
REGOLAMENTO (UE) 2019/1150

REPORT SULL'ATTIVITÀ DI MONITORAGGIO 2023



Executive summary

LUGLIO 2023

Per il secondo anno consecutivo, l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM) ha effettuato un monitoraggio sullo stato di applicazione del [Regolamento \(UE\) 2019/1150](#) (Regolamento P2B) da parte dei fornitori di servizi di intermediazione online e motori di ricerca che offrono servizi in Italia.

L’attività, sviluppata nel periodo febbraio 2023 – giugno 2023 e diretta ad acquisire conoscenza sul grado di implementazione nel nostro Paese della normativa in materia di *Platform to business*, ha ampliato il campo di analisi rispetto alla prima edizione del monitoraggio ed è stata realizzata attraverso:

- a. una survey rivolta a utenti commerciali e titolari di siti web aziendali che utilizzano i servizi di intermediazione online e i motori di ricerca per lo svolgimento della propria attività;
- b. puntuali richieste di informazioni nei confronti di fornitori di servizi di intermediazione online e motori di ricerca online.

Il monitoraggio è stato condotto tenendo conto, oltre che degli orientamenti interpretativi forniti dalla Commissione¹, anche delle indicazioni contenute nelle "[Linee Guida per l'adeguata ed efficace applicazione del Regolamento \(UE\) 2019/1150](#)" (Linee guida P2B), adottate dall’Autorità con delibera [n. 406/22/CONS](#) del 24 novembre 2022, nonché degli elementi emersi nell’ambito del "[Tavolo tecnico per l'adeguata ed efficace applicazione del Regolamento \(UE\) 2019/1150](#)" istituito con la medesima delibera (Tavolo tecnico P2B)², al quale partecipano sia associazioni di categoria degli utenti commerciali, sia piattaforme online e associazioni rappresentative delle stesse.

Il Report sull’esito del monitoraggio P2B svolto nel 2023 (Report P2B 2023) fornisce pertanto una rappresentazione dell’efficacia del Regolamento P2B da entrambi i versanti coinvolti, quello delle piattaforme che offrono i servizi e quello degli utenti commerciali che ne fanno uso, anche al fine di individuare eventuali criticità e spunti di intervento.

Il Report P2B 2023 è strutturato in tre parti: la prima (capitolo 1) fornisce alcuni elementi di analisi delle principali tendenze di mercato in atto nei servizi di intermediazione e motori di ricerca online, utili a descrivere il contesto in cui il Regolamento P2B trova applicazione; nella seconda si descrive l’attività di monitoraggio svolta sull’applicazione del Regolamento P2B, illustrando i risultati della survey dal lato degli utenti commerciali e titolari di siti web aziendali (capitolo 2) e le evidenze emerse da lato delle piattaforme online e dei motori di ricerca (capitolo 3); infine, nell’ultima parte (conclusioni) vengono espresse alcune sintetiche indicazioni sulle prossime linee di intervento.

Di seguito si richiamano le principali evidenze emerse dall’attività di monitoraggio effettuato nel corso del 2023.

In primo luogo, si è rilevato un progressivo adeguamento delle piattaforme online e dei motori di ricerca online che offrono servizi in Italia alle prescrizioni del Regolamento P2B, seppur permangono alcuni aspetti di criticità.

Si registra, tuttavia, un forte gap di conoscenza e consapevolezza sugli strumenti di tutela previsti dalla normativa europea per gli utenti commerciali che utilizzano i servizi di intermediazione online per svolgere la propria attività.

¹ Si veda il documento predisposto dai Servizi della Commissione europea recante "*Domande e Risposte Stabilire un ecosistema equo, affidabile e spinto dall'innovazione nell'economia delle piattaforme online*", del 10 luglio 2020.

² I lavori del Tavolo tecnico P2B, che ha lo scopo di "*individuare soluzioni condivise tra i soggetti partecipanti in ordine a eventuali criticità applicative del Regolamento P2B, nonché monitorare l'effettiva implementazione delle prescrizioni normative europee in materia*", sono stati avviati a gennaio 2023.

