

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
(Testo rilevante ai fini del SEE)

IL PARLAMENTO EUROPEO E IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA,

visto il trattato sul funzionamento dell'Unione europea, in particolare l'articolo 114,

vista la proposta della Commissione europea,

previa trasmissione del progetto di atto legislativo ai parlamenti nazionali,

visto il parere del Comitato economico e sociale europeo ⁽¹⁾,

previa consultazione del Comitato delle regioni,

deliberando secondo la procedura legislativa ordinaria ⁽²⁾,

considerando quanto segue:

- (1) I servizi di intermediazione online, che possono contribuire a migliorare il benessere dei consumatori e sono sempre più utilizzati nei settori sia privato che pubblico, sono elementi determinanti per l'imprenditorialità e per nuovi modelli di business, il commercio e l'innovazione. Offrono accesso a nuovi mercati e opportunità commerciali permettendo alle imprese di esplorare i vantaggi del mercato interno. Permettono ai consumatori dell'Unione di sfruttare tali vantaggi, in particolare grazie alla maggiore possibilità di scelta di beni e servizi nonché contribuendo all'offerta di prezzi competitivi online, ma sollevano anche sfide che devono essere affrontate al fine di garantire la certezza giuridica.
- (2) I servizi di intermediazione online possono essere cruciali per il successo commerciale delle imprese che utilizzano tali servizi per raggiungere i consumatori. Al fine di sfruttare pienamente i vantaggi dell'economia delle piattaforme online, è pertanto importante che le imprese possano avere fiducia nei servizi di intermediazione online con cui instaurano rapporti commerciali, in primo luogo perché l'incremento delle intermediazioni delle transazioni attraverso i servizi di intermediazione online, alimentati da forti effetti indiretti di rete basati su dati, conduce a un aumento della dipendenza da tali servizi degli utenti commerciali, in particolare le microimprese, piccole e medie imprese (PMI), per raggiungere i consumatori. Dato l'aumento della dipendenza, i fornitori di tali servizi spesso hanno un potere contrattuale superiore, che consente loro di agire di fatto unilateralmente in un modo che può essere iniquo e quindi dannoso per gli interessi legittimi dei loro utenti commerciali e, indirettamente, anche dei consumatori dell'Unione. Per esempio, possono imporre unilateralmente agli utenti commerciali prassi che deviano considerevolmente da un comportamento commerciale corretto o contravvengono ai principi della buona fede e della correttezza. Il presente regolamento affronta tali frizioni potenziali nell'economia delle piattaforme online.
- (3) I consumatori hanno accolto favorevolmente l'utilizzo dei servizi di intermediazione online. Per il loro benessere è essenziale anche un ecosistema online competitivo, equo e trasparente, in cui le imprese agiscono in modo responsabile. Il fatto di garantire la trasparenza e la fiducia nell'economia delle piattaforme online nei rapporti tra imprese potrebbe altresì contribuire indirettamente a migliorare la fiducia dei consumatori nell'economia delle piattaforme online. L'impatto diretto dello sviluppo dell'economia delle piattaforme online sui consumatori sono tuttavia affrontate da altre norme del diritto dell'Unione, in particolare per quanto riguarda l'acquis relativo ai consumatori.

⁽¹⁾ GU C 440 del 6.12.2018, pag. 177.

⁽²⁾ Posizione del Parlamento europeo del 17 aprile 2019 (non ancora pubblicata nella Gazzetta ufficiale) e decisione del Consiglio del 14 giugno 2019.

- (4) In modo analogo, i motori di ricerca online possono essere importanti fonti di traffico Internet per le imprese che offrono beni o servizi ai consumatori mediante i siti web e possono pertanto influire in modo significativo sul successo commerciale degli utenti titolari di siti web aziendali che offrono i loro beni o servizi online sul mercato interno. A tale riguardo, il posizionamento dei siti web controllato dai fornitori dei motori di ricerca online, compresi quei siti web mediante i quali gli utenti titolari dei siti web aziendali offrono i propri beni e servizi ai consumatori, ha un impatto notevole sulla scelta del consumatore e sul successo commerciale di tali utenti titolari di siti web aziendali. Anche in assenza di una relazione contrattuale con gli utenti titolari di siti web aziendali, i fornitori dei motori di ricerca online possono pertanto agire di fatto unilateralmente in un modo che può essere iniquo e quindi dannoso per gli interessi legittimi dei loro utenti titolari di siti web aziendali e, indirettamente, anche dei consumatori dell'Unione.
- (5) La natura del rapporto tra i fornitori di servizi di intermediazione online e gli utenti commerciali potrebbe anche portare a situazioni in cui gli utenti commerciali abbiano spesso possibilità limitate di presentare ricorso laddove le azioni unilaterali dei fornitori di tali servizi diano origine a una controversia. In molti casi, tali fornitori non offrono un sistema di gestione dei ricorsi accessibile ed efficace. I meccanismi alternativi di risoluzione extragiudiziale delle controversie esistenti possono anch'essi essere inefficaci per una serie di motivi, tra cui la mancanza di mediatori specializzati e il timore di ritorsioni degli utenti commerciali.
- (6) I servizi di intermediazione online e i motori di ricerca online, come pure le transazioni agevolate da tali servizi, hanno un potenziale transfrontaliero intrinseco e, nell'economia attuale, sono particolarmente importanti per il corretto funzionamento del mercato interno dell'Unione. Le pratiche commerciali potenzialmente sleali e dannose di alcuni fornitori di tali servizi e la mancanza di efficaci meccanismi di ricorso ostacolano la piena realizzazione di tale potenziale e influiscono negativamente sul corretto funzionamento del mercato interno.
- (7) Dovrebbe essere fissata a livello dell'Unione una serie mirata di norme vincolanti in materia al fine di garantire un contesto commerciale online equo, prevedibile, sostenibile e sicuro nell'ambito del mercato interno. In particolare, gli utenti commerciali di servizi di intermediazione online dovrebbero poter beneficiare di un'adeguata trasparenza e di efficaci possibilità di ricorso in tutta l'Unione, al fine di facilitare le attività economiche a livello transfrontaliero all'interno dell'Unione e così migliorare il corretto funzionamento del mercato interno e rispondere a un eventuale frammentazione emergente negli specifici settori disciplinati dal presente regolamento.
- (8) Tali norme dovrebbero anche fornire incentivi adeguati per promuovere l'equità e un'adeguata trasparenza, in particolare riguardo al posizionamento degli utenti titolari di siti web aziendali nei risultati di ricerca generati dai motori di ricerca online. Allo stesso tempo, tali norme dovrebbero riconoscere e salvaguardare il notevole potenziale di innovazione dell'intera economia delle piattaforme online e consentire una sana concorrenza che assicuri ai consumatori una maggiore scelta. È opportuno chiarire che il presente regolamento non dovrebbe pregiudicare il diritto civile nazionale, segnatamente il diritto contrattuale, nella fattispecie le norme sulla validità, la formazione, gli effetti o la risoluzione di un contratto, nella misura in cui le norme nazionali di diritto civile siano conformi al diritto dell'Unione e gli aspetti pertinenti non siano contemplati dal presente regolamento. Gli Stati membri dovrebbero essere liberi di applicare le norme nazionali che vietano o sanzionano i comportamenti unilaterali o le pratiche commerciali sleali nella misura in cui gli aspetti pertinenti non sono contemplati dal presente regolamento.
- (9) Poiché i servizi di intermediazione online e i motori di ricerca online in genere hanno dimensione globale, il presente regolamento dovrebbe applicarsi ai fornitori di tali servizi indipendentemente dal fatto che siano stabiliti in uno Stato membro o fuori dall'Unione, purché siano soddisfatte due condizioni cumulative. In primo luogo, gli utenti commerciali o gli utenti titolari di siti web aziendali dovrebbero essere stabiliti nell'Unione. In secondo luogo, gli utenti commerciali o gli utenti titolari di siti web aziendali dovrebbero, attraverso la fornitura di tali servizi, offrire i loro beni o servizi a consumatori situati nