



ALLEGATO A alla delibera n. 156/22/CONS

**LINEE GUIDA PER L'ADEGUATA ED EFFICACE APPLICAZIONE DEL
REGOLAMENTO (UE) 2019/1150**

Premessa

1. La legge 30 dicembre 2020, n.178, nel modificare l'articolo 1, comma 6, *lett. c*), della legge 31 luglio 1997, n. 249, ha introdotto il punto 14-bis in base al quale l'Autorità *“garantisce l'adeguata ed efficace applicazione del regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 giugno 2019, che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali di servizi di intermediazione on line, anche mediante l'adozione di linee guida, la promozione di codici di condotta e la raccolta di informazioni pertinenti”*.
2. Il Regolamento (UE) 2019/1150 (di seguito, “Regolamento P2B”) stabilisce norme tese a garantire un contesto commerciale – tra, da un lato, fornitori di servizi di intermediazione *online* e motori di ricerca *online*, e, dall'altro lato, utenti commerciali e titolari di siti *web* aziendali che usufruiscono dei loro servizi – trasparente, equo, prevedibile, sostenibile e sicuro.
3. In tal senso, la trasparenza e la completezza dei termini e delle condizioni generali applicate dai fornitori di servizi di intermediazione *online*, l'efficacia dei sistemi di ricorso e dei meccanismi di risoluzione extragiudiziale delle controversie così come la comprensione dei parametri di posizionamento applicati dai fornitori di motori di ricerca *online*, risultano essenziali per promuovere relazioni commerciali sostenibili e per prevenire comportamenti sleali a detrimento dell'utenza *business* che utilizza i suddetti servizi.
4. In tale contesto, le presenti Linee guida sono volte a fornire indicazioni circa le modalità di dettaglio per la predisposizione da parte dei fornitori di servizi di intermediazione *online* di termini e condizioni¹ di fornitura (di seguito anche “T&C”) dei

¹ Si definiscono “termini e condizioni” come *“i termini e le condizioni o le specificazioni, indipendentemente dal loro titolo o dalla loro forma, determinati 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”*. In aggiunta, si precisa che *“tale determinazione unilaterale è valutata sulla base di una valutazione complessiva, per la quale non è di per sé determinante la dimensione relativa delle parti interessate o il fatto che si sia svolta una negoziazione o che alcune disposizioni della stessa possano essere state soggette a tale negoziazione e determinate congiuntamente dal fornitore e dall'utente commerciale interessato”* (articolo 2, punto 10, del Regolamento P2B).



loro servizi di intermediazione *online* agli utenti commerciali, nonché dei sistemi interni di gestione dei reclami e di mediazione, al fine di assicurare uniformità e coerenza nell'applicazione delle suddette prescrizioni normative. Sono, altresì, trattati gli aspetti relativi alla trasparenza dei parametri di posizionamento, fermo restando gli Orientamenti² espressi dalla Commissione in merito.

5. Per tutte le definizioni si rimanda all'articolo 2 del Regolamento P2B.
6. Le Linee guida in oggetto si applicano a:
 - fornitori di servizi di intermediazione *online*, persone fisiche o giuridiche che, anche se non stabilite o residenti nel territorio nazionale, forniscono, od offrono di fornire, servizi di intermediazione *online*, come definiti dal Regolamento (UE) 2019/1150, agli utenti commerciali stabiliti o residenti in Italia;
 - fornitori di motori di ricerca *online*, persone fisiche o giuridiche che, anche se non stabilite o residenti nel territorio nazionale, forniscono, od offrono di fornire, un motore di ricerca *online*, come definito dal Regolamento (UE) 2019/1150, in lingua italiana o agli utenti stabiliti o residenti in Italia.

I. Reperibilità

7. Il Regolamento P2B prevede che i fornitori di servizi di intermediazione *online* garantiscono che i loro termini e le loro condizioni 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 (articolo 3, paragrafo 1, lettera b)).
8. I termini e le condizioni devono, quindi, essere reperibili anche per gli utenti potenziali, che non hanno ancora un rapporto contrattuale in essere con il fornitore di servizi di intermediazione *online* per la fruizione del servizio di intermediazione *online*.
9. Pertanto, i fornitori di servizi di intermediazione *online* rendono accessibile sul proprio sito *web*, con apposito collegamento dalla *home page* chiaramente identificabile (*link* ben visibile e direttamente accessibile), una pagina tematica dedicata ai termini e alle condizioni per gli utenti commerciali, che includa tutte le informative riconducibili al Regolamento P2B.

Q.1 Si condivide la proposta dell'Autorità in merito alle indicazioni per l'applicazione del requisito della reperibilità dei termini e condizioni, come sopra formulate? Si forniscano valutazioni, osservazioni e commenti.

² Comunicazione della Commissione europea (2020/C 424/01) recante "Orientamenti sulla trasparenza del posizionamento a norma del Regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio".



II. Comprensibilità

10. Il Regolamento P2B prevede che i fornitori di servizi di intermediazione *online* garantiscono che i loro termini e le loro condizioni siano redatti in un linguaggio semplice e comprensibile (articolo 3, paragrafo 1, lettera a)). In tal senso, i T&C non devono risultare vaghi, poco specifici, fuorvianti o omissivi.

