

ALLEGATO A alla delibera n. 406/22/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, lettera c), della legge 31 luglio 2005, 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 online, 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 anche “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 servizi di intermediazione *online* e 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 europea 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*. Gli utenti commerciali, anche quelli potenziali, devono ragionevolmente poter avere una panoramica dei termini e delle condizioni generali a loro applicabili.
9. Pertanto, i fornitori di servizi di intermediazione *online* individuano le modalità con le quali garantire la facile accessibilità ai T&C e alle informative correlate (ad esempio, mediante apposito collegamento chiaramente identificabile tramite *link* ben visibile dalla *home page* del sito *web* o da *app* ovvero da apposita pagina tematica o sezione dedicata), anche in fase precontrattuale (non condizionata alla preventiva registrazione o alla creazione di un *account* per accedere a un'area riservata).

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. Le informative devono consentire agli utenti commerciali (anche potenziali) di comprendere il trattamento loro riservato.

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 intelligibili. Ciò implica che le informazioni pertinenti siano organizzate, secondo un livello di dettaglio adeguato e risultare facilmente accessibili (ad esempio, tramite dei collegamenti ipertestuali inseriti nel documento principale).

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 un linguaggio comprensibile per gli utenti commerciali stabiliti o residenti in Italia; al riguardo, è buona prassi che i T&C, e le relative informative collegate³, siano rese disponibili anche in lingua italiana.

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)⁴.

³ Le medesime indicazioni sul requisito linguistico valgono anche per le informative che i fornitori di motori di ricerca *online* sono tenuti a rendere disponibili agli utenti titolari di siti *web* aziendali stabiliti o residenti in Italia. Si vedano i punti 22, 26, 31, 35, 39, 43, 46, 49, 52, 54, 55, 62, 71.

⁴ 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 giorni⁵.

18. Eventuali modifiche ai T&C devono essere comunicate, nel rispetto delle tempistiche e nelle modalità previste dal Regolamento P2B, agli utenti commerciali con i quali sono in corso delle relazioni contrattuali. A tal fine, la comunicazione deve avvenire su supporto durevole⁶, ossia in un formato cui sia possibile accedere in futuro mantenendo intatte tutte le informazioni originarie (ad esempio, via *e-mail* o, laddove disponibile, tramite posta elettronica certificata).

19. La versione dei T&C, e delle informative correlate, pubblicamente accessibile deve essere aggiornata ed è buona prassi che sia riportata la data dell'ultimo aggiornamento. Non sono attuabili modifiche retroattive se non in adempimento a obblighi normativi o regolamentari ovvero quando risultino vantaggiose per gli utenti commerciali.

20. 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*.

21. 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).

22. A tal fine, la relativa informativa deve essere facilmente reperibile, 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, una formulazione standard e generica in linea di principio non soddisfa i requisiti di trasparenza, equità e buona fede previsti dal Regolamento P2B.

⁵ 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.

⁶ Articolo 2, punto 13, del Regolamento P2B.

23. La suddetta informativa deve essere facilmente individuabile dagli utenti commerciali e leggibile (ad esempio, i T&C potrebbero contenere sezioni concernenti le “modalità di recesso” ben visibili e accessibili dalla *home page* del sito *web* o da *app* ovvero da apposita pagina tematica o sezione dedicata).

V. Limitazione, sospensione, cessazione

24. 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)).

25. A tal fine, la relativa informativa deve essere facilmente individuabile dagli utenti commerciali e leggibile (ad esempio, i T&C potrebbero contenere una sezione concernente le misure di “limitazione, sospensione, cessazione” dei T&C ben visibile e accessibile dalla *home page* del sito *web* o da *app* ovvero da apposita pagina tematica o sezione dedicata).

26. L’informativa deve essere redatta in un linguaggio semplice e comprensibile e includere la descrizione delle motivazioni per cui i fornitori di servizi di intermediazione *online* possono sospendere, limitare in altro modo l’uso dei loro servizi da parte degli utenti commerciali o far cessare la fornitura del servizio di intermediazione *online* agli utenti commerciali, anche in relazione a singoli beni o servizi offerti dagli stessi⁷.

