



AUTORITÀ PER LE  
GARANZIE NELLE  
AGCOM COMUNICAZIONI

# Il Regolamento (UE) 2019/1150 in materia di *platform to business*

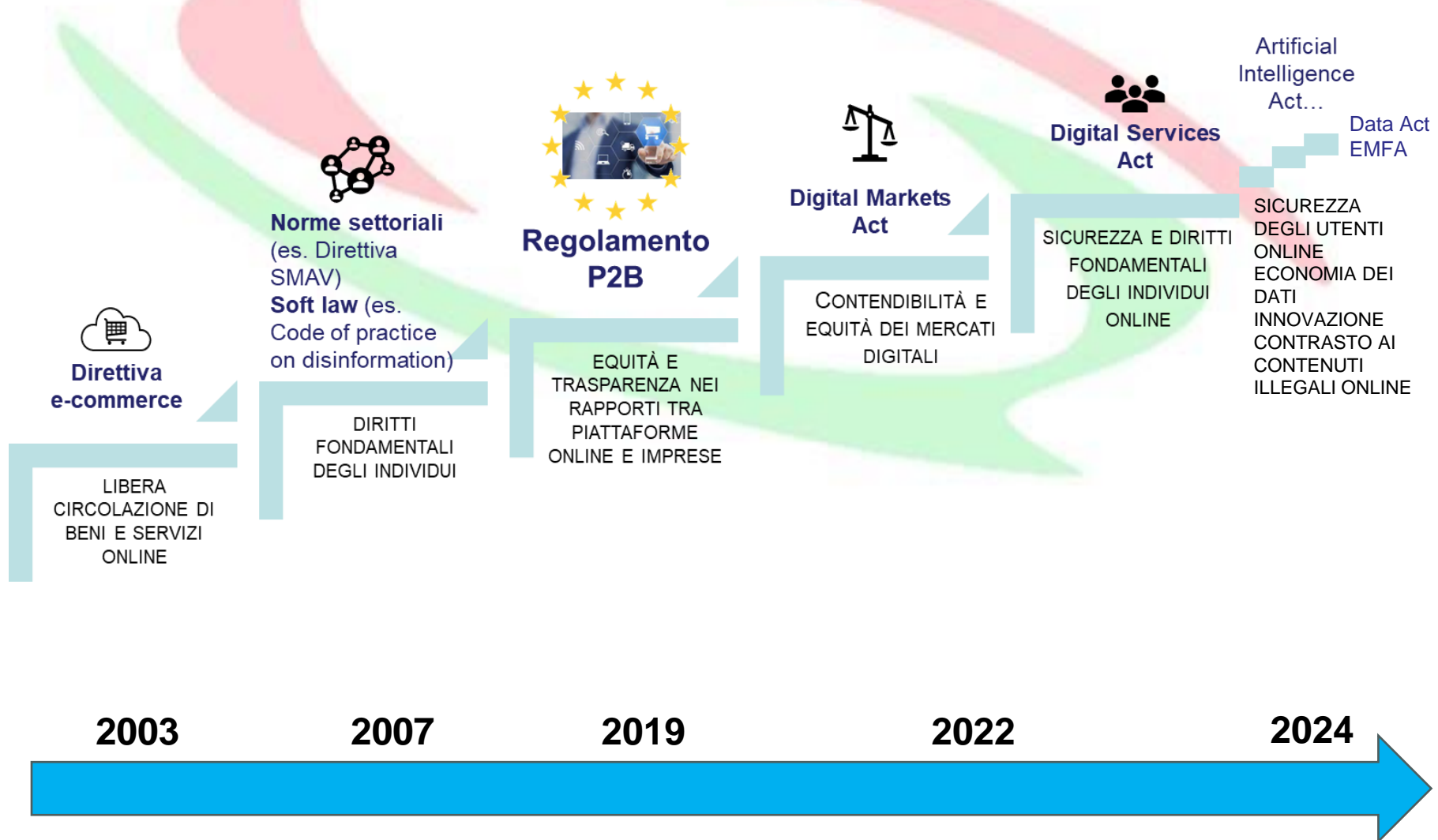
# Introduzione al Regolamento P2B

Il **Regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 giugno 2019 (Regolamento P2B)**, in vigore da luglio 2019, ha introdotto nell'ordinamento europeo un insieme di norme, armonizzate a livello europeo, a tutela degli utenti commerciali e dei titolari di siti web aziendali che si servono dei **fornitori di servizi di intermediazione online e dei motori di ricerca online** per offrire beni e servizi ai consumatori.

La legge del 30 dicembre 2020, n. 178 (Legge di Bilancio 2021) all'art. 1, comma 515, ha attribuito ad **AGCOM** le **competenze in materia di platform to business** affidandole il compito di garantire **“l'adeguata ed efficace applicazione”** del Regolamento P2B.



# Le norme europee dell'ecosistema digitale



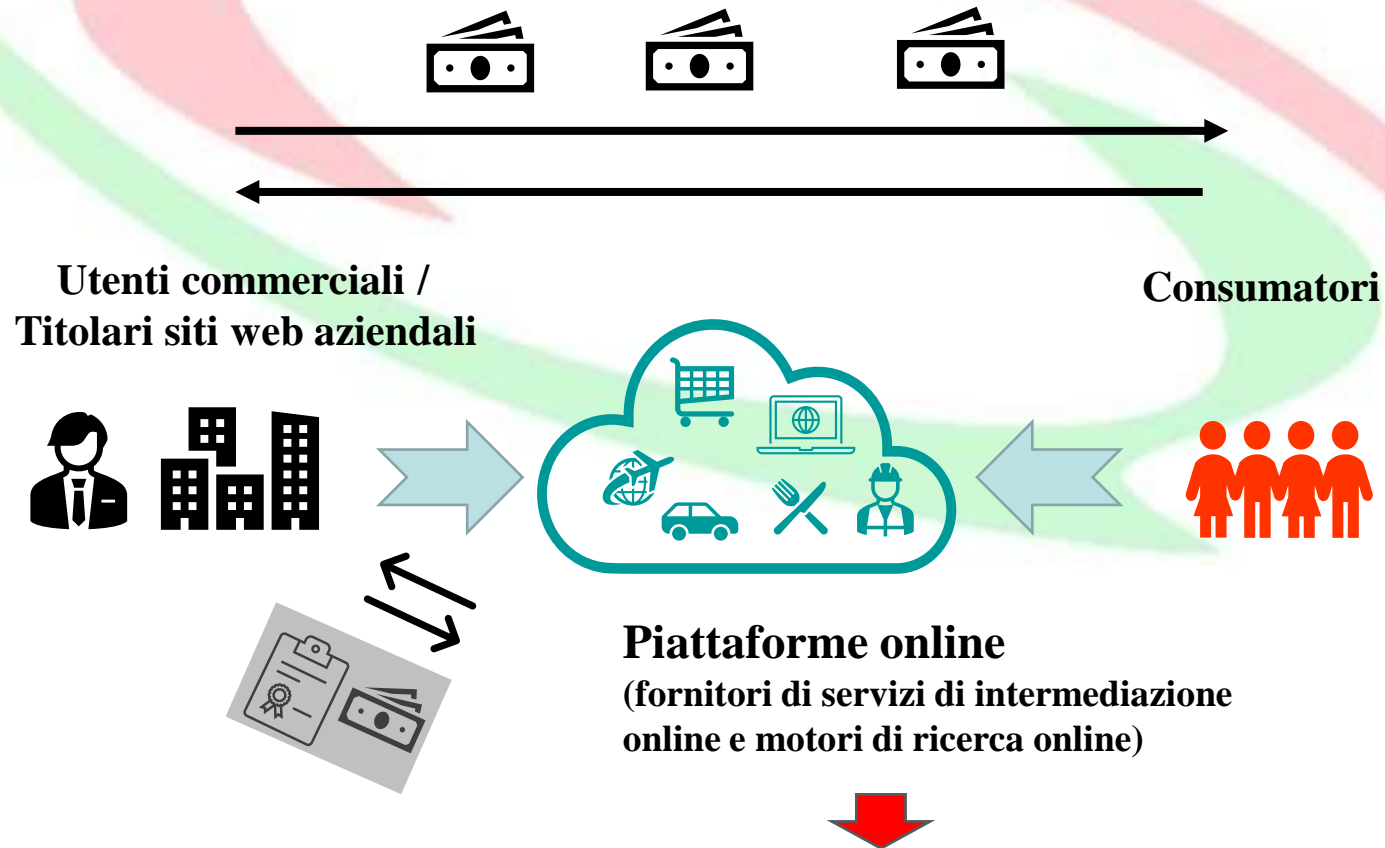
# Regolamentazione delle piattaforme online