11. Pertanto, le relative informative, che i fornitori di servizi di intermediazione *online* sono tenuti a rendere disponibili agli utenti commerciali, devono essere chiare e leggibili. Ciò implica che le informazioni pertinenti siano organizzate in maniera organica secondo un livello di dettaglio adeguato e risultare direttamente accessibili (ad esempio, tramite dei collegamenti ipertestuali inseriti nel documento principale) dalla pagina *web* dedicata.

12. Inoltre, i fornitori di servizi di intermediazione *online* che forniscono servizi in Italia devono redigere i T&C, e le relative informative collegate, in lingua italiana.

Q.2 Si condivide la proposta dell’Autorità in merito alle indicazioni per l’applicazione del requisito di comprensibilità dei termini e condizioni, come sopra formulate? Si forniscano valutazioni, osservazioni e commenti.

III. Completezza

13. I termini e le condizioni devono consentire agli utenti commerciali di acquisire tutti gli elementi necessari ad assumere scelte informate e consapevoli, nonché ad ottenere un ragionevole grado di prevedibilità sugli aspetti più importanti della relazione contrattuale. Pertanto, i termini e le condizioni di fornitura dei servizi di intermediazione *online* devono riportare tutti gli elementi informativi richiesti dal Regolamento P2B all’articolo 3, paragrafo 1.

14. Sono declinate nei punti a seguire le indicazioni di dettaglio per l’applicazione delle suddette misure, previste dal Regolamento P2B, circa i contenuti dell’informativa che i fornitori di servizi di intermediazione *online* sono tenuti a rendere disponibile agli utenti commerciali.

15. Al riguardo, il Regolamento P2B prevede che i termini e le condizioni, o le loro disposizioni specifiche, non conformi alle prescrizioni del Regolamento P2B siano nulle e prive di validità. In particolare, le stesse devono essere considerate come mai esistite con effetti *erga omnes* ed *ex tunc* (articolo 3, paragrafo 3)³.

Q.3 Si condivide la proposta dell’Autorità in merito alle indicazioni per l’applicazione del requisito di completezza dei termini e delle condizioni, come sopra formulate? Si forniscano valutazioni, osservazioni e commenti.

³ Tale previsione dovrebbe tuttavia riguardare solo le disposizioni specifiche dei termini e delle condizioni che non sono conformi. Le disposizioni rimanenti dovrebbero restare valide e applicabili, nella misura in cui possono essere dissociate da quelle non conformi (considerando 20).



IV. Modifiche dei termini e delle condizioni.

16. Il Regolamento P2B prevede che i fornitori di servizi di intermediazione *online*, quando intendono modificare i termini e le condizioni, devono comunicare preventivamente ai propri utenti commerciali le modifiche proposte almeno 15 giorni prima di applicarle (articolo 3, paragrafo 2), fatte salve le eccezioni previste dal Regolamento medesimo (articolo 3, paragrafo 4).

17. In funzione della complessità e dell'impatto della modifica sull'attività o sulla fruizione del servizio da parte degli utenti commerciali, devono essere indicati termini di preavviso proporzionalmente più lunghi rispetto al termine minimo di preavviso pari a 15 giorni⁴.

18. L'informativa deve essere reperibile in lingua italiana, essere redatta in un linguaggio semplice e comprensibile ed includere la descrizione delle modalità con cui eventuali modifiche contrattuali e di servizio devono essere comunicate agli utenti commerciali, le relative tempistiche di preavviso (esplicitando le eccezioni previste dal Regolamento P2B), nonché le modalità con cui gli utenti commerciali possono rinunciare al termine di preavviso.

19. Qualunque modifica deve essere comunicata su supporto durevole ossia in un formato cui sia possibile accedere in futuro mantenendo intatte tutte le informazioni originarie (ad esempio via e-mail)⁵.

20. Eventuali modifiche ai T&C devono essere comunicate nel rispetto delle tempistiche e nelle modalità previste dal Regolamento P2B. In particolare, le eventuali modifiche intervenute devono essere direttamente comunicate agli utenti commerciali con i quali sono in corso delle relazioni contrattuali, nonché pubblicate nell'apposita sezione dedicata del sito *web* pubblicamente accessibile. Non sono attuabili modifiche retroattive se non in adempimento a obblighi normativi o regolamentari ovvero quando risultino vantaggiose per gli utenti commerciali.

21. Nel caso di mancata comunicazione di una modifica dei T&C nei termini previsti dal Regolamento P2B, le modifiche dei termini e delle condizioni sono nulle e prive di validità. In particolare, le stesse devono essere considerate come mai esistite con effetti *erga omnes* ed *ex tunc*.

22. In base al Regolamento P2B, i termini e le condizioni di fornitura dei servizi di intermediazione *online* devono includere tutte le informazioni sulle condizioni alle quali gli utenti commerciali possono risolvere la relazione contrattuale con il fornitore di servizi di intermediazione *online* (articolo 3, paragrafo 2, e articolo 8).

⁴ A titolo di esempio, non esaustivo, possono essere previsti tempi di preavviso più lunghi nel caso di modifiche sostanziali delle caratteristiche del servizio di intermediazione *online*, che siano rilevanti per gli utenti commerciali ovvero nel caso in cui questi ultimi siano costretti ad effettuare adeguamenti tecnici e commerciali al fine di conformarsi alla modifica.

⁵ Articolo 2, punto 13, del Regolamento P2B.