Appare critico il dato sulla conoscenza del Regolamento P2B: dalla survey effettuata emerge che circa l'86% degli utenti business possiede una nulla o appena sommaria conoscenza del Regolamento europeo e il rimanente 14% ha solo una conoscenza limitata agli elementi principali. In particolare, il 75% degli utenti business rispondenti si avvale di marketplace come canale di vendita, ma ha una scarsa conoscenza e consapevolezza degli strumenti di tutela connessi all'utilizzo dei servizi di intermediazione delle piattaforme online.

Tale scarsa conoscenza può, da un lato, essere ricondotta al contesto nel quale le imprese italiane operano, che, seppure in miglioramento negli ultimi anni, evidenzia ritardi nell'adozione dei servizi digitali e nel conseguente sviluppo dei mercati online; dall'altro lato, essa pone gli utenti commerciali in una condizione di svantaggio nella misura in cui questi non sembrano in grado di sfruttare pienamente le opportunità derivanti dalle piattaforme online e le tutele previste dal Regolamento P2B.

In aggiunta, dal lato degli utenti commerciali emerge una diffusa insoddisfazione circa gli strumenti predisposti dalle piattaforme online per la gestione delle problematiche nel rapporto con gli utenti business: il 68% degli utenti rispondenti dichiara che i sistemi di gestione dei reclami predisposti non risultano facilmente accessibili e solo il 15% dei reclami presentati ha avuto esito positivo.

Diversamente, **l'80% circa degli utenti commerciali e titolari di siti web aziendali si è dichiarato soddisfatto della visibilità data sulla piattaforma online della propria identità/logo.**

Rispetto all'indagine condotta nel 2022 si è rilevato un netto miglioramento sulla rispondenza alle prescrizioni del Regolamento P2B delle informative dei termini di servizio pubblicati dalle piattaforme e dai motori di ricerca online. In tal senso, è risultato rilevante il contributo anche dell'intervento di AGCOM con l'adozione delle Linee guida P2B di novembre 2022.

In circa il 60% dei casi le piattaforme online hanno integrato e aggiornato le informative, anche a seguito della pubblicazione delle Linee guida P2B adottate da AGCOM, con effetti positivi in termini di:

- reperibilità dei T&C anche in fase precontrattuale e, generalmente, in sezioni del sito web pubblicamente accessibili (in oltre il 70% dei casi);
- disponibilità dei T&C anche in lingua italiana (nel 78% dei casi);
- completezza rispetto agli elementi informativi previsti da Regolamento P2B.

Per quanto riguarda gli strumenti di tutela previsti dal Regolamento P2B, si evidenzia che **la totalità di piattaforme online risulta aver implementato sistemi interni di gestione dei reclami e integrato le relative informative.**

Tuttavia, gli utenti commerciali che hanno presentato dei reclami hanno espresso giudizi negativi sulle modalità di accesso (68%) e sul funzionamento dei sistemi adottati dalle piattaforme, in particolare per le tempistiche e l'efficacia nella risoluzione dei problemi (73%), nonché per il ricorso a risposte standardizzate (81%). Tra i principali temi oggetto di reclamo viene indicata l'applicazione di misure di blocco/sospensione/limitazione dell'utilizzo della piattaforma senza adeguato preavviso o spiegazione.

Anche per quanto riguarda gli ulteriori **strumenti di risoluzione extragiudiziale delle controversie come la mediazione, si rileva un adeguamento alle prescrizioni del Regolamento P2B** rispetto al precedente monitoraggio, in quanto nella quasi totalità dei casi (93%) le piattaforme online hanno individuato i mediatori a cui gli utenti commerciali possono rivolgersi. Sul punto, si osserva che:

- prevalentemente sono stati individuati mediatori o centri di mediazione esteri (intra-UE) con la possibilità in alcuni casi di svolgere una mediazione in lingua italiana (il 62% dei rispondenti

ha indicato, come unico centro di mediazione o insieme ad altri, l'organismo di mediazione internazionale CEDR);

- il ricorso alla mediazione da parte degli utenti commerciali rimane marginale (tra le risposte pervenute si sono rilevati 2 casi nel 2023) a conferma della scarsa dimestichezza degli utenti commerciali ad attivare gli strumenti di risoluzione delle controversie previsti dalla normativa.

Tuttavia, **il ricorso alla mediazione da parte degli utenti commerciali rimane marginale** a conferma della scarsa dimestichezza degli utenti commerciali ad attivare gli strumenti di risoluzione delle controversie previsti dalla normativa.

