - b) trattano i reclami in modo rapido ed efficace, tenendo conto dell'importanza e della complessità dei problemi sollevati;
 - c) comunicano individualmente al reclamante l'esito del processo interno di gestione dei reclami, utilizzando un linguaggio [...] **semplice e comprensibile**.

3. I fornitori di servizi di intermediazione online [...] **includono** nei loro termini e nelle loro condizioni tutte le informazioni pertinenti relative all'accesso e al funzionamento del loro sistema interno di gestione dei reclami.
4. I fornitori di servizi di intermediazione online forniscono annualmente informazioni sul funzionamento e l'efficacia del loro sistema interno di gestione dei reclami e le mettono a disposizione del pubblico.

Tra tali informazioni figurano il numero totale di reclami presentati, le **principali tipologie** [...] di reclami [...] e il tempo **medio** necessario a trattarli [...].

5. Le disposizioni del presente articolo non si applicano ai fornitori di servizi di intermediazione online che sono piccole imprese ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 2, dell'allegato della raccomandazione 2003/361/CE¹³.

¹³ Raccomandazione 2003/361/CE della Commissione, del 6 maggio 2003, relativa alla definizione delle microimprese, piccole e medie imprese (GU L 124 del 20.5.2003, pag. 36).

Articolo 10
Mediazione

1. I fornitori di servizi di intermediazione online indicano nei loro termini e nelle loro condizioni [...] **due** o più mediatori disposti ad impegnarsi nel tentativo di raggiungere un accordo con gli utenti commerciali sulla risoluzione extragiudiziale di controversie che insorgano tra il fornitore e gli utenti commerciali nell'ambito della fornitura dei servizi di intermediazione online in questione, compresi i reclami che non è stato possibile risolvere mediante il sistema interno di gestione dei reclami di cui all'articolo 9.

I fornitori di servizi di intermediazione online possono indicare mediatori che forniscono servizi di mediazione da un luogo al di fuori dell'Unione solo se vi è la certezza che gli utenti commerciali interessati non sono di fatto privati dei benefici delle garanzie giuridiche previste dal diritto dell'Unione o dalla legislazione degli Stati membri per il fatto che i mediatori prestano i loro servizi al di fuori dell'Unione.

1 bis. I fornitori di servizi di intermediazione online e i loro utenti commerciali sono liberi di individuare congiuntamente un mediatore di loro scelta che non figura nei termini e nelle condizioni del fornitore di servizi di intermediazione online interessato, nel caso in cui sorga una controversia tra loro.

2. I mediatori di cui al paragrafo 1 posseggono i seguenti requisiti:
 - a) sono imparziali e indipendenti **sia dal fornitore di servizi di intermediazione online che dall'utente commerciale interessato;**
 - b) prestano i servizi di mediazione a prezzi sostenibili da un utente commerciale [...] dei servizi di intermediazione online in questione;

- c) sono in grado di fornire servizi di mediazione nella lingua in cui sono redatti i termini e le condizioni che regolano il rapporto contrattuale tra il fornitore di servizi di intermediazione online e gli utenti commerciali in questione;
 - d) sono facilmente raggiungibili, fisicamente nel luogo di stabilimento o di residenza dell'utente commerciale oppure virtualmente mediante le tecnologie di comunicazione a distanza;
 - e) sono in grado di fornire servizi di mediazione senza indebito ritardo;
 - f) hanno una conoscenza sufficiente dei rapporti commerciali tra imprese che consente loro di contribuire efficacemente al tentativo di dirimere le controversie.
3. I fornitori di servizi di intermediazione online **e gli utenti commerciali** s'impegnano in buona fede **qualora decidano di provare a** raggiungere un accordo con la mediazione di uno dei mediatori che hanno indicato in conformità del paragrafo 1, al fine di raggiungere un accordo sulla risoluzione della controversia.
4. I fornitori di servizi di intermediazione online sostengono una parte ragionevole dei costi totali della mediazione in ogni singolo caso. La parte ragionevole dei costi totali della mediazione è determinata in base alla proposta del mediatore, tenendo conto di tutti gli elementi pertinenti del caso di specie, in particolare la fondatezza delle affermazioni delle parti della controversia, il comportamento delle parti, nonché le dimensioni e la capacità finanziaria di una parte rispetto all'altra. [...]
5. Il tentativo di raggiungere un accordo ricorrendo alla mediazione per risolvere una controversia a norma del presente articolo non pregiudica il diritto dei fornitori di servizi di intermediazione online e degli utenti commerciali interessati di promuovere un'azione giudiziaria in qualsiasi momento durante o dopo il processo di mediazione.