23. A tal fine, la relativa informativa deve essere reperibile in lingua italiana, essere redatta in un linguaggio semplice e comprensibile e descrivere chiaramente, in maniera dettagliata e debitamente circostanziata, le modalità alle quali gli utenti commerciali possono esercitare il diritto di recesso. Al riguardo, non si ritiene che una formulazione standard e generica soddisfi i requisiti di trasparenza, equità e buona fede previsti dal Regolamento P2B.

24. Le suddette informative devono essere collocate in apposite sezioni concernenti le “*modifiche contrattuali*” e le “*modalità di recesso*” dei T&C ben visibili e accessibili dalla pagina *web* dedicata.

Q.4 Si condivide la proposta dell’Autorità in merito alle indicazioni per l’applicazione delle prescrizioni relative alle modifiche ai termini e alle condizioni e alle modalità di recesso, come sopra formulate? Si forniscano valutazioni, osservazioni e commenti.

V. **Limitazione, sospensione, cessazione**

25. Il Regolamento P2B prevede che i termini e le condizioni enuncino le ragioni che giustificano le decisioni di sospendere, cessare o limitare in altro modo, in tutto o in parte, la fornitura dei servizi di intermediazione *online* agli utenti commerciali (articolo 3, paragrafo 1, *lett. c*).

26. A tal fine, la relativa informativa deve essere collocata in apposita sezione concernente le misure di “*limitazione, sospensione, cessazione*” dei T&C ben visibile e accessibile dalla pagina *web* dedicata.

27. L’informativa deve essere reperibile in lingua italiana, essere redatta in un linguaggio semplice e comprensibile e includere la descrizione delle ragioni che giustificano le decisioni di sospendere, far cessare o limitare in altro modo l’uso dei loro servizi da parte degli utenti commerciali, anche in relazione a singoli beni o servizi offerti da tale utente commerciale.

28. Nell’informativa devono inoltre essere esplicitate le tempistiche applicabili, così come disciplinate dal Regolamento P2B, e devono essere riportate le casistiche per le quali in via eccezionale non si applicano i termini di preavviso previsti dal Regolamento P2B (articolo 4).

29. I T&C devono evidenziare chiaramente che le azioni di limitazione, cessazione, sospensione dei servizi da parte del fornitore dei servizi di intermediazione *online*, nonché le relative motivazioni, sono comunicate all’utente commerciale interessato, preventivamente o al momento in cui la limitazione o la sospensione prende effetto, usando un supporto durevole (ossia qualsiasi mezzo che consenta agli utenti commerciali



di conservare tali comunicazioni in modo da potervi accedere in futuro mantenendo intatte tutte le informazioni originarie, ad esempio una *e-mail*).⁶

30. Nei T&C deve essere altresì precisato che le suddette comunicazioni, salvo ove diversamente previsto dal Regolamento P2B, devono includere una descrizione completa dei fatti o delle circostanze specifiche (compreso il contenuto delle segnalazioni di terzi) che hanno determinato tali azioni da parte del fornitore di servizi di intermediazione *online* e le relative motivazioni. I fornitori di servizi devono garantire una proporzionalità nelle decisioni di limitazione, sospensione e cessazione dei servizi; al riguardo, gli stessi, laddove ragionevole e tecnicamente fattibile, devono adottare misure preliminari specifiche prima della completa cessazione del servizio⁷.

Q.5 Si condivide la proposta dell’Autorità in merito alle indicazioni per l’applicazione delle prescrizioni relative alle azioni di limitazione, sospensione e cessazione dei servizi di intermediazione online, come sopra formulate? Si forniscano valutazioni, osservazioni e commenti.

VI. Visibilità dell'identità dell'utente commerciale

31. Il Regolamento P2B prevede che i T&C contengono informazioni generali sugli effetti dei termini e delle condizioni sulla proprietà e il controllo dei diritti di proprietà intellettuale degli utenti commerciali (articolo 3, paragrafo 1, *lett. e*)).

32. A tal fine, la relativa informativa deve essere collocata in apposita sezione concernente gli “*effetti sulla proprietà e il controllo dei diritti di proprietà intellettuale*” dei T&C ben visibile e accessibile dalla pagina *web* dedicata.

33. L’informativa deve essere reperibile in lingua italiana, essere redatta in un linguaggio semplice e comprensibile ed includere la descrizione circa gli effetti di T&C sull’uso generale di loghi, marchi o denominazioni commerciali degli utenti commerciali.

Q.6 Si condivide la proposta dell’Autorità in merito alle indicazioni per l’applicazione delle prescrizioni relative agli effetti su proprietà e il controllo dei diritti di proprietà intellettuale, come sopra formulate? Si forniscano valutazioni, osservazioni e commenti.

⁶ Disporre di una comunicazione completa e motivata su supporto durevole (per iscritto) consente all’utente commerciale di gestire un contraddittorio con il fornitore di servizi di intermediazione *online* sia mediante la presentazione di un reclamo attraverso il sistema di gestione dei reclami (anche nei casi in cui si desidera contestare la decisione di limitare, sospendere o far cessare l’uso del servizio di intermediazione *online*) sia attraverso il ricorso alla mediazione.

⁷ In particolare la completa cessazione del servizio con la chiusura dell’*account* di un utente commerciale è considerata la misura più severa in quanto impedisce allo stesso di svolgere il proprio business. È auspicabile pertanto che tale azione sia applicata in casi estremi e che siano previsti interventi meno drastici in relazione alla gravità della condotta (rimozione di singoli beni o servizi di un utente commerciale, azioni sulla visibilità o sul posizionamento, ecc..).