Il *“Regolamento (EU) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 giugno 2019 che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online”* è il **primo atto legislativo dell'UE che affronta specificamente le relazioni tra le piattaforme online e gli altri soggetti dell'ecosistema digitale.**

I servizi di intermediazione online e i motori di ricerca svolgono un ruolo cruciale – quali **essenziali punti di accesso al mercato** – per gli utenti commerciali e per le imprese che gestiscono siti web.

Tale intervento si inserisce nell'ambito delle azioni avviate dalla Commissione europea al fine di contrastare i potenziali comportamenti scorretti e i rapporti asimmetrici che possono instaurarsi nelle relazioni tra le piattaforme online e gli utenti business.

# L'ecosistema del «platform to business»



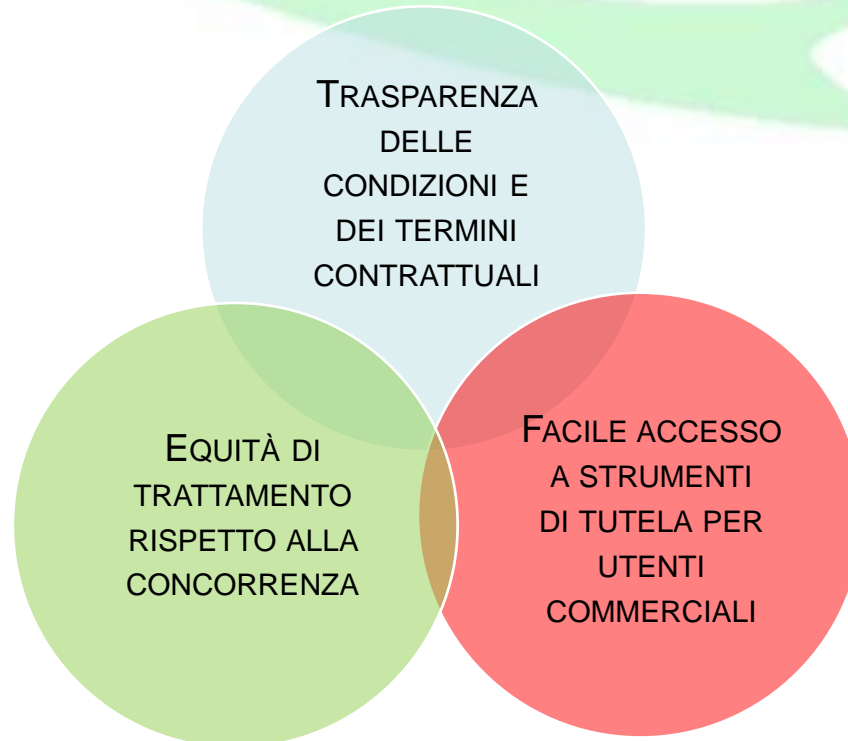
- ✓ Funzione di gatekeeper per l'accesso ai consumatori
- ✓ Potere contrattuale maggiore
- ✓ Termini e condizioni unilateralmente definiti dalla piattaforma

# Finalità del Regolamento P2B

Promuovere un ambiente online **chiaro, equo, prevedibile, sostenibile in cui le imprese agiscono in modo responsabile,**

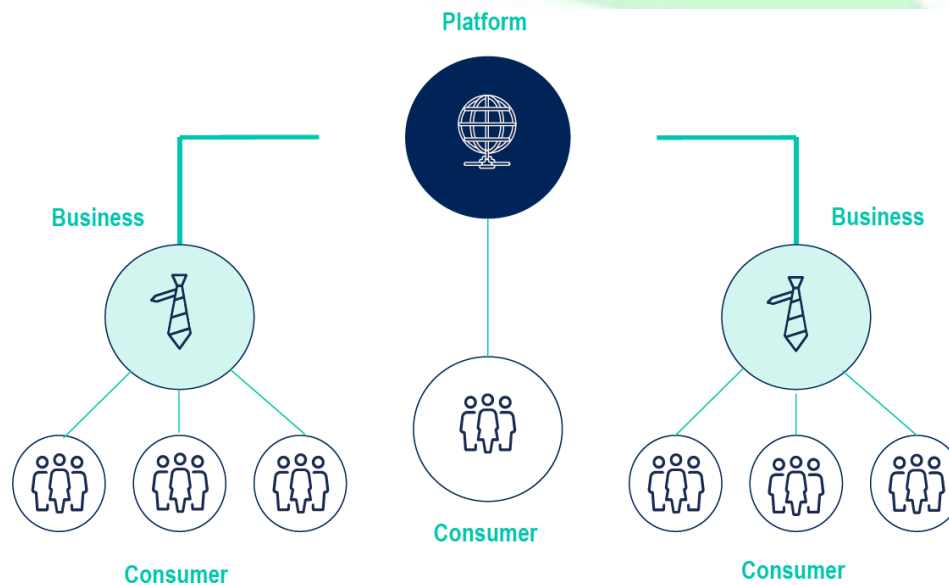
- per consentire agli utenti commerciali di sfruttare al massimo le opportunità offerte dall'economia delle piattaforme online e i vantaggi del mercato interno e
- contribuire a migliorare il benessere dei consumatori e la fiducia nell'economia digitale

