



AGCOM

AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

Platform

to

Business



Sistema interno di gestione dei reclami
Best Practice



Premessa

Le seguenti “best practice” promuovono l’applicazione adeguata ed efficace delle prescrizioni normative europee in materia di *platform to business*, con particolare riferimento all’accesso e al funzionamento del sistema di gestione dei reclami che i fornitori di servizi di intermediazione online devono predisporre per la risoluzione di potenziali problemi legati alla fornitura dei loro servizi e riscontrati dagli utenti commerciali.

Le best practice si riferiscono a pratiche che AGCOM valuta positivamente ai fini dell’applicazione da parte dei fornitori di servizi di intermediazione online delle prescrizioni del Regolamento (UE) 2019/1150 (Regolamento P2B), nell’ottica di una migliore fruibilità degli strumenti di tutela e di salvaguardia dei diritti degli utenti commerciali.

Fermi restando gli obblighi imposti dal Regolamento P2B, nonché dall’ulteriore normativa europea applicabile ai servizi in oggetto (cfr. Regolamento 2022/2065 sui servizi digitali, c.d. “Digital Services Act” o “DSA”), le seguenti best practice devono intendersi come possibili modalità con cui i fornitori di servizi di intermediazione online garantiscono uno strumento di tutela immediato ed efficace per la gestione dei reclami degli utenti commerciali in relazione a specifici eventi o decisioni adottate dal fornitore.



Le best practice tengono conto delle indicazioni emerse dai documenti informativi elaborati dalla Commissione europea¹ e da altre autorità nazionali europee, nonché dei contributi dei soggetti aderenti al [Tavolo tecnico P2B istituito da AGCOM con delibera n. 406/22/CONS](#).

¹ Si veda il documento della Commissione europea "[Domande e risposte Stabilire un ecosistema equo, affidabile e spinto dall'innovazione nell'economia delle piattaforme online](#)".



RIFERIMENTI REGOLAMENTARI



Regolamento P2B

- ⇒ Il Regolamento P2B prevede che i fornitori di servizi di intermediazione online² 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 in modo proporzionato alla loro importanza e complessità (articolo 11, paragrafo 1).
- ⇒ I fornitori di servizi di intermediazione online: a) prestano la debita attenzione ai reclami presentati e al necessario seguito da darvi per risolvere in modo adeguato i problemi sollevati; b) trattano i reclami in modo rapido ed efficace, tenendo conto dell'importanza e della complessità dei problemi sollevati; c) comunicano individualmente al reclamante l'esito del processo interno di gestione dei reclami, utilizzando un linguaggio semplice e comprensibile.
- ⇒ 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

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



comportamenti, adottati dal fornitore di servizi di intermediazione online, direttamente connessi alla fornitura dei servizi di intermediazione online con conseguenze per il reclamante (articolo 11, paragrafo 2).

- ⇒ 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).
- ⇒ I fornitori di servizi di intermediazione online sono tenuti a prevedere nei loro termini e condizioni tutte le informazioni pertinenti relative all'accesso e al funzionamento del loro sistema interno di gestione dei reclami (articolo 11, paragrafo 3).
- ⇒ I fornitori di servizi di intermediazione online predispongono informazioni sul funzionamento e l'efficacia del loro sistema interno di gestione dei reclami e le mettono a disposizione del pubblico. Essi verificano quanto meno annualmente le informazioni e le aggiornano, qualora si rendano necessarie modifiche significative. Tra tali informazioni figurano il numero totale di reclami presentati, le principali tipologie di reclami, il tempo mediamente necessario per trattarli e dati aggregati relativi all'esito dei reclami (articolo 11, paragrafo 4).

Digital Services Act

Art. 20 "Sistema interno di gestione dei reclami"

Le piattaforme online devono predisporre un sistema interno di gestione dei reclami efficace che consenta ai destinatari del servizio di presentare un reclamo contro le decisioni prese dalla piattaforma (rimozione dei contenuti, sospensione/limitazione/cessazione dell'account o del servizio), a seguito di una segnalazione o laddove le informazioni fornite dal destinatario del servizio costituiscano contenuti illegali o incompatibili con le condizioni generali del servizio.

- Il reclamo può essere inoltrato sia da parte di chi ha fatto una segnalazione (persona o ente) sia da parte del destinatario del servizio nei confronti del quale è stata presa una decisione.
- I sistemi devono essere di facile accesso e devono agevolare la presentazione di reclami precisi e sufficientemente motivati.
- I sistemi devono consentire la presentazione dei reclami per via elettronica e in modo gratuito, per almeno sei mesi dal momento in cui il destinatario è stato informato della decisione.
- L'esito del reclamo deve essere motivato, tempestivo e comunicato senza indebito ritardo.
- Con l'esito del reclamo deve essere comunicata la possibilità di risoluzione extragiudiziale della controversia e le altre modalità di ricorso.
- Le decisioni sul reclamo devono essere prese con la supervisione di personale adeguatamente qualificato e non avvalendosi esclusivamente di strumenti automatizzati.