VII. Prodotti e servizi accessori

34. Il Regolamento P2B preve che qualora i fornitori di servizi di intermediazione *online* o soggetti terzi offrano ai consumatori prodotti e servizi accessori, inclusi prodotti finanziari, tramite servizi di intermediazione *online*, sono tenuti a predisporre un'apposita informativa (articolo 6).

35. A tal fine, l'informativa deve essere collocata in apposita sezione concernente l'offerta di "*prodotti e servizi accessori*" dei T&C ben visibile e accessibile dalla pagina *web* dedicata.

36. L'informativa deve essere reperibile in lingua italiana ed essere redatta in un linguaggio semplice e comprensibile. In particolare, nell'informativa deve essere riportata la descrizione dei prodotti e dei servizi complementari che possono essere offerti ai consumatori insieme all'offerta principale di un utente commerciale (compresi i prodotti finanziari o quelli che possono costituire un aggiornamento o uno strumento di personalizzazione collegato a quello specifico prodotto), indipendentemente dal fatto che essa sia proposta dal servizio di intermediazione *online* stesso o da terzi⁸.

37. Deve altresì essere indicato se e a quali condizioni l'utente commerciale sia a sua volta autorizzato a offrire propri prodotti e servizi accessori complementari attraverso il servizio di intermediazione *online*. Diversamente deve essere esplicitamente precisato che non si offrono prodotti e servizi accessori.

Q.7 Si condivide la proposta dell'Autorità in merito alle indicazioni per l'applicazione delle prescrizioni relative prodotti e servizi accessori, come sopra formulate? Si forniscano valutazioni, osservazioni e commenti.

VIII. Canali di distribuzione aggiuntivi

38. Il Regolamento P2B prevede che i termini e le condizioni devono comprendere le informazioni su eventuali canali di distribuzione aggiuntivi e potenziali programmi affiliati, attraverso i quali i fornitori di servizi di intermediazione *online* possano commercializzare i prodotti e i servizi offerti dagli utenti commerciali (articolo 3, paragrafo 1, *lett. d*)).

39. La relativa informativa deve essere collocata in apposita sezione concernente i "*canali di distribuzione aggiuntivi*" dei T&C ben visibile e accessibile dalla pagina *web* dedicata.

40. L'informativa deve essere reperibile in lingua italiana, essere redatta in un linguaggio semplice e comprensibile e contenere tutti gli elementi di dettaglio necessari sugli eventuali canali di distribuzione aggiuntivi, per commercializzare i prodotti e i

⁸ Pertanto, non devono essere esclusi i beni e servizi che sono semplicemente venduti in aggiunta al bene o servizio primario in questione piuttosto che essere complementari nella loro natura.



servizi offerti ai consumatori sul servizio di intermediazione *online*, nonché le relative condizioni di utilizzo.

41. Segnatamente, devono essere riportate le informazioni circa l'utilizzo di programmi di affiliazione, siti *web* di terze parti, *app* o altri servizi di intermediazione *online* eventualmente utilizzati dai fornitori di servizi di intermediazione *online* in aggiunta alle rispettive piattaforme di distribuzione, nonché le relative condizioni di utilizzo. Diversamente deve essere esplicitamente precisato che non si utilizzano canali di distribuzione aggiuntivi.

Q.8 Si condivide la proposta dell'Autorità in merito alle indicazioni per l'applicazione delle prescrizioni relative all'utilizzo di canali di distribuzione aggiuntivi, come sopra formulate? Si forniscano valutazioni, osservazioni e commenti.

IX. Limitazioni all'offerta di condizioni diverse mediante altri mezzi

42. Il Regolamento P2B prevede che i fornitori di servizi di intermediazione *online* includono nei loro termini e nelle loro condizioni le ragioni di eventuali limitazioni, nell'ambito della fornitura dei loro servizi di intermediazione, circa la capacità degli utenti commerciali di offrire gli stessi beni e servizi ai consumatori a condizioni diverse (ad esempio applicando condizioni uguali o migliori o a prezzi inferiori) sul proprio sito *web* o su altri servizi di intermediazione *online* (articolo 10).⁹

43. La relativa informativa, pertanto, deve essere collocata in apposita sezione concernente le “*limitazioni all'offerta di condizioni diverse mediante altri mezzi*” dei T&C ben visibile e accessibile dalla pagina *web* dedicata.

44. L'informativa deve essere reperibile in lingua italiana ed essere redatta in un linguaggio semplice e comprensibile, nonché riportare quantomeno le principali considerazioni di ordine economico, commerciale o giuridico, che hanno motivato tali limitazioni.

Q.9 Si condivide la proposta dell'Autorità in merito alle indicazioni per l'applicazione delle prescrizioni relative alle clausole NPF, come sopra formulate? Si forniscano valutazioni, osservazioni e commenti.

X. Accesso ai dati

45. Il Regolamento P2B prevede che i fornitori di servizi di intermediazione *online* descrivono nei T&C le loro politiche di accesso ai dati e, in dettaglio, le condizioni di accesso tecnico e contrattuale, da parte 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

⁹ Cfr. “clausola della nazione più favorita” (clausole NPF) o “Most Favoured Nation” (clausole MFN).



di intermediazione *online* in questione o generati tramite la fornitura di tali servizi (articolo 9).