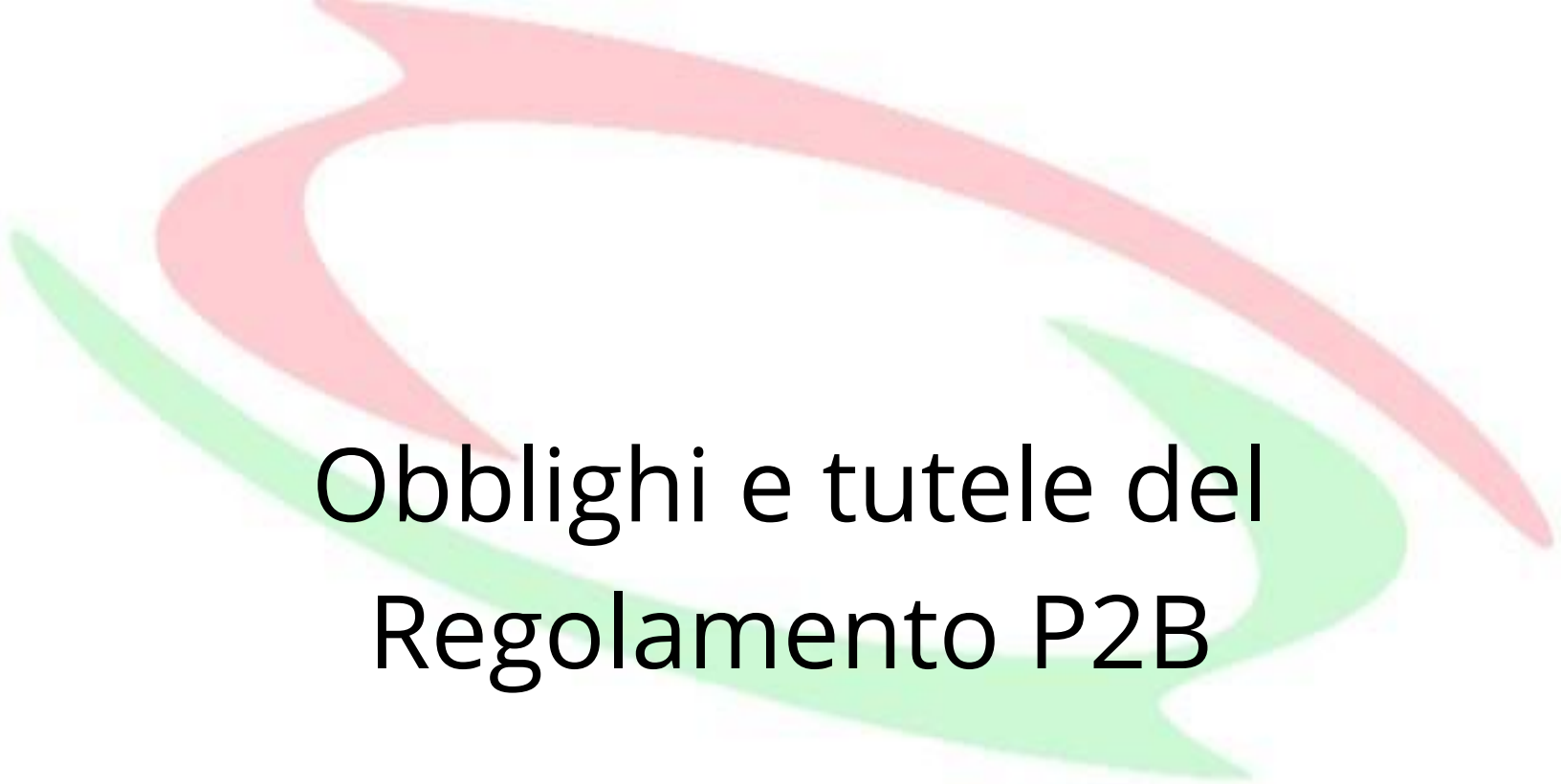
attraverso:



# Obiettivi concreti del Regolamento P2B

- **prevedere una serie di tutele per gli utenti commerciali in termini di trasparenza, equità e sostenibilità** delle condizioni contrattuali praticate da parte delle piattaforme online e fornire strumenti più efficaci per la risoluzione extra-giudiziale delle controversie;
- **contrastare le pratiche sleali** di determinate piattaforme online nei confronti degli utenti commerciali, che sono dannose sia per gli utenti commerciali sia, in ultima analisi, per i consumatori;
- **creare un contesto normativo prevedibile e favorevole all'innovazione** per lo sviluppo dei servizi digitali all'interno dell'UE.





# Obblighi e tutele del Regolamento P2B



# I destinatari degli obblighi: quali «piattaforme online»? (1/2)

- **Fornitori di servizi di intermediazione online – FSIO** (es. marketplace, app store, comparatori di prezzo, social network per utenti business)
- **Motori di ricerca online**



## Servizi di intermediazione online (art 2 (2)):

- **Servizi della società dell'informazione** ai sensi dell'art. 1, par.1, lett. b), della direttiva (UE) 2015/1535 del Parlamento europeo e del Consiglio (Direttiva e-commerce);
- Consentono agli utenti commerciali di offrire beni o servizi ai consumatori, con l'obiettivo di **facilitare l'avvio di transazioni dirette** tra tali utenti commerciali e i consumatori, a **prescindere da dove sono concluse** dette transazioni;
- Sono forniti agli utenti commerciali in base a **rapporti contrattuali** tra il fornitore di tali servizi e gli utenti commerciali che offrono **beni e servizi ai consumatori**;

# I destinatari degli obblighi: quali «piattaforme online»? (2/2)



## Il Regolamento non si applica ai seguenti servizi:

- alle transazioni *peer-to-peer* (tra consumatore e consumatore), e a quelle esclusivamente *business-to-business* (B2B)
- ai servizi di pagamento online
- agli strumenti di pubblicità online e agli scambi pubblicitari online che non sono forniti con l'obiettivo di agevolare l'avvio di transazioni dirette e che non implicano una relazione contrattuale con i consumatori



## Il Regolamento si applica:

- ai fornitori di servizi di intermediazione online e ai motori di ricerca che, a **prescindere dal loro luogo di stabilimento**, si rivolgono agli utenti commerciali e ai titolari di siti web aziendali, che hanno luogo di residenza o stabilimento nell'UE e che offrono beni e servizi a consumatori nell'UE

# I beneficiari delle tutele: le imprese

- ❑ **utente commerciale (art. 2 (1))**: un privato che agisce nell'ambito delle proprie attività commerciali o professionali o una persona giuridica che offre beni o servizi ai consumatori tramite servizi di intermediazione online ***per fini legati alla sua attività commerciale, imprenditoriale, artigianale o professionale.***



- ❑ **utente titolare di sito web aziendale (art. 2 (7))**: una persona fisica o giuridica che usa una interfaccia online, vale a dire un software, inclusi un sito web o una parte di esso e applicazioni, incluse le applicazioni mobili, ***per offrire beni o servizi ai consumatori per fini legati alla sua attività commerciale, imprenditoriale, artigianale o professionale.***



# I beneficiari delle tutele: le imprese

**D: Sono un utente commerciale?(\*)**

**R:** a norma dell'art. 2, punto 1, è un utente commerciale chi soddisfa i seguenti requisiti:



- ✓ è un privato (persona fisica) che agisce nell'esercizio di un'attività commerciale o professionale; oppure una persona giuridica (ad esempio una società); e
- ✓ utilizza servizi di intermediazione online per offrire beni o servizi ai consumatori per fini legati alla propria attività commerciale, imprenditoriale, artigianale o professionale.