27. È buona prassi che nell’informativa siano indicati, a titolo esemplificativo, i termini di preavviso generalmente applicati per la comunicazione agli utenti commerciali delle decisioni di limitazione, sospensione, cessazione; dovrebbero essere altresì riportate le casistiche previste dal Regolamento P2B per le quali in via eccezionale non si applicano i suddetti termini di preavviso (articolo 4).

28. I fornitori di servizi di intermediazione *online*, salvo ove diversamente previsto dal Regolamento P2B (articolo 4, paragrafo 5, secondo capoverso), sono tenuti a comunicare su un supporto durevole⁸ agli utenti commerciali interessati (destinatari delle misure di limitazione, sospensione e cessazione) il riferimento ai fatti o alle circostanze specifiche (compreso il contenuto delle segnalazioni di terzi) per cui si ritiene che gli stessi abbiano agito in violazione dei T&C (in generale o di una parte e/o articolo e/o sezione), nonché alle pertinenti ragioni tra quelle identificate nei T&C, che hanno

⁷ Esempi di misure di sospensione, limitazione o cessazione sono la rimozione, temporaneamente o meno, di un prodotto venduto dall’utente commerciale attraverso la piattaforma del fornitore di servizi di intermediazione *online*, la chiusura dell’*account* o la cessazione dell’intero contratto con l’utente commerciale.

⁸ 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.



determinato l'adozione delle specifiche azioni di limitazione, sospensione e cessazione da parte del fornitore di servizi di intermediazione *online*.

29. I fornitori di servizi di intermediazione *online* dovrebbero garantire una proporzionalità nelle decisioni di limitazione, sospensione e cessazione dei servizi; al riguardo, gli stessi, laddove ragionevole e tecnicamente fattibile, dovrebbero adottare misure preliminari specifiche prima della completa cessazione del servizio⁹.

VI. Effetti sulla proprietà e il controllo dei diritti di proprietà intellettuale

30. 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)). A tal fine, la relativa informativa deve essere facilmente individuabile dagli utenti commerciali e leggibile (ad esempio, i T&C potrebbero contenere una sezione concernente gli “*effetti sulla proprietà e il controllo dei diritti di proprietà intellettuale*” ben visibile e accessibile dalla *home page* del sito *web* o da *app* ovvero da apposita pagina tematica o sezione dedicata).

31. L'informativa deve essere redatta in un linguaggio semplice e comprensibile, ed includere la descrizione circa gli effetti di T&C sulla loro proprietà e sul loro controllo dei diritti di proprietà intellettuale, come per esempio sull'uso generale di loghi, marchi o denominazioni commerciali degli utenti commerciali.

32. I fornitori di servizi di intermediazione *online* garantiscono che l'identità degli utenti commerciali sia chiaramente visibile in relazione alla loro offerta o presenza sul servizio di intermediazione *online* (articolo 3, paragrafo 5).

VII. Prodotti e servizi accessori

33. Il Regolamento P2B prevede 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).

34. A tal fine, l'informativa deve essere facilmente individuabile dagli utenti commerciali e leggibile (ad esempio, i T&C potrebbero contenere una sezione concernente l'offerta di “*prodotti e servizi accessori*” ben visibile e accessibile dalla *home page* del sito *web* o da *app* ovvero da apposita pagina tematica o sezione dedicata).

⁹ 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..).



35. L'informativa deve essere redatta in un linguaggio semplice e comprensibile. In particolare, nell'informativa deve essere riportata la descrizione delle tipologie di prodotti e 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 terzi¹⁰.

36. 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*.

VIII. Canali di distribuzione aggiuntivi

37. 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)).