46. A tal fine, la relativa informativa sia collocata in apposita sezione concernente l'“*accesso ai dati P2B*” dei T&C direttamente accessibili dalla pagina *web* dedicata tramite *link* ben visibile e accessibile dalla pagina *web* dedicata.

47. L'informativa deve essere reperibile in lingua italiana ed essere redatta in un linguaggio semplice e comprensibile, in modo tale da rendere disponibile agli utenti commerciali una chiara descrizione sulla portata, la natura e le condizioni di accesso a determinate categorie di dati e del loro utilizzo, secondo un livello di dettaglio adeguato e proporzionato.

48. L'informativa deve esplicitare chiaramente la possibilità o meno che:

- a. i fornitori di servizi di intermediazione *online* abbiano accesso ai dati personali e/o ad altri dati, o a entrambi, che gli utenti commerciali o i consumatori forniscono per l'uso dei servizi di intermediazione *online* o che sono generati tramite la fornitura di tali servizi;
- b. gli utenti commerciali abbiano o meno accesso ai dati personali e/o ad altri dati, o a entrambi, da loro forniti in relazione all'uso che hanno fatto dei servizi di intermediazione *online* o che sono stati generati dal servizio di intermediazione *online* in questione durante la fornitura di tali servizi agli stessi utenti commerciali e ai loro relativi clienti;
- c. gli utenti commerciali abbiano accesso ai dati personali e/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 consumatori che utilizzano il servizio di intermediazione *online*;
- d. i fornitori di servizi di intermediazione *online* condividano con terzi dati personali o a 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. In tal caso, devono specificare lo scopo di tale condivisione di dati con terzi. Laddove la condivisione dei dati con tali terzi non sia necessaria per il corretto funzionamento dei servizi di intermediazione *online*, i fornitori di servizi di intermediazione *online* descrivono le possibilità di cui dispongono gli utenti commerciali per esimersi da tale condivisione di dati.

49. In caso in cui sia consentito l'accesso ai dati, devono essere specificate le categorie di dati interessate e deve essere fornita una chiara descrizione della portata, natura e relative condizioni di accesso e di utilizzo. Diversamente, deve essere esplicitamente precisata l'eventuale indisponibilità di accesso ai dati.

50. I T&C devono includere l'informazione sulla possibilità o meno, nonché sulla relativa modalità, di accesso ai dati forniti o generati dall'utente commerciale e conservati dalla piattaforma anche quando cessa il rapporto contrattuale tra il fornitore di servizi di intermediazione *online* e l'utente commerciale (articolo 8).



51. Nell'informativa deve essere precisato quanto previsto dal Regolamento P2B circa il fatto che non è pregiudicata l'applicazione delle disposizioni giuridiche dell'UE sulla protezione dei dati personali, in particolare il regolamento (UE) 2016/679¹⁰, la direttiva (UE) 2016/680¹¹ e la direttiva 2002/58/CE¹².

Q.10 Si condivide la proposta dell'Autorità in merito alle indicazioni per l'applicazione delle prescrizioni relative all'accesso ai dati, come sopra formulate? Si forniscano valutazioni, osservazioni e commenti.

XI. Posizionamento e Trattamento differenziato

52. Il Regolamento prevede che i fornitori di servizi di intermediazione *online* devono descrivere nei loro termini e nelle loro condizioni i principali parametri che determinano il “*posizionamento*” e i motivi dell'importanza relativa di tali parametri principali rispetto ad altri parametri (articolo 5, paragrafo 1). A tal fine, la relativa informativa deve essere collocata in apposita sezione concernente il “*posizionamento*” dei T&C, ben visibile e accessibile dalla pagina *web* dedicata e deve contenere gli adeguati livelli di dettaglio e non risultare generica, vaga, omissiva o prolissa.¹³

53. Il Regolamento prevede, altresì, che i fornitori di motori di ricerca *online* devono indicare i principali parametri che, individualmente o collettivamente, sono i più significativi per determinare il posizionamento e specificano l'importanza relativa di tali parametri (articolo 5, paragrafo 2). La relativa informativa deve essere pubblicata, costantemente aggiornata, in apposita sezione dedicata del loro sito *web*, ben visibile e identificabile, accessibile dalla *home page* e deve contenere gli adeguati livelli di dettaglio e non risultare generica, vaga, omissiva o prolissa.

54. Ciascuna informativa deve essere reperibile in lingua italiana ed essere redatta in un linguaggio semplice e comprensibile, in modo tale da consentire agli utenti commerciali e ai titolari di siti *web* aziendali di comprendere chiaramente se, come e in quale misura il meccanismo di posizionamento tiene conto delle caratteristiche dei beni e dei servizi offerti ai consumatori tramite i servizi di intermediazione *online* o tramite il

¹⁰ 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).

¹¹ Direttiva (UE) 2016/680 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativa alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali da parte delle autorità competenti a fini di prevenzione, indagine, accertamento e perseguimento di reati o esecuzione di sanzioni penali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la decisione quadro 2008/977/GAI del Consiglio.

¹² Direttiva 2002/58/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 luglio 2002, relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche (direttiva relativa alla vita privata e alle comunicazioni elettroniche).