# Obblighi per le piattaforme online



Elaborazione di T&C reperibili, comprensibili e completi
Obblighi di trasparenza
Obblighi di comunicazione
Predisposizione di un Sistema di gestione dei reclami
Individuazione dei Mediatori

Elaborazione di T&C reperibili, comprensibili e completi

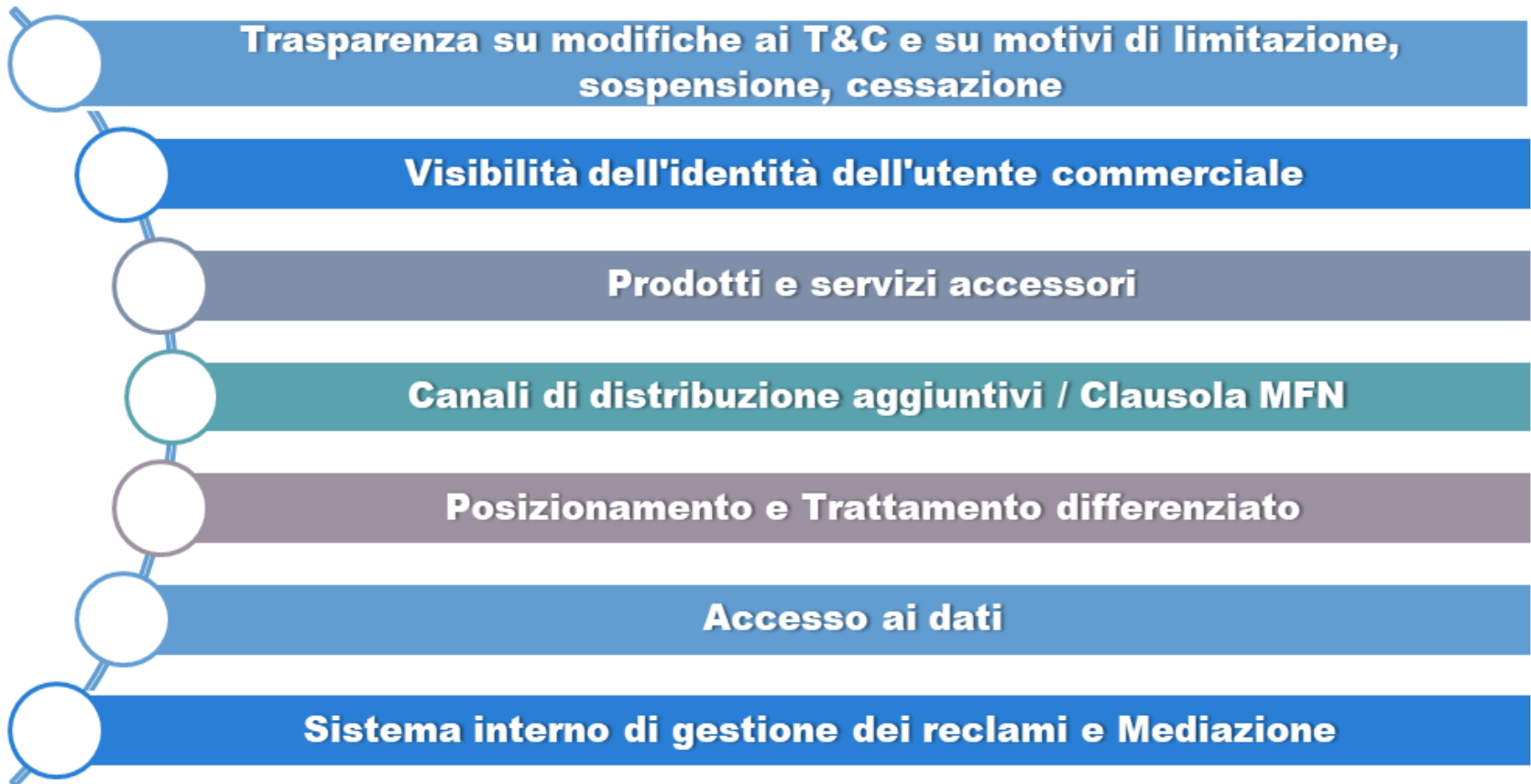
Obblighi di trasparenza

Obblighi di comunicazione

Predisposizione di un Sistema di gestione dei reclami

Individuazione dei Mediatori

# Principali tematiche

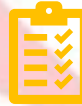


# Il sistema di tutele del Regolamento P2B



Requisiti dei Termini e condizioni (T&C)

- Reperibilità
- Comprensibilità
- Completezza



Informazioni obbligatorie all'interno dei T&C

- Limitazioni, sospensioni o cessazioni del servizio
- Canali di distribuzione aggiuntivi e potenziali programmi affiliati
- Effetti dei T&C sulla proprietà e il controllo dei diritti di proprietà intellettuale degli utenti commerciali
- Principali parametri che determinano il posizionamento (anche per i motori di ricerca)
- Prodotti e servizi accessori
- Trattamento differenziato (anche per i motori di ricerca)
- Accesso ai dati
- Condizioni di risoluzione del contratto
- Limitazioni all'offerta sui servizi di intermediazione
- Sistema interno di gestione dei reclami
- Mediatori



Comunicazioni obbligatorie

- Preavviso in caso di modifiche dei T&C
- Comunicazioni motivate in caso di limitazione, sospensione e cessazione del servizio



Strumenti di tutela azionabili

- Reclami al fornitore
- Mediazione
- Segnalazione ad AGCOM
- Ricorso al giudice ordinario



# Requisiti dei T&C



# Profili di analisi di T&C

## Accessibilità

Reperibilità  
online e in tutte  
le fasi del  
rapporto  
contrattuale

## Comprensibilità

Requisito  
linguistico

Organicità della  
documentazione

## Completezza

Disponibilità del  
set informativo  
richiesto

# I T&C: quali caratteristiche devono avere?

Devono essere:

- **facilmente reperibili** dagli utenti commerciali in tutte le fasi del loro rapporto commerciale con il FSIO, **anche in fase precontrattuale**
- redatti in un **linguaggio semplice e comprensibile**
- **completi**, ossia contenere tutte le informazioni previste dal Regolamento
- **aggiornati**, ossia contenere informazioni aggiornate

# I T&C: quali caratteristiche devono avere? (1/2)

Devono essere **facilmente reperibili** dagli utenti commerciali in tutte le fasi del loro rapporto commerciale con il FSIO, **anche in fase precontrattuale**.

**D: In che modo viene assicurata la facile reperibilità dei T&C?(\*)**

**R:** i FSIO individuano le modalità specifiche con le quali garantire la facile accessibilità ai T&C e alle informative correlate (ad esempio, tramite link ben visibile dalla home page del sito web o da app ovvero da apposita pagina tematica o sezione dedicata).



**D: Che cosa si intende per reperibilità anche in fase precontrattuale?(\*)**

**R:** I T&C devono essere facilmente reperibili anche per **gli utenti commerciali potenziali**, che non hanno ancora un rapporto contrattuale in essere con il fornitore di servizi di intermediazione online, così che possano avere una panoramica dei termini e delle condizioni generali a loro applicabili.

# I T&C: quali caratteristiche devono avere? (2/2)

Devono essere redatti in un **linguaggio semplice e comprensibile**.