5 bis. L'obbligo stabilito al paragrafo 1 non si applica ai fornitori di servizi di intermediazione online che sono piccole imprese ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 2, dell'allegato della raccomandazione 2003/361/CE.

Articolo 11

Mediatori specializzati

La Commissione incoraggia i fornitori di servizi di intermediazione online, le organizzazioni e le associazioni che li rappresentano a istituire, individualmente o congiuntamente, una o più organizzazioni di servizi di mediazione che soddisfino i requisiti di cui all'articolo 10, paragrafo 2, al fine specifico di agevolare la risoluzione extragiudiziale delle controversie con gli utenti commerciali, che insorgano nell'ambito della fornitura di servizi di intermediazione online, tenendo conto in particolare della natura transfrontaliera dei servizi di intermediazione online.

Articolo 12

Procedimenti giudiziari da parte di organizzazioni rappresentative o di associazioni e da parte degli organismi pubblici

1. Le organizzazioni e le associazioni che hanno un legittimo interesse a rappresentare gli utenti commerciali o gli utenti titolari di siti web aziendali, come pure gli organismi pubblici istituiti negli Stati membri, [...] hanno il diritto di adire i giudici nazionali **competenti** nell'Unione, in conformità del diritto dello Stato membro in cui l'azione è promossa, per far cessare o vietare qualsiasi caso d'inadempienza delle pertinenti prescrizioni del presente regolamento da parte dei fornitori di servizi di intermediazione online o di fornitori di motori di ricerca online.

2. Le organizzazioni o le associazioni hanno il diritto di cui al paragrafo 1 soltanto se [...] soddisfano tutti i seguenti requisiti:
- a) sono debitamente costituite secondo il diritto di uno Stato membro;
 - b) perseguono obiettivi nell'interesse collettivo di un gruppo di utenti commerciali o di utenti titolari di siti web aziendali che rappresentano **in via continuativa**;
 - c) non hanno scopo di lucro [...];
 - d) il loro processo decisionale non è indebitamente influenzato da fornitori di finanziamenti terzi e non ricevono finanziamenti da altri fornitori di servizi di intermediazione online o di motori di ricerca online.**

A tal fine le organizzazioni e le associazioni divulgano pubblicamente e in maniera completa le informazioni sulla loro composizione, struttura di governance e situazione finanziaria.

2 bis. Negli Stati membri in cui sono istituiti organismi pubblici, questi ultimi hanno il diritto di cui al paragrafo 1 qualora siano incaricati di difendere gli interessi collettivi di utenti commerciali o utenti titolari di siti web aziendali o di garantire il rispetto delle prescrizioni di cui al presente regolamento, in conformità del diritto nazionale dello Stato membro interessato.

2 ter. Gli Stati membri possono designare:

- a) **organizzazioni o associazioni con sede sul loro territorio che soddisfano almeno i requisiti di cui al paragrafo 2, su richiesta;**

b) organismi pubblici istituiti sul loro territorio che soddisfano i requisiti di cui al paragrafo 2 bis,

a cui è concesso il diritto di cui al paragrafo 1, e ne comunicano il nome e le finalità alla Commissione.

2 quater. La Commissione compila un elenco delle organizzazioni, delle associazioni e degli organismi pubblici a norma del paragrafo 2 ter, precisando le loro finalità. Tale elenco è pubblicato nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea; le modifiche apportate a tale elenco sono pubblicate senza indugio; ogni sei mesi è pubblicato un elenco aggiornato.