¹³ A norma dell'articolo 2, punto 8, si definisce “posizionamento” la rilevanza relativa attribuita ai beni o ai servizi offerti mediante i servizi di intermediazione *online*, come illustrato, organizzato o comunicato dal fornitore a prescindere dai mezzi tecnologici usati per tale presentazione, organizzazione o comunicazione.



motore di ricerca *online*, nonché della pertinenza di tali caratteristiche per i suddetti consumatori. Inoltre, nonché delle caratteristiche grafiche del sito *web* dei titolari di un sito *web* aziendale.

55. L'informativa deve altresì riportare una descrizione circa l'eventuale possibilità di influire sul posizionamento, specificandone le modalità, a fronte di un corrispettivo versato direttamente o indirettamente dall'utente commerciale al fornitore del servizio di intermediazione *online* ovvero dal titolare del sito *web* aziendale al motore di ricerca *online*; deve essere indicato e comunicato l'uso aggiuntivo di servizi ausiliari o funzionalità *premium*.

56. Inoltre, il Regolamento prevede che i fornitori di servizi di intermediazione *online* devono indicare nei T&C qualsiasi trattamento differenziato (incluso il posizionamento) riservato ai beni o servizi offerti da loro stessi, o da utenti commerciali controllati, rispetto al trattamento riservato a beni e servizi offerti da utenti commerciali terzi (articolo 7, paragrafo 1). La relativa informativa, contenente tutti gli elementi individuati dal Regolamento, deve essere collocata in apposita sezione concernente il "*trattamento differenziato*" dei T&C, ben visibile e accessibile dalla pagina *web* dedicata. Segnatamente, l'informativa deve includere le considerazioni di ordine economico, commerciale o giuridico alla base di tale trattamento differenziato.

57. Anche i fornitori dei motori di ricerca *online* devono predisporre un'apposita informativa concernente qualunque trattamento differenziato circa il posizionamento che riservino o possano riservare ai beni o ai servizi offerti ai consumatori da loro stessi, o da utenti titolari di siti *web* aziendali controllati, rispetto al trattamento riservato a beni e servizi offerti da utenti titolari di siti *web* aziendali terzi (articolo 7, paragrafo 2). La relativa informativa, contenente tutti gli elementi individuati dal Regolamento, deve essere pubblicata in apposita sezione dedicata del loro sito *web*, ben visibile e identificabile, accessibile dalla *home page*.

58. I fornitori di servizi di intermediazione *online* e i fornitori di motori di ricerca *online*, nell'applicazione delle prescrizioni di cui agli articoli 5 e 7 del Regolamento P2B, tengono in massima considerazione le indicazioni di cui alla Comunicazione della Commissione europea (2020/C 424/01) recante "*Orientamenti sulla trasparenza del posizionamento a norma del Regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio*".

59. L'Autorità si riserva di individuare ulteriori indirizzi in materia nell'ambito di un apposito Tavolo Tecnico, relativo all'applicazione degli articoli 5 e 7 del Regolamento P2B da parte sia dei fornitori dei servizi di intermediazione *online* sia dei motori di ricerca *online*, anche al fine di promuovere l'adozione di codici di condotta.

<p>Q.11 Si condivide la proposta dell'Autorità in merito alle indicazioni per l'applicazione delle prescrizioni relative al posizionamento e al trattamento differenziato, come sopra formulate? Si forniscano valutazioni, osservazioni e commenti.</p>
--



Q.12 Si condivide la previsione dell’Autorità di istituire un Tavolo Tecnico relativo all’applicazione degli articoli 5 e 7 del Regolamento P2B? Si forniscano valutazioni, osservazioni e commenti.

XII. Sistema interno di gestione dei reclami

60. Il Regolamento P2B prevede che i fornitori di servizi di intermediazione *online*, ad eccezione delle piccole imprese¹⁴, devono istituire un sistema interno per la gestione dei reclami degli utenti commerciali, improntato ai principi di trasparenza e parità di trattamento, che sia gratuito, facilmente accessibile e garantisca che i reclami siano gestiti in un lasso di tempo ragionevole (articolo 11). Il suddetto sistema deve consentire ai fornitori di servizi di intermediazione *online* di prestare la debita attenzione ai reclami ricevuti in modo rapido ed efficace, per risolvere adeguatamente i problemi sollevati in maniera equa e non discriminatoria¹⁵.

61. I fornitori di servizi di intermediazione *online* sono tenuti a prevedere 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 garantendone la tracciabilità in ogni fase.

62. La relativa informativa redatta in lingua italiana, in un linguaggio semplice e comprensibile, deve essere collocata in apposita sezione concernente il “*sistema interno di gestione dei reclami per utenti commerciali*” dei T&C, ben visibile e accessibile dalla pagina *web* dedicata. Si precisa che la suddetta informativa deve essere dedicata agli utenti commerciali e distinta da quella destinata agli eventuali utenti finali (consumatori).

63. In particolare, al fine di rendere accessibili le informazioni pertinenti relative all’accesso e al funzionamento del loro sistema interno di gestione dei reclami, i fornitori di servizi di intermediazione *online* devono includere nei T&C una descrizione della procedura di gestione dei reclami, che sia inclusiva delle fasi di cui si compone, dei recapiti di contatto e delle modalità per attivarla, nonché di quelle per garantirne la tracciabilità.