**D: Cosa succede se i termini e le condizioni non sono scritti in modo chiaro? (\*)**

**R:** a norma dell'art. 3, par. 3, i T&C non conformi alla prescrizione relativa al linguaggio semplice e comprensibile sono nulli e privi di validità (la clausola si applica anche a singole parti dei T&C)

**D: Chi decide se i termini e le condizioni non sono scritti in modo chiaro? (\*)**

**R:** si tratta, in linea di principio, di una valutazione caso per caso su cui dovrebbe decidere in ultima istanza un giudice terzo (AGCOM, giudice civile)





# Informazioni obbligatorie contenute nei T&C

# Informazioni obbligatorie: quali e perché?

Il Regolamento P2B individua una serie di informazioni obbligatorie, cruciali per l'impatto che possono avere su aspetti quali:

- ❑ **La continuità dell'attività dell'utente commerciale**

(limitazioni, sospensioni, cessazioni del servizio di intermediazione)

- ❑ **L'equità**

(posizionamento e trattamento differenziato, proprietà e controllo dei diritti di proprietà intellettuale, limitazioni all'offerta)

- ❑ **L'accesso a risorse e servizi**

(accesso ai dati, prodotti e servizi accessori, canali di distribuzione aggiuntivi)

- ❑ **La conclusione del rapporto contrattuale con il fornitore di servizi di intermediazione online**

(risoluzione del contratto e accesso alle informazioni dopo la cessazione del rapporto)

- ❑ **La risoluzione di problematiche con il fornitore di servizi di intermediazione online**

(reclami, mediazione e controversie giudiziarie)

# Limitazione, sospensione, cessazione del servizio

I FSIO devono indicare nei T&C **una descrizione delle ragioni** che giustificano le decisioni di sospendere, far cessare o limitare l'uso dei loro servizi da parte degli utenti commerciali (art. 3 (1), c)).



## Esempi di misure di limitazione, sospensione, cessazione (\*):

1. Chiusura dell'account
2. Rimozione dell'offerta di un utente commerciale dalla piattaforma
3. Eliminazione o retrocessione nei risultati di ricerca
4. Riduzione della visibilità dell'offerta dell'utente commerciale (o di alcuni suoi elementi)



# Posizionamento (1/2)

I FSIO dovrebbero **indicare nei T&C i principali parametri che determinano il posizionamento** (art. 5), nonché l'eventuale **possibilità di influire sul posizionamento a fronte di un corrispettivo** versato dall'utente commerciale ovvero dal titolare del sito web aziendale alla piattaforma online (ad esempio, l'uso aggiuntivo di servizi ausiliari o funzionalità premium ai fini del posizionamento).



**D: Che tipo di informazioni devo attendermi sui parametri di posizionamento?(\*)**

**R:** L'informativa dovrebbe consentire all'utente commerciale/titolare di sito web aziendale di comprendere come tali parametri incidano:

- sul posizionamento del sito web aziendale nei risultati di un motore di ricerca
- sulla visualizzazione da parte dei consumatori dell'offerta sull'interfaccia della piattaforma





# Posizionamento (2/2)

## Anche i motori di ricerca online devono predisporre un'apposita informativa

concernente il posizionamento in cui indicano i principali parametri che, individualmente o collettivamente, sono i più significativi per determinare il posizionamento di tutti i siti web indicizzati (appartenenti sia agli utenti titolari di siti web aziendali sia ad altri siti web) e specificano l'importanza relativa di tali parametri (art. 5, par. 2).

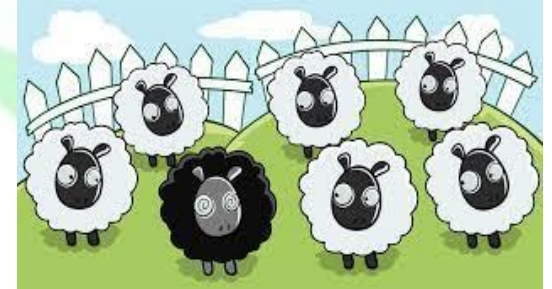
L'informativa deve essere:

- ✓ **Facilmente e pubblicamente accessibile**
- ✓ **Redatta in un linguaggio semplice e comprensibile**
- ✓ **Aggiornata**



# Trattamento differenziato

Il Regolamento P2B prevede che i fornitori di servizi di intermediazione online indichino 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 (art. 7, par. 1).



**Anche i fornitori dei motori di ricerca online** devono predisporre un'apposita informativa concernente qualunque trattamento differenziato 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 (art. 7, par. 2).



**D: Quali informazioni devo poter trovare nei T&C sul trattamento differenziato? (\*)**

**R:** la descrizione delle misure specifiche di trattamento differenziato applicate e le relative motivazioni di tipo economico/commerciale/giuridico.

# Effetti sulla proprietà e il controllo dei diritti di proprietà intellettuale

Il Regolamento P2B prevede che i FSIO descrivano nei T&C come le condizioni applicate incidano **sulla proprietà e sul controllo dei diritti di proprietà intellettuale (ad esempio uso generale di loghi, marchi o denominazioni commerciali)** degli utenti commerciali (art. 3, par. 1, lett. e)).

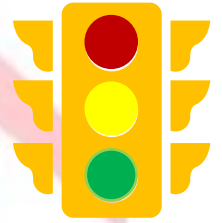


I FSIO dovrebbero garantire che **l'identità dell'utente commerciale sia chiaramente visibile** (art. 3, par. 5).

Ciò non significa però che gli utenti commerciali abbiano il diritto di stabilire **unilateralmente** la presentazione della loro offerta o presenza su un servizio di intermediazione online.



# Limitazioni all'offerta di condizioni diverse mediante altri mezzi



I FSIO devono includere nei loro T&C le ragioni di **eventuali limitazioni** 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 (art. 10, par. 1).

# Canali di distribuzione aggiuntivi

I FSIO devono descrivere nei T&C **eventuali canali di distribuzione aggiuntivi e programmi affiliati** (come altri siti web o app) attraverso cui i beni e i servizi degli utenti commerciali potrebbero essere commercializzati (art. 3, par. 1, lettera d)).



## Prodotti e servizi accessori

I FSIO dovrebbero indicare nei T&C:

- ✓ **Se offrono direttamente ai consumatori** prodotti e servizi accessori
- ✓ **se e a quali condizioni l'utente commerciale sia a sua volta autorizzato** a offrire i propri prodotti e servizi accessori attraverso i servizi di intermediazione online.

Esempi: i servizi di riparazione e assistenza, i prodotti finanziari come l'assicurazione di noleggio auto a integrazione di specifici beni o servizi offerti dall'utente commerciale, aggiornamenti del prodotto venduto, strumenti di personalizzazione collegati a uno specifico prodotto.

# Accesso ai dati (1/2)

I FSIO devono descrivere 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 o generati tramite la fornitura di tali servizi.



*In particolare, l' informativa deve esplicitare chiaramente la possibilità o meno che:*

1 I FSIO abbiano accesso ai dati sopra menzionati



2 Laddove la condivisione dei dati con tali terzi non sia necessaria per il corretto funzionamento dei servizi di intermediazione online, i FSIO descrivono le possibilità di cui dispongono gli utenti commerciali per esimersi da tale condivisione di dati.