38. La relativa informativa deve essere facilmente individuabile dagli utenti commerciali e leggibile (ad esempio, i T&C potrebbero contenere una sezione concernente eventuali "*canali di distribuzione aggiuntivi*" ben visibile e accessibile dalla *home page* del sito *web* o da *app* ovvero da apposita pagina tematica o sezione dedicata).

39. L'informativa deve 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 servizi offerti ai consumatori sul servizio di intermediazione *online*.

40. Segnatamente, dovrebbe essere garantita trasparenza agli utenti commerciali circa i 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 modalità di utilizzo così da consentire agli utenti commerciali di capire dove avvenga la commercializzazione dei loro beni e servizi, e a chi sia rivolta.

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

41. 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

¹⁰ 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.

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)¹¹.

42. La relativa informativa, pertanto, deve essere facilmente reperibile, individuabile dagli utenti commerciali e leggibile (ad esempio, i T&C potrebbero contenere una sezione concernente eventuali “*limitazioni all’offerta di condizioni diverse mediante altri mezzi*” ben visibile e accessibile dalla *home page* del sito *web* o da *app* ovvero da apposita pagina tematica o sezione dedicata).

43. L’informativa deve 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.

X. Accesso ai dati

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

45. A tal fine, la relativa informativa deve essere facilmente accessibile, individuabile dagli utenti commerciali e leggibile (ad esempio, i T&C potrebbero contenere una apposita sezione concernente l’“*accesso ai dati P2B*” direttamente accessibile dalla *home page* del sito *web* o da *app* ovvero da apposita pagina tematica o sezione dedicata).

46. L’informativa deve 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 previsto dal Regolamento P2B. Al riguardo, deve riportare altresì l’informazione circa l’eventuale indisponibilità di accesso ai dati.

47. In particolare, 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*

¹¹Cfr. “clausola della nazione più favorita” (clausole NPF) o “Most Favoured Nation” (clausole MFN).



- 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.
48. 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.
49. 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).

XI. Posizionamento e Trattamento differenziato

50. 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 facilmente accessibile, individuabile dagli utenti commerciali e leggibile (ad esempio, i T&C potrebbero contenere una apposita sezione concernente il “*posizionamento*”, ben visibile e accessibile dalla *home page* del sito *web* o da *app* ovvero da apposita pagina tematica o sezione dedicata) e deve contenere gli adeguati livelli di dettaglio e non risultare generica, vaga, omissiva o prolissa¹².
51. Il Regolamento P2B 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 di tutti i siti *web* indicizzati (appartenenti

¹² 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.

sia agli utenti titolari di siti *web* aziendali sia ad altri siti *web*¹³) e specificano l'importanza relativa di tali parametri (articolo 5, paragrafo 2). La relativa informativa deve essere pubblicata e risultare facilmente accessibile, individuabile e leggibile (ad esempio, mediante l'inserimento in apposita sezione dedicata del sito *web*, ben visibile e identificabile, accessibile dalla *home page* o *app*); deve contenere gli adeguati livelli di dettaglio e non risultare generica, vaga, omissiva o prolissa.

52. Ciascuna informativa deve essere redatta in un linguaggio semplice e comprensibile, risultare aggiornata, 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 motore di ricerca *online*, della pertinenza di tali caratteristiche per i suddetti consumatori, nonché, per quanto riguarda i fornitori di motori di ricerca *online*, delle caratteristiche grafiche del sito *web* dei titolari di un sito *web* aziendale.

53. 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* ai fini del posizionamento.

54. Inoltre, il Regolamento P2B 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 P2B (articolo 7, paragrafo 3), deve essere facilmente accessibile, individuabile dagli utenti commerciali e leggibile (ad esempio, i T&C potrebbero contenere una apposita sezione concernente il "trattamento differenziato", ben visibile e accessibile dalla *home page* del sito *web* o da *app* ovvero da apposita pagina tematica o sezione dedicata). Segnatamente, l'informativa deve includere le considerazioni di ordine economico, commerciale o giuridico alla base di tale trattamento differenziato.