64. L’informativa deve altresì precisare che il sistema di gestione dei reclami è aperto a tutti gli utenti commerciali che utilizzano il servizio di intermediazione *online*, ivi inclusi gli utenti commerciali il cui utilizzo dei servizi di intermediazione *online* possa essere stato limitato, sospeso o cessato. A tal riguardo, il processo interno di gestione dei

¹⁴ Raccomandazione 2003/361/CE della Commissione, del 6 maggio 2003, relativa alla definizione delle microimprese, piccole e medie imprese. Quelli il cui personale conta meno di 50 membri e che generano un fatturato inferiore a 10 milioni di EUR. Tale esenzione lascia impregiudicato il diritto di tali imprese di creare, su base volontaria, un sistema interno di gestione dei reclami che sia conforme ai criteri stabiliti nel Regolamento P2B.

¹⁵ Il sistema può essere istituito nell’ambito delle attività del servizio di intermediazione *online*; quest’ultimo può tuttavia delegare tale compito a un fornitore esterno di servizi o a un’altra parte della sua struttura aziendale. Se il compito è delegato, il fornitore incaricato deve avere piena autorità ed essere in grado di garantire il rispetto delle prescrizioni del Regolamento P2B.

reclami deve altresì consentire all'utente commerciale di chiarire i fatti e le circostanze che hanno determinato l'azione di limitazione, sospensione o cessazione del servizio da parte del fornitore di servizi di intermediazione *online*.

65. Inoltre, nell'informativa devono essere indicati i casi nei quali un utente commerciale può ricorrere al sistema di gestione dei reclami così come individuati dal Regolamento P2B, ossia: i) presunta inadempienza, da parte del fornitore di servizi di intermediazione *online*, degli obblighi stabiliti dal Regolamento P2B con conseguenze per l'utente commerciale che presenta un reclamo ("*reclamante*"); ii) questioni tecnologiche che si ricollegano alla fornitura dei servizi di intermediazione *online* con conseguenze per il reclamante; e iii) misure o comportamenti, adottati dal fornitore di servizi di intermediazione *online*, direttamente connessi alla fornitura dei servizi di intermediazione *online* con conseguenze per il reclamante.

66. In particolare, devono essere specificati i canali attraverso i quali gli utenti commerciali possono inoltrare il reclamo, indicando in maniera puntuale i recapiti dei punti di contatto dedicati¹⁶. Per consentire un'adeguata trasparenza del contraddittorio devono essere indicate in maniera chiara e sintetica le fasi della procedura di gestione dei reclami ricevuti e le tempistiche di lavorazione.

67. Nei T&C devono essere altresì descritte le modalità con cui i fornitori di servizi di intermediazione *online* comunicano al reclamante la presa in carico e l'esito del reclamo. A tal fine, la comunicazione individuale deve essere specifica sul reclamo inviato, redatta in un linguaggio semplice e comprensibile e su di un supporto durevole, e riportare l'identità del responsabile incaricato e gli estremi necessari per l'identificazione della singola pratica. Inoltre, la spiegazione relativa all'esito del reclamo deve essere completa e non generica (ovvero standardizzata) e dare evidenza degli elementi specifici relativi alla gestione della pratica.

68. Eventuali modifiche al funzionamento del sistema di reclami devono essere comunicate agli utenti commerciali con un preavviso di almeno 15 giorni (articolo 3, paragrafo 2). Tutte le funzionalità implementate per prevenire un utilizzo in malafede del sistema di gestione dei reclami da parte degli utenti commerciali devono essere utilizzate solo laddove necessario e in misura proporzionata ai potenziali abusi.

69. I T&C devono inoltre precisare che qualsiasi tentativo di raggiungere un accordo attraverso il sistema di gestione dei reclami non pregiudica il diritto di promuovere un'azione giudiziaria, sia per gli utenti commerciali sia per il fornitore di servizi di intermediazione *online* interessato, né la possibilità di accedere a eventuali meccanismi di mediazione, in qualsiasi momento durante o dopo il processo di gestione dei reclami.

¹⁶ I requisiti di trasparenza del contraddittorio non si ritengono soddisfatti nel caso di utilizzo di procedure automatiche attivabili attraverso un generico indirizzo di posta elettronica o la compilazione di un modulo *online* che non consenta un'interazione diretta e immediata, né soddisfi le esigenze di imputabilità e identificazione del responsabile della procedura.



70. I termini e le condizioni includono collegamenti ipertestuali alla pagina *web* in cui sono pubblicate da parte dei fornitori di servizi di intermediazione *online* le informative sul funzionamento e sull'efficacia del loro sistema interno di gestione dei reclami¹⁷.

Q.13 Si condivide la proposta dell'Autorità in merito alle indicazioni per l'applicazione delle prescrizioni relative al sistema interno di gestione dei reclami, come sopra formulate? Si forniscano valutazioni, osservazioni e commenti.

XIII. Mediazione

71. Il Regolamento P2B prevede che i fornitori di servizi di intermediazione *online* indicano nei loro termini e nelle loro condizioni¹⁸ due o più mediatori con i quali sono disposti a 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. I mediatori individuati nei T&C devono soddisfare i requisiti individuati dal Regolamento P2B. La scelta del mediatore non deve altresì privare gli utenti commerciali della tutela offerta dal diritto dell'Unione relativamente alla protezione dei dati personali e dei segreti commerciali (articolo 12).

72. Al riguardo, si rileva che, al fine di potenziare il grado di neutralità della mediazione, dovrebbero essere indicati da parte dei fornitori di servizi di intermediazione *online* mediatori riferiti a centri di imputazione distinti.