# Accesso ai dati (2/2)

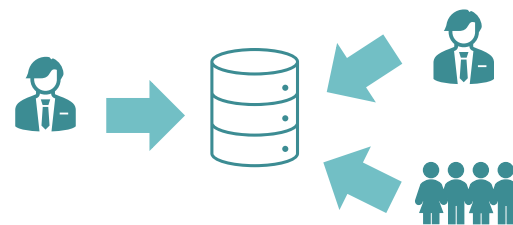
3

**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



4

**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





# Informazioni sulla risoluzione del contratto


I T&C devono contenere **informazioni chiare sulle condizioni** alle quali l'utente commerciale può risolvere la relazione contrattuale con il FSIO (art. 8, lettera b))

e

Devono includere una descrizione dell'accesso, o della mancanza di tale accesso, a **qualsiasi informazione collegata all'utente commerciale** qualora il FSIO **mantenga tale accesso** anche dopo la cessazione della relazione contrattuale con l'utente commerciale.







# Comunicazioni obbligatorie da parte dei FSIO

# Comunicazioni in caso di limitazione, sospensione, cessazione del servizio (1/4)

Un FSIO che decida di **limitare o sospendere** la fornitura dei suoi servizi a un determinato utente commerciale in relazione a singoli beni o servizi offerti da tale utente, **comunica** a quest'ultimo, **preventivamente o al momento** in cui la limitazione o la sospensione prende effetto, **le motivazioni** di tale decisione usando un **supporto durevole**.

Un FSIO che decida di **cessare completamente** la fornitura dei suoi servizi di intermediazione a un utente commerciale comunica a quest'ultimo, **almeno 30 giorni prima** che la cessazione prenda effetto, le **motivazioni** di tale decisione usando un **supporto durevole**.



A norma dell'art. 5, par. 4, se un **motore di ricerca** riceve da un terzo una segnalazione che lo induce a modificare l'ordine di posizionamento in un caso specifico o a rimuovere un determinato sito web, è tenuto a offrire la possibilità al titolare del sito web di prendere visione del contenuto di tale segnalazione.



# Comunicazioni in caso di limitazione, sospensione, cessazione del servizio (2/4)

Nel caso di limitazione, sospensione o cessazione del servizio, il FISIO deve comunicare all'utente commerciale interessato **le motivazioni (fatti e circostanze specifiche, compreso il contenuto di notifiche di terzi)** che hanno portato all'adozione della misura.

La comunicazione deve avvenire su **supporto durevole**, al fine di consentire a quest'ultimo **di chiarire i fatti e le circostanze contestate** (art 4, par. 5).

**D: quali sono i miei strumenti di tutela quando un FSIO limita, sospende o fa cessare il mio account?(\*)**



**R:.** Se non avete ricevuto motivazioni, ma ritenete che le motivazioni sarebbero state necessarie; e/o volete tentare di risolvere il problema dopo che il vostro account è stato limitato o sospeso, **potete presentare un reclamo o ricorrere ad un tentativo di mediazione**

*(vedi sezione successiva)*

Qualora la limitazione, la sospensione o la cessazione sia revocata dal FSIO, quest'ultimo reintegra senza indugio l'utente commerciale

# Comunicazioni in caso di limitazione, sospensione, cessazione del servizio (3/4)

**D: In caso di cessazione del servizio riceverò sempre un preavviso di almeno 30 giorni? (\*)**

**R: In alcuni casi specifici individuati nel Regolamento (cfr. art. 4, par. 4) l'utente commerciale non riceverà il previsto preavviso di 30 giorni. In particolare nei seguenti casi:**

- un obbligo normativo o regolamentare impone a un FSIO di chiudere il vostro account immediatamente o con un preavviso inferiore a 30 giorni;
- un FSIO esercita il diritto di chiudere il vostro account in base a un motivo imperativo a norma del diritto nazionale in conformità con il diritto dell'Unione;
- se avete ripetutamente ignorato o violato le norme contenute nei termini e nelle condizioni, determinando la cessazione della fornitura dell'insieme dei servizi di intermediazione online in questione, circostanza che spetta al fornitore dimostrare.

**A norma dell'art. 4, par. 4, l'utente commerciale ha comunque diritto a ricevere le motivazioni della decisione, senza indebito ritardo, anche se non siete stati avvisati in anticipo della chiusura del vostro account.**



# Comunicazioni in caso di limitazione, sospensione, cessazione del servizio (4/4)



**D: cosa succede se un FSIO limita, sospende o chiude il mio account per errore? O se correggo l'errore che ho commesso? (\*)**

**R: un FSIO può revocare** la sua decisione di limitare, sospendere o chiudere un account se, ad esempio, la decisione è stata presa per errore o se correggete un errore che non avete commesso in malafede (art. 4, par. 3).

Nel caso in cui il FSIO revochi la sua decisione, deve **ripristinare** il vostro account **senza indebito ritardo**.

Tale reintegrazione prevede l'obbligo di fornirvi **tutti gli accessi ai dati personali e/o di altro tipo** connessi all'uso del servizio di intermediazione online di cui disponevate prima della decisione .

# I T&C: eventuali modifiche successive (1/2)

I FSIO devono comunicare su un **supporto durevole** agli utenti commerciali interessati qualunque modifica proposta dei T&C con un **preavviso minimo di 15gg** così da disporre di un tempo sufficiente per adattarsi alle modifiche proposte o per risolvere il contratto con il servizio di intermediazione online prima che tali modifiche inizino ad applicarsi.

**Le modifiche non possono avere effetto retroattivo**



# I T&C: eventuali modifiche successive (2/2)

**D: riceverò in ogni caso un preavviso di 15 giorni relativo alle modifiche?(\*)**

**R:** una notifica preventiva di 15 giorni è il termine minimo. In alcuni casi vi può essere **un preavviso più lungo**, in funzione della complessità e dell'impatto della modifica e della necessità per gli utenti commerciali di introdurre adeguamenti complessi.

**NB:** il termine di preavviso **non** si applica alle modifiche dei termini e delle condizioni se:


- un obbligo giuridico o regolamentare impone al fornitore di servizi di intermediazione di modificare immediatamente i T&C;
- il FSIO deve modificare i T&C per far fronte a un pericolo imprevisto e imminente connesso alla difesa dei servizi di intermediazione online, dei suoi consumatori o di altri utenti commerciali da frodi, malware, spam, violazioni dei dati o rischi per la sicurezza informatica;
- le modifiche sono di natura redazionale, come quelle che modificano il layout dei termini e delle condizioni, ma non modificano il contenuto o il significato di nessuno dei termini e delle condizioni.

**D: Posso porre fine alla mia relazione contrattuale entro il termine di preavviso?(\*)**

**R:** a norma dell'art. 3, par. 2, ***avete il diritto di recedere dal contratto con il servizio di intermediazione online prima della scadenza del termine di preavviso.*** Tale risoluzione ha effetto entro 15 giorni dal ricevimento della notifica del FSIO, a meno che al contratto non si applichi un termine più breve.







# Strumenti di tutela azionabili dagli utenti commerciali



# Informazioni sul sistema di gestione dei reclami

I FSIO devono inserire nei T&C una **descrizione** del sistema interno di gestione dei reclami che sono **tenuti ad istituire** a norma del Regolamento (vedi sezione successiva).

Tale descrizione deve contenere **le informazioni relative all'accesso e al funzionamento** del sistema (es. punti di contatto, procedura, modalità di comunicazione).