Linee guida AGCOM³

- ⇒ I fornitori rendono facilmente disponibili nei T&C informazioni sull'accesso e sul funzionamento del sistema interno di gestione dei reclami, redatte in un linguaggio semplice e comprensibile.
- ⇒ Le informazioni devono risultare facilmente individuabili dagli utenti commerciali e consentire di comprendere chiaramente la modalità con cui accedere al sistema interno di gestione dei reclami e il relativo funzionamento.
- ⇒ È buona prassi che le informazioni pertinenti relative all'accesso e al funzionamento del sistema interno di gestione dei reclami 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.
- ⇒ Nei T&C devono essere descritte le modalità con cui i fornitori 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

³ Per un'analisi completa si rimanda a: "[Linee Guida per l'adeguata ed efficace applicazione del Regolamento \(UE\) 2019/1150](#)".



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.

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.

⇒ 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.



BEST PRACTICE



Accesso al sistema interno di gestione dei reclami

I fornitori di servizi di intermediazione online individuano le modalità con le quali garantire l'accesso facile e immediato al sistema interno di gestione dei reclami gratuito e le rendono disponibili all'utente commerciale in maniera chiara (in lingua italiana) e trasparente.

L'utente commerciale deve essere nella condizione di accedere facilmente alle informazioni per attivare il reclamo con una rapida e facile consultazione del sito web/app del fornitore di servizi di intermediazione online.

Tutti gli utenti commerciali che utilizzano il servizio di intermediazione online devono poter utilizzare il sistema di gestione dei reclami, compresi quelli il cui utilizzo del servizio di intermediazione online è stato oggetto di limitazione, sospensione o cessazione.

I T&C includono i riferimenti al punto di contatto (ad esempio, un link ad un form online, un indirizzo email e/o recapito telefonico, chat o altro tipo) per accedere al sistema di gestione: tali informazioni sono inserite in una sezione del sito web o app che sia ben riconoscibile, facilmente identificabile e raggiungibile con pochi click dalla homepage e/o comunque in un punto del sito web/app in cui l'utente commerciale si aspetta di trovarli – per prassi di navigazione – in maniera immediata e intuitiva.



- ① I fornitori distinguono le informative sul sistema di gestione dei reclami per gli utenti commerciali da quelle per gli utenti finali (consumatori), ad esempio creando aree dedicate agli utenti/partner commerciali nelle quali siano raccolte tutte le informazioni di loro interesse (ad esempio, “Come presentare un reclamo – Area Utenti commerciali”).
- ① Per gli utilizzatori della piattaforma, i fornitori rendono disponibili le informazioni di accesso al sistema – in aggiunta alle informative incluse nei T&C – anche nell’area riservata agli utenti commerciali.

Funzionamento del sistema di gestione dei reclami

I fornitori rendono disponibile una descrizione formulata in un linguaggio semplice e comprensibile (in lingua italiana), in modo che l'utente commerciale sia a conoscenza delle modalità con le quali i reclami saranno gestiti.



Identificativo del reclamo

Comunicazione di un identificativo della pratica di gestione del reclamo per la tracciabilità e le successive comunicazioni tra reclamante e fornitore.



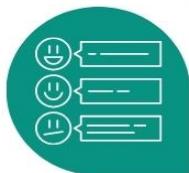
Tempistiche di lavorazione

Possibilità di ricevere informazioni sui tempi medi di gestione del reclamo, proporzionati alla complessità del caso.



Stato di avanzamento

Disponibilità di un canale per interagire con il fornitore e acquisire - anche su richiesta - informazioni sulla gestione del reclamo inoltrato.



Comunicazione dell'esito

Risposta comprensiva degli elementi rilevanti sul reclamo anche per valutare ulteriori azioni (i.e. ricorso a mediazione o giudice ordinario) in caso di esito negativo.



Comunicazione esito del reclamo

I fornitori informano l'utente commerciale dell'esito del reclamo in un linguaggio semplice e comprensibile (in lingua italiana).

L'esito comunicato è specifico e completo dei dettagli rilevanti: ciò significa che il fornitore fornisce un riscontro individuale sull'esito del reclamo, sulle ragioni alla base dell'esito e sulle conseguenze che ne derivano per l'utente.

Il fornitore dovrebbe mettere a disposizione dell'utente commerciale un punto di contatto umano per informazioni e chiarimenti sulle motivazioni a supporto dell'esito del reclamo.

- ① Il fornitore potrebbe rendere disponibili anche punti di contatto dedicati per un'assistenza di secondo livello più evoluta e specializzata di personale adeguatamente qualificato in grado di interagire correttamente nella lingua dell'utente commerciale sulla materia oggetto del reclamo.
- ① Il fornitore potrebbe diversificare la sezione reclami per materia o tipologia di problema riscontrato, in modo che l'utente commerciale possa indirizzare il reclamo verso l'area di pertinenza più appropriata per una gestione più efficiente dell'istanza.