73. I fornitori di servizi di intermediazione *online* devono predisporre una specifica informativa da collocare in apposita sezione concernente la “*mediazione*” dei T&C, ben visibile e accessibile dalla pagina *web* dedicata. L'informativa deve essere reperibile in lingua italiana, ed essere formulata in un linguaggio semplice e comprensibile riportando un adeguato livello di dettaglio. Si precisa che l'informativa sulla mediazione deve afferire ai rimedi extragiudiziali e deve essere distinta in maniera chiara dai rimedi giudiziali.

74. La suddetta informativa deve riportare tutte le informazioni pertinenti relative alle modalità tramite le quali gli utenti possono richiedere la mediazione attraverso i mediatori indicati. In particolare, i T&C devono includere una descrizione della procedura di mediazione, che sia inclusiva delle fasi di cui si compone, dei punti di contatto e delle modalità per richiederla, nonché degli elementi per garantirne la tracciabilità anche

¹⁷ Articolo 11, paragrafo 4 del Regolamento P2B.

¹⁸ L'obbligo non si applica ai fornitori di servizi di intermediazione *online* che sono piccole imprese. Resta impregiudicato il diritto di tali imprese di indicare nei loro termini e condizioni mediatori che soddisfano i criteri stabiliti nel Regolamento P2B.



mediante supporto telematico che consenta il salvataggio del contraddittorio. La descrizione deve indicare anche le modalità di ripartizione dei costi della mediazione¹⁹.

75. Inoltre, deve essere esplicitato che la mediazione si svolge in lingua italiana e che gli orari di disponibilità del servizio prestato dal mediatore devono essere compatibili con quelli dell'attività lavorativa dell'utente commerciale che si avvale di servizi di intermediazione *online* forniti in Italia.

76. Nell'informativa deve essere altresì precisato che gli utenti commerciali possono cercare un accordo con il fornitore di servizi di intermediazione *online* per ricorrere a un mediatore diverso o supplementare di loro scelta, secondo i termini previsti dal Regolamento P2B.

77. I fornitori di servizi di intermediazione *online* e gli utenti commerciali si impegnano in buona fede in tutti i tentativi di mediazione. I fornitori di servizi di intermediazione *online* possono decidere di non impegnarsi nella mediazione esclusivamente nelle circostanze eccezionali²⁰ individuate dal Regolamento P2B. Di tali condizioni deve essere fatta menzione in maniera chiara e completa nei T&C.

78. Segnatamente, nei T&C devono essere indicati quantomeno i seguenti elementi:

- a) nome o denominazione, informazioni di contatto e indirizzo del sito *web* di ciascuno dei mediatori individuati;
- b) informazioni sulla struttura, comprese le informazioni sulle persone fisiche incaricate della risoluzione delle controversie, sul loro mandato e sul loro datore di lavoro;
- c) dichiarazione motivata circa il possesso dei mediatori individuati dei requisiti di cui all'art. 12, paragrafo 2, del Regolamento P2B;
- d) descrizione dell'iter procedurale seguito per la mediazione;
- e) costi della mediazione e criteri di ripartizione tra le parti;
- f) durata media della mediazione;
- g) indicazione del fatto che la procedura di risoluzione delle controversie viene svolta in lingua italiana;
- h) dichiarazione sui tipi di controversie trattati mediante la mediazione;
- i) eccezioni individuate dal Regolamento P2B per cui il fornitore di servizi di intermediazione *online* può rifiutare la trattazione di una determinata controversia attraverso la mediazione.

¹⁹ 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 (articolo 12, paragrafo 4).

²⁰ Qualora l'utente commerciale interessato desideri impegnarsi in una mediazione su un argomento in relazione al quale lo stesso utente ha precedentemente avviato un procedimento e il mediatore abbia concluso che in quel caso l'utente commerciale non ha agito in buona fede oppure qualora ripetuti tentativi di mediazione non abbiano avuto successo (considerando 42).



79. Fermo restando che gli utenti commerciali possano essere invitati ad esperire il reclamo in via preventiva attraverso il sistema interno di gestione dei reclami predisposto dai fornitori di servizi di intermediazione *online*, non sono conformi al Regolamento P2B eventuali prescrizioni che condizionino l'accesso alla mediazione al previo esperimento della procedura di reclamo e non lo garantiscano anche come rimedio diretto.

80. Inoltre, nei T&C deve essere precisato che qualsiasi tentativo di raggiungere un accordo attraverso la mediazione non pregiudica il diritto di adire un giudice, sia per gli utenti commerciali sia per il fornitore di servizi di intermediazione *online* interessato, in qualsiasi momento prima, durante o dopo il processo di mediazione.

Q.14 Si condivide la proposta dell'Autorità in merito alle indicazioni per l'applicazione delle prescrizioni relative alla mediazione, come sopra formulate? Si forniscano valutazioni, osservazioni e commenti.

XIV. Condizioni generali

81. Laddove l'informativa concernente le disposizioni del Regolamento P2B sia contenuta in più documenti e vi siano clausole di rinvio tra clausole contrattuali applicate da società controllante o capogruppo e società controllate o appartenenti al gruppo, tale rinvio deve essere reciproco (bidirezionale), al fine di consentire una facile identificazione delle informazioni pertinenti per i servizi rispettivamente erogati.

Q.15 Si condivide la proposta dell'Autorità in merito alle condizioni generali di predisposizione delle informative concernenti il Regolamento P2B, come sopra formulate? Si forniscano valutazioni, osservazioni e commenti.