2 quinquies. Gli organi giurisdizionali accettano tale elenco quale prova della capacità giuridica dell'organizzazione, dell'associazione o dell'organismo pubblico, fatto salvo il diritto di valutare se la finalità del reclamante giustifichi il suo intervento in un caso specifico.

2 sexies. Qualora lo Stato membro o la Commissione esprima dubbi circa il rispetto dei criteri di cui al paragrafo 2 da parte di un'organizzazione o di un'associazione, o circa il rispetto dei criteri di cui al paragrafo 2 bis da parte di un organismo pubblico, lo Stato membro che ha designato tale organizzazione, associazione od organismo pubblico svolge accertamenti al riguardo e, se del caso, ove uno o più criteri non siano rispettati, revoca la designazione.

3. Il diritto di cui al paragrafo 1 non pregiudica i diritti degli utenti commerciali e degli utenti titolari di siti web aziendali di adire [...] i giudici nazionali competenti, in conformità del diritto dello Stato membro in cui l'azione è promossa, sulla base dei diritti individuali e allo scopo di porre fine a eventuali inadempienze delle prescrizioni pertinenti del presente regolamento da parte dei fornitori di servizi di intermediazione online o dei fornitori di motori di ricerca online.

Articolo 12 bis

Esecuzione

Gli Stati membri stabiliscono le norme che prevedono le sanzioni applicabili alle violazioni delle disposizioni del presente regolamento e ne garantiscono l'attuazione. Le sanzioni previste devono essere effettive, proporzionate e dissuasive.

Articolo 13

Codici di condotta

1. La Commissione incoraggia i fornitori di servizi di intermediazione online e le organizzazioni e associazioni che li rappresentano a elaborare codici di condotta intesi a contribuire alla corretta applicazione del presente regolamento, tenendo conto delle specificità dei diversi settori in cui sono forniti i servizi di intermediazione online e delle caratteristiche specifiche delle microimprese e delle piccole e medie imprese.
2. La Commissione incoraggia i fornitori di motori di ricerca online e le organizzazioni e associazioni che li rappresentano a elaborare codici di condotta intesi **specificamente** a contribuire alla corretta applicazione dell'articolo 5 [...].

Articolo 14

Revisione

1. Entro il [date: *three years after the date of entry into force*] e successivamente ogni tre anni, la Commissione procede a una valutazione del presente regolamento e presenta una relazione al Parlamento europeo, al Consiglio e al Comitato economico e sociale europeo.
2. La prima valutazione del presente regolamento è svolta, in particolare, allo scopo di stabilire se gli obblighi di cui agli articoli 5, 6, 7 e 8 siano stati rispettati, quali ripercussioni abbiano avuto sull'economia delle piattaforme online e se sia necessario aggiungere altre norme, anche riguardanti l'esecuzione, per garantire che il contesto dell'attività commerciale online nel mercato interno sia equo, prevedibile, sostenibile e sicuro.
3. Gli Stati membri forniscono tutte le informazioni pertinenti **in loro possesso** che la Commissione può chiedere per elaborare la relazione di cui al paragrafo 1.
4. Nell'eseguire la valutazione del presente regolamento, la Commissione tiene conto **anche** dei pareri e delle relazioni presentate dal gruppo di esperti dell'osservatorio dell'economia delle piattaforme online, istituito in conformità della decisione C(2018)2393 della Commissione. **La Commissione fa in modo che i pareri degli Stati membri e delle pertinenti parti interessate siano debitamente presi in considerazione in fase di preparazione della relazione di valutazione.** La Commissione tiene inoltre conto, se del caso, del contenuto e del funzionamento degli eventuali codici di condotta di cui all'articolo 13.

Articolo 15

Entrata in vigore e applicazione

1. Il presente regolamento entra in vigore il ventesimo giorno successivo alla pubblicazione nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*.
2. Esso si applica a decorrere da [data: [...] **dodici** mesi dopo la data della sua pubblicazione].

Il presente regolamento è obbligatorio in tutti i suoi elementi e direttamente applicabile in ciascuno degli Stati membri.

Fatto a Bruxelles, il

Per il Parlamento europeo
Il presidente

Per il Consiglio
Il presidente