Al contempo, **si osserva il permanere di alcuni elementi di criticità, soprattutto in relazione all'adeguatezza delle informazioni rese agli utenti commerciali** (trattamento differenziato, politiche di accesso ai dati anche quando cessa il rapporto contrattuale con la piattaforma online), nonché sulla trasparenza delle informative su aspetti puntuali (parametri che determinano il posizionamento).

Analoghe considerazioni valgono anche per le **informative che i motori di ricerca online sono tenuti a pubblicare**, con particolare riferimento alla trasparenza sui parametri di posizionamento dei siti web o dell'offerta degli utenti commerciali all'esito delle ricerche.

Si evidenzia che tali aspetti risultano di particolare importanza, soprattutto laddove le piattaforme siano attive anche nel mercato in cui operano gli utenti commerciali che si servono dei loro servizi di intermediazione, per consentire l'instaurarsi di un assetto concorrenziale equo e non discriminatorio.

In sintesi, sulla base di quanto rilevato sia dalla Survey sia dall'interlocuzione diretta con le piattaforme online, risulta che:

- **gli utenti commerciali incontrano una certa difficoltà ad acquisire adeguata conoscenza degli elementi essenziali che regolano i contratti con i fornitori di servizi di intermediazione;**
- **le informative rese disponibili dalle piattaforme e dai motori di ricerca online sono suscettibili di ulteriori miglioramenti, tanto in termini di dettaglio delle informazioni incluse quanto in merito ai contenuti riportati in relazione ai punti sopra richiamati.**

Tali circostanze, pertanto, **non consentono agli utenti commerciali di beneficiare pienamente delle opportunità offerte dall'utilizzo dei servizi di intermediazione online, nonché di attivare gli opportuni strumenti di tutela previsti dal Regolamento P2B.** Ciò contribuisce ad amplificare l'asimmetria nella gestione del rapporto contrattuale con le piattaforme.

In conclusione, i risultati del monitoraggio condotto dall'Autorità nei primi mesi del 2023 hanno evidenziato un quadro di progressivo allineamento alle disposizioni europee, sebbene si riscontri il permanere di alcune criticità. Ciò, in quanto **il non completo adeguamento alle prescrizioni del regolamento da parte delle piattaforme si accompagna alla scarsa o nulla conoscenza degli strumenti previsti dal Regolamento P2B da parte degli utenti commerciali.**

Inoltre, anche laddove viene rilevata un'applicazione puntuale delle prescrizioni del Regolamento P2B da parte delle piattaforme e dei motori di ricerca, **le finalità di tutela dei soggetti che utilizzano i servizi di intermediazione risultano – in alcuni casi – garantite in maniera formale più che sostanziale.**

Alla luce di quanto emerso dall'attività di monitoraggio, l'Autorità ritiene opportuno – oltre allo svolgimento dell'attività di vigilanza e sanzionatoria di competenza – sviluppare **linee di intervento secondo due direzioni:**

- **diffondere una maggior consapevolezza tra gli utenti commerciali e i titolari di siti web aziendali delle tutele** offerte dal Regolamento (UE) 2019/1150, mediante campagne informative/formative mirate;
- **rafforzare l'efficacia nell'attuazione delle disposizioni regolamentari da parte delle piattaforme**, anche attraverso approfondimenti *ad hoc* su eventuali criticità applicative e l'individuazione di spunti di miglioramento e *best practice*.

A tal fine, risulta essenziale il coinvolgimento delle associazioni rappresentative di settore (dal lato delle piattaforme e dal lato degli utenti commerciali) che, anche nell'ambito del Tavolo tecnico P2B, possono svolgere un importante ruolo di sensibilizzazione dei soggetti coinvolti e di impulso ad una più sostanziale implementazione della normativa.

In tale contesto, acquista fondamentale importanza la promozione di forme di collaborazione e confronto, anche alla ricerca di soluzioni condivise, per rafforzare il sistema di tutele a vantaggio di tutti gli attori del mercato, finanche i consumatori finali, anche in considerazione dell'evoluzione del quadro normativo e regolamentare europeo che coinvolge l'intero settore delle piattaforme online e dei servizi digitali.