Almeno una volta all'anno, il fornitore pubblica un report sul funzionamento e sull'efficacia del proprio sistema interno di gestione dei reclami. Il report sarà facilmente accessibile (disponibile sul sito web/app). Il fornitore dichiara, in particolare, il numero totale dei reclami presentati e le loro principali tipologie, il tempo medio impiegato per la loro gestione e sugli esiti.



ALCUNI ESEMPI

Esempio 1: disponibilità di un sistema di gestione facilmente accessibile

L'account dell'albergatore A che vende i propri servizi mediante la piattaforma di intermediazione online X è stato sospeso: non è possibile per i clienti interessati acquistare i suoi servizi. L'albergatore intende contestare la misura di sospensione adottata dalla piattaforma, ma le informazioni per inoltrare il reclamo non sono facilmente rinvenibili sul sito della piattaforma, cosicché l'albergatore A deve cercare più volte su diverse sezioni del sito di X prima di poterle reperire in una sezione avente un titolo non facilmente riconducibile a quanto cercato.



In questa situazione le informazioni sull'accesso al sistema non sono facilmente reperibili, poiché l'albergatore A deve accedere al portale della piattaforma e provare a cercare in più sezioni prima di rinvenirle, con un allungamento dei tempi di ricerca, maggiori impatti potenzialmente negativi sull'operatività di impresa a causa della sospensione dell'account.



L'aggiunta di una sezione con nomi "parlanti", che punti ad una pagina o sezione separata rivolta esclusivamente agli utenti commerciali, e che sia facilmente individuabile nella homepage, potrebbe migliorare la reperibilità delle informazioni rilevanti per accedere al sistema di gestione dei reclami.

Esempio 2: informazioni complete sul funzionamento del sistema di gestione dei reclami

L'utente commerciale A per vendere il proprio abbigliamento si avvale della piattaforma online X specializzata nella vendita di capi di moda. L'utente A intende inoltrare un reclamo per problemi relativi al servizio offerto dalla piattaforma. L'unica informazione reperibile nei termini e condizioni (T&C) è un collegamento ad un form online attraverso cui inoltrare un reclamo (ad esempio, "per inoltrare un reclamo clicca qui").



In questa situazione il fornitore non ha reso disponibili all'utente commerciale informazioni chiare e trasparenti sulle modalità di funzionamento del sistema interno di gestione dei reclami, ma un generico link di collegamento.



La piattaforma X rende disponibili una descrizione dei casi per cui è azionabile il sistema di gestione dei reclami, un riferimento a un punto di contatto anche per eventuali domande sulla procedura, una descrizione di come l'utente commerciale verrà informato dell'esito del reclamo e, ove possibile, dei tempi stimati per la gestione in proporzione alla complessità del caso.

Esempio 3: informazioni specifiche e dettagliate sull'esito del reclamo

Un utente commerciale A ha presentato un reclamo alla piattaforma online X di cui si avvale per la vendita dei propri servizi. Dopo un certo intervallo di tempo, ha ricevuto un messaggio via e-mail dalla piattaforma: "Il tuo reclamo è stato respinto" senza che vi sia la possibilità di chiedere chiarimenti in merito al rigetto.



Seppur ha utilizzato un supporto durevole (e-mail), la piattaforma ha inviato una risposta standardizzata generica senza fornire la spiegazione ovvero gli elementi di dettaglio rilevanti sulla gestione dello specifico reclamo.



La piattaforma X informa il reclamante dell'esito del reclamo con una risposta personalizzata che si riferisce specificamente al singolo reclamo, comprensiva di un'adeguata spiegazione sulle motivazioni dell'esito, non vaga o fuorviante, utilizzando un linguaggio semplice e comprensibile. Sarebbe auspicabile che il reclamante potesse interagire con un punto di contatto umano per acquisire informazioni e chiarimenti sulle motivazioni a supporto dell'esito del reclamo.

Esempio 4: reportistica sul funzionamento del sistema interno di gestione

Un utente commerciale A sta valutando di avvalersi dei servizi di intermediazione di una piattaforma online di *marketplace* per la vendita dei propri prodotti. In tal senso, vorrebbe valutare l'efficacia della piattaforma nella gestione dei reclami, ma non riesce a reperire informazioni sul sito web della piattaforma selezionata. La piattaforma, infatti, rende disponibili tali informazioni solo su richiesta o nell'area riservata agli utenti che già utilizzano la piattaforma.



In questa situazione le informazioni non sono facilmente disponibili, poiché l'utente commerciale A non può in autonomia individuare le informazioni utili per compiere scelte adeguatamente informate, con un allungamento dei tempi di ricerca.



L'aggiunta di una sezione disponibile online con nomi "parlanti", pubblicamente accessibile che sia facilmente individuabile nella homepage, potrebbe migliorare la reperibilità delle informazioni sull'efficacia del sistema di gestione dei reclami anche prima di diventare un utilizzatore della piattaforma.



Ulteriori informazioni sul Regolamento P2B

- ① [sezione P2B sito web Agcom](#)
- ① [Regolamento P2B](#)
- ① [Q&A Commissione europea](#)
- ① [Linee guida P2B Agcom](#)

www.agcom.it

agcom@cert.agcom.it