55. Anche i fornitori dei motori di ricerca *online* devono predisporre un'apposita informativa concernente qualunque trattamento differenziato (incluso 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 P2B (articolo 7, paragrafo 3), deve essere pubblicata e risultare facilmente accessibile,

¹³ I motori di ricerca effettuano il *crawling* dei siti *web* che possono essere indicizzati, indipendentemente dal fatto che siano utilizzati per offrire beni o servizi ai consumatori a fini professionali (ossia che si tratti di siti *web* di utenti titolari di siti *web* aziendali) o che siano utilizzati in modo diverso.

individuabile e leggibile (ad esempio, mediante l’inserimento in apposita sezione dedicata del sito *web*, ben visibile e identificabile, accessibile dalla *home page* o *app*).

56. 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*”.

57. L’Autorità si riserva di individuare ulteriori indirizzi condivisi, nell’ambito di un apposito Tavolo Tecnico in materia di adeguata ed efficace applicazione del Regolamento P2B, relativamente a specifiche tematiche (tra cui i citati articoli 5 e 7), anche al fine di promuovere l’eventuale adozione di codici di condotta, in coerenza con il Regolamento P2B e con il contesto normativo europeo.

XII. Sistema interno di gestione dei reclami

58. 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.

59. Un utente commerciale può ricorrere al sistema di gestione dei reclami in merito alle seguenti casistiche individuate 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.

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 euro. 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.

60. A norma del Regolamento P2B, 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 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* (articolo 4, paragrafo 3).

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 (articolo 11, paragrafo 3).

62. La relativa informativa deve essere facilmente reperibile, individuabile dagli utenti commerciali e leggibile, redatta in un linguaggio semplice e comprensibile (ad esempio, i T&C potrebbero contenere una sezione concernente il "*sistema interno di gestione dei reclami per utenti commerciali*", ben visibile e accessibile dalla *home page* del sito *web* o da *app* ovvero da apposita pagina tematica o sezione dedicata).

63. La suddetta informativa deve consentire agli utenti commerciali di comprendere chiaramente la modalità con cui accedere al sistema interno di gestione dei reclami e il suo funzionamento (ad esempio, individuando canali di accesso distinti da quelli destinati agli eventuali utenti finali/consumatori).

64. In particolare, è buona prassi che le informazioni pertinenti relative all'accesso e al funzionamento del sistema interno di gestione dei reclami, che i fornitori di servizi di intermediazione *online* devono riportare nei T&C, includano, oltre ai punti di contatto e alle modalità per attivare la procedura, una descrizione della procedura di gestione dei reclami (che dettagli sinteticamente le fasi di cui si compone e le relative tempistiche), ciò anche al fine di consentire un'adeguata trasparenza del contraddittorio e tracciabilità del reclamo.

65. 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 riportare gli estremi necessari per l'identificazione della singola pratica. Inoltre, la spiegazione relativa all'esito del reclamo dovrebbe essere il più possibile completa e non generica (ovvero relativa al singolo reclamo), poco specifica, fuorviante, né deve omettere importanti dettagli ai fini della gestione della pratica.

66. 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.

67. Come previsto dal Regolamento P2B, 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.

68. I fornitori di servizi di intermediazione *online* sono tenuti a pubblicare specifiche informative sul funzionamento e sull'efficacia del loro sistema interno di gestione dei reclami, nonché ad aggiornarle almeno una volta all'anno o in caso si rendano necessarie modifiche significative¹⁶.

XIII. Mediazione

69. Il Regolamento P2B prevede che i fornitori di servizi di intermediazione *online* indicano nei loro termini e nelle loro condizioni¹⁷ 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 di selezione 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).