I FSIO devono **pubblicare informazioni aggiornate** sul funzionamento e sull'efficacia del sistema di gestione dei reclami (numero e tipologia di reclami, esito, tempo medio di trattazione).



# Sistema interno di gestione dei reclami (1/5)

Il Regolamento P2B prevede che i fornitori di servizi di intermediazione online, debbano istituire un **sistema interno per la gestione dei reclami degli utenti commerciali** (art.11).

Esso deve essere:

- **Gratuito**
- **Facilmente accessibile**
- Tale da garantire che i reclami siano gestiti in un lasso di **tempo ragionevole**.
- Basato sui principi di **proporzionalità, trasparenza e non discriminazione**.



**Il sistema di gestione dei reclami deve essere accessibile a tutti gli utenti commerciali** che utilizzano la piattaforma online, **ivi inclusi quelli cui è stato limitato, sospeso o cessato l'account**.

# Sistema interno di gestione dei reclami (2/5)

**D: quando posso ricorrere al sistema interno di gestione dei reclami?(\*)**

**R:** a norma dell'art. 11, par. 1, è possibile presentare un reclamo in relazione a problemi che riguardano la propria impresa ed in particolare si ritiene che:

- un fornitore di servizi di intermediazione online non rispetti gli obblighi stabiliti dal regolamento P2B;
- il reclamo riguarda questioni tecnologiche direttamente connesse ai servizi forniti dal servizio di intermediazione online;
- il reclamo riguarda misure adottate dal fornitore di servizi di intermediazione online o suoi comportamenti direttamente connesse ai servizi a voi offerti.



**D: Il ricorso al sistema di gestione dei reclami è obbligatorio per l'utente commerciale?(\*)**

**R:** No, il sistema interno di gestione dei reclami è uno degli strumenti previsto dal Regolamento P2B per la risoluzione di eventuali problematiche con la piattaforma, ma esistono altri strumenti di risoluzione delle controversie extragiudiziali (es. mediazione) e giudiziali.

# Sistema interno di gestione dei reclami (3/5)

**D: ho presentato un reclamo sul sistema di gestione; cosa ne consegue?(\*)**

**R:** a norma dell'art. 11, par. 2 del Regolamento, il sistema di gestione dei reclami deve essere istituito in modo da consentire al fornitore di servizi di intermediazione online di:

- i. prestare la debita attenzione ai reclami presentati e alle necessarie azioni per darvi seguito, al fine di risolvere in modo adeguato i problemi sollevati;
- ii. trattare i reclami in modo rapido ed efficace, tenendo conto dell'importanza e della complessità dei problemi sollevati;
- iii. comunicare individualmente al reclamante l'esito del processo interno di gestione dei reclami, utilizzando un linguaggio semplice e comprensibile.





**D: con quale rapidità devo prevedere che il mio reclamo riceva una risposta? In che modo il fornitore di servizi di intermediazione online mi risponderà?(\*)**

**R: a norma dell'art.11, par. 1 e par. 2, lettere b) e c), i FSIO sono tenuti a trattare i reclami con rapidità ed efficacia, in modo proporzionato alla loro importanza e complessità.**

I FISIO dovranno fornire un riscontro chiaro, comprensibile e personalizzato sullo specifico reclamo entro un "lasso di tempo ragionevole" proporzionato alla complessità del caso.

# Sistema interno di gestione dei reclami (5/5)

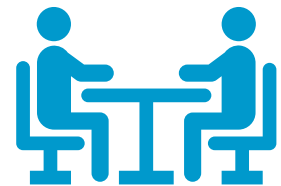
Qualsiasi tentativo di raggiungere un accordo attraverso il sistema di gestione dei reclami **non pregiudica** la possibilità per l'utente commerciale di attivare meccanismi di risoluzione extragiudiziale delle controversie tramite la mediazione.



# Informazioni sui mediatori

I FSIO devono indicare nei T&C **due o più mediatori** per la risoluzione extragiudiziale delle controversie con gli utenti commerciali.

**Le linee guida P2B approvate dall’Autorità suggeriscono ai FSIO di precisare, ove possibile, 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).**



Per «mediazione» si intende un procedimento strutturato, mediante il quale due o più parti di una controversia tentano esse stesse, **su base volontaria**, di raggiungere un accordo sulla risoluzione della medesima con l'assistenza di un mediatore (art. 2, punto 12).

I FSIO devono indicare nei T&C almeno due mediatori per la risoluzione extragiudiziale delle controversie (art.12).

- 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 (considerando 40).



I mediatori individuati devono essere facilmente raggiungibili e in grado di fornire i servizi senza indebito ritardo **utilizzando la lingua in cui sono redatti i T&C stessi**.

- Le linee guida P2B approvate dall'Autorità suggeriscono ai FSIO di individuare, ove possibile, mediatori disponibili in orari ragionevolmente compatibili con quelli dell'attività lavorativa degli utenti commerciali.



Se l'utente commerciale intende ricorrere alla mediazione per risolvere una controversia, il FSIO è tenuto ad impegnarsi **in buona fede** (art. 12, par. 3).



**D: sono tenuto a risolvere una controversia mediante mediazione?(\*)**

**R:** no. La mediazione è per sua stessa natura un processo volontario. Le parti sono tenute ad impegnarsi in buona fede nei tentativi di mediazione (art.12, par.3).

**D: devo utilizzare il sistema di gestione dei reclami prima di cercare di risolvere un problema ricorrendo alla mediazione?(\*)**

**R:** no. Si può cercare di risolvere un reclamo tramite la mediazione senza ricorrere in primo luogo al sistema di gestione dei reclami.

**D: chi sostiene i costi della mediazione?(\*)**

**R:** a norma dell'art. 12, par. 4, i FSIO e gli utenti commerciali devono sostenere una parte ragionevole dei costi totali.



**Sarà il mediatore a indicare la parte che considera ragionevole nel singolo caso, tenuto conto dei seguenti elementi:**

- la fondatezza delle affermazioni proposte dall'utente commerciale e dal FSIO coinvolto nella controversia;
- il comportamento tenuto dalle parti; e
- le dimensioni e la capacità finanziaria dell'utente commerciale rispetto a quelle del FSIO.

# Il ricorso al giudice ordinario

È sempre possibile attivare la risoluzione giudiziale della controversia rivolgendosi al giudice civile.

- **Gli utenti commerciali e i titolari di siti web aziendali** possono rivolgersi al **giudice ordinario** nel caso di presunte inadempienze da parte dei FSIO o dei fornitori di motori di ricerca in relazione agli obblighi del Regolamento P2B.
- Anche **le organizzazioni e le associazioni** che hanno un legittimo interesse a rappresentare gli utenti commerciali o i titolari di siti web aziendali hanno il diritto di adire il giudice.
- Il ricorso al giudice può avvenire in qualsiasi momento, anche interrompendo il tentativo di mediazione eventualmente in corso.





# Poteri di intervento dell'AGCOM

# Ambiti d'intervento di AGCOM in materia di P2B

- ✓ Richiesta di informazioni pertinenti
- ✓ Monitoraggio periodico sullo stato di attuazione del Regolamento
- ✓ Vigilanza d'ufficio o su segnalazione
- ✓ Avvio istruttorie
- ✓ Tavoli di lavoro con le parti interessate (Tavolo tecnico P2B)
- ✓ Potere sanzionatorio

# Segnalazioni all'AGCOM (1/3)

L'Autorità svolge l'attività di vigilanza in materia di *platform to business* d'ufficio o su segnalazione.

**Tutti i soggetti interessati nonché le relative associazioni od organizzazioni rappresentative possono segnalare all'Autorità presunte violazioni della normativa di settore.**

Per segnalare all'Autorità presunte violazioni delle disposizioni del Regolamento P2B da parte dei fornitori di servizi di intermediazione online e di motori di ricerca online, può essere utilizzato il «**Modello segnalazione in materia di Regolamento (UE) 2019/1150**» disponibile sul sito.\*

La segnalazione, completa degli elementi essenziali, unitamente al “**Modello segnalazione in materia di Regolamento (UE) 2019/1150**”, va trasmessa all'indirizzo di Posta Elettronica Certificata (PEC): **agcom@cert.agcom.it**



# Segnalazioni all'AGCOM (2/3)

## La segnalazione deve contenere tutti gli elementi essenziali:

- dati completi del segnalante;
- dati identificativi del soggetto responsabile della presunta violazione;
- precisa descrizione dei fatti inerenti alla segnalazione;
- periodo di riferimento della violazione;
- ogni documentazione o altro elemento utile ad accertare la violazione.

Le segnalazioni prive degli elementi essenziali sono considerate inammissibili.

**NB:** a pena di irricevibilità la segnalazione deve essere trasmessa tramite PEC; è ammesso l'utilizzo della posta elettronica non certificata solo se il segnalante è una persona fisica e se la segnalazione è corredata da copia leggibile del documento di identità del segnalante.

# Segnalazioni all'AGCOM (3/3)

## Cosa accade dopo che l'Autorità ha ricevuto una segnalazione?

L'Autorità avvia le necessarie verifiche preistruttorie.

Le segnalazioni ricevute possono essere opportunamente aggregate, per procedere ad una valutazione d'insieme, anche in considerazione della gravità e attualità della violazione e della diffusione della condotta emergente dalle singole segnalazioni.

La valutazione può dar luogo a un'archiviazione, laddove le segnalazioni ricevute risultino infondate.

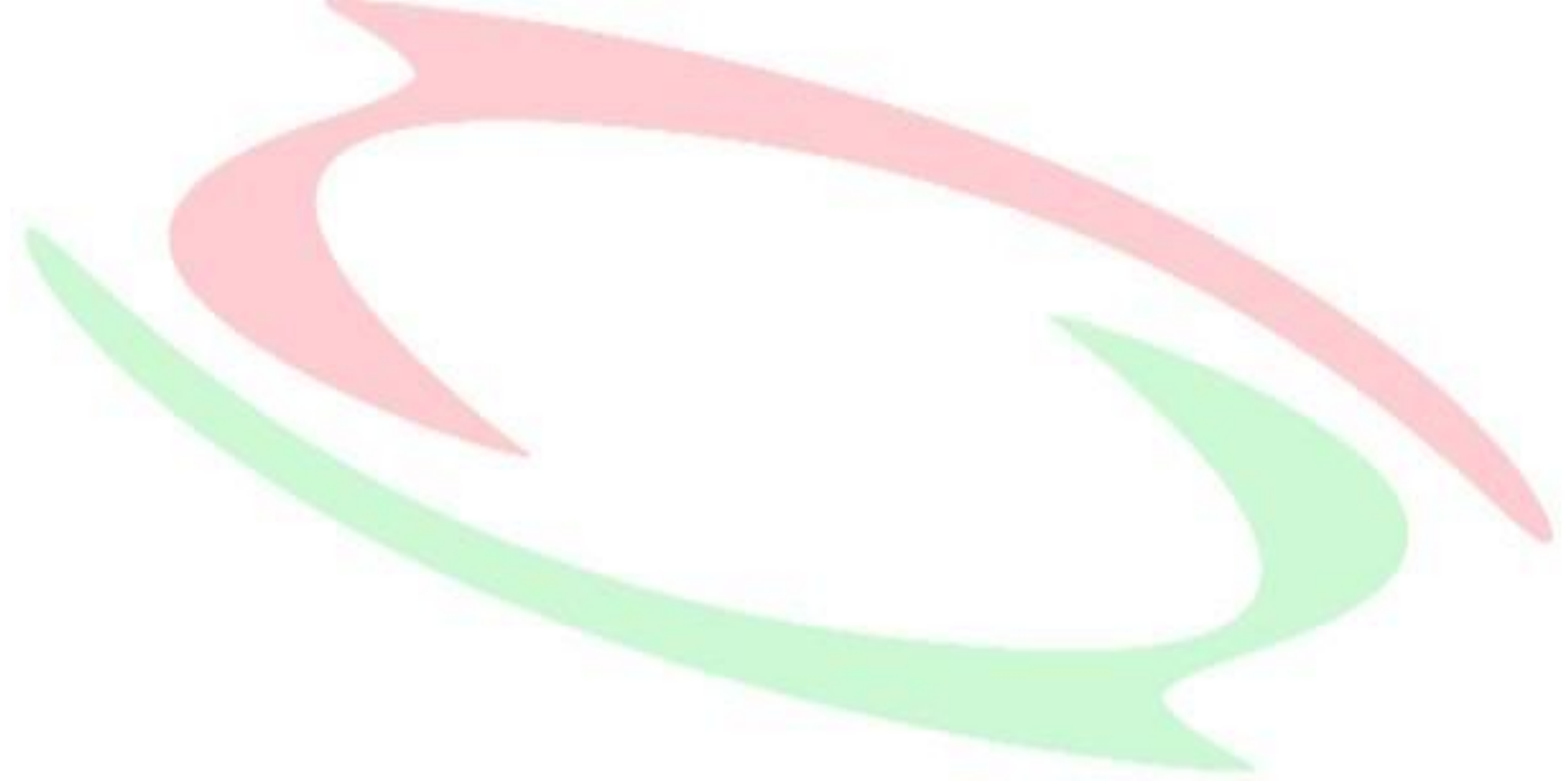
Qualora all'esito dell'attività preistruttoria risulti **accertata la sussistenza di una condotta rilevante in violazione** della normativa, l'Autorità procede con l'**avvio di un procedimento** sanzionatorio attraverso la notifica dell'atto di contestazione all'autore della violazione.

Le modalità di svolgimento dei procedimenti sanzionatori sono disciplinate dal «*Regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni*» (Allegato A alla delibera 437/22/CONS).



# Riferimenti utili

- Regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 giugno 2019, che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online
- Delibera Agcom 406/22/CONS del 29 novembre 2022 «Linee Guida per l'adeguata ed efficace applicazione del Regolamento (UE) 2019/1150»
- Documento della Commissione europea del 9 luglio 2020 «Domande e risposte - Stabilire un ecosistema equo, affidabile e spinto dall'innovazione nell'economia delle piattaforme»
- Sito web dell'Agcom:
  - sezione tematica Platform to business – AGCOM (disponibile in: <https://www.agcom.it/platform-to-business> )
  - Guida rapida sulle tutele del Regolamento P2B (disponibile in: <https://www.agcom.it/informazioni-per-gli-utenti-commerciali-p2b> )



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni  
Direzione Servizi Digitali  
Ufficio piattaforme, servizi digitali e *platform to business*