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

71. I fornitori di servizi di intermediazione *online* devono predisporre una specifica informativa da rendere facilmente accessibile agli utenti commerciali, anche potenziali, formulata in un linguaggio semplice e comprensibile, riportando un adeguato livello di dettaglio (ad esempio, i T&C potrebbero contenere un'apposita sezione concernente la "mediazione", ben visibile e accessibile dalla *home page* del sito pagina *web*, o da app ovvero da apposita pagina tematica o sezione dedicata). Si precisa che l'informativa sulla mediazione deve afferire ai rimedi extragiudiziali e deve distinguersi in maniera chiara dai rimedi giudiziali.

72. La suddetta informativa deve riportare tutte le informazioni pertinenti relative alle modalità tramite le quali gli utenti possono richiedere la mediazione attraverso i due o più mediatori indicati. In particolare, i T&C devono includere i riferimenti necessari a identificare e attivare il contatto con i mediatori (ad esempio, nome, denominazione, indirizzo email, recapito telefonico, *link* al sito *web* o alla pagina *web* dedicata o *app* dei mediatori).

¹⁶ A norma dell'articolo 11, paragrafo 4 del Regolamento P2B, le informazioni devono comprendere: il numero totale di reclami presentati; le principali tipologie di reclami; il tempo medio necessario per trattarli; i dati aggregati relativi all'esito dei reclami.

¹⁷ 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.

73. Inoltre, i fornitori di servizi di intermediazione *online* rendono disponibili su richiesta degli utenti commerciali – prima di decidere di ricorrere alla mediazione o durante il processo di mediazione – informazioni sul funzionamento e sull’efficacia della mediazione per la risoluzione delle controversie da parte di quel servizio di intermediazione *online* (art. 12, paragrafo 6). La descrizione dovrebbe altresì chiarire che i fornitori di servizi di intermediazione *online* sostengono una parte ragionevole dei costi totali della mediazione in ogni singolo caso, secondo le modalità di ripartizione dei costi proposta dal mediatore indicato¹⁸.

74. I fornitori di servizi di intermediazione *online* devono indicare mediatori che sono in grado di fornire servizi di mediazione nella lingua in cui sono redatti i T&C. I mediatori individuati devono essere facilmente raggiungibili e in grado di fornire i servizi senza indebito ritardo: a tal fine, gli orari di disponibilità del servizio prestato dovrebbero essere ragionevolmente compatibili con quelli dell’attività lavorativa degli utenti commerciali che si avvalgono dei servizi di intermediazione *online* forniti in Italia, salvo ove diversamente concordato tra le parti.

75. 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.

76. I fornitori di servizi di intermediazione *online* e gli utenti commerciali si impegnano in buona fede in tutti i tentativi di mediazione esperiti ai sensi del Regolamento P2B. In linea di principio, i fornitori di servizi di intermediazione *online* dovrebbero impegnarsi nei tentativi di mediazione avvalendosi dei mediatori che sono tenuti a identificare in base al Regolamento P2B

77. Laddove possibile, i fornitori di servizi di intermediazione *online* dovrebbero consentire di reperire facilmente per ciascun mediatore individuato le informazioni relative a:

- a) struttura, comprese le informazioni sui mediatori a disposizione per la risoluzione delle controversie, sul loro mandato e sul loro datore di lavoro;
- b) descrizione dell’iter procedurale seguito per la mediazione;
- c) costi connessi alla mediazione e criteri generali di ripartizione tra le parti;
- d) durata media della mediazione;
- e) indicazione circa la possibilità che la procedura di risoluzione delle controversie venga svolta nella lingua dei T&C ovvero in lingua italiana su richiesta dell’utente commerciale;
- f) dichiarazione sui tipi di controversie trattati mediante la mediazione.

¹⁸ 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).

78. Fermo restando che gli utenti commerciali possano 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.

79. Inoltre, dovrebbe essere chiarito 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 (art. 12, paragrafo 4).

XIV. Condizioni generali

80. 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.

81. L'applicazione del Regolamento P2B da parte dei fornitori di servizi di intermediazione *online* e dei fornitori di motori di ricerca *online* non pregiudica le prescrizioni sancite nel diritto dell'Unione o in normative nazionali in conformità con il diritto dell'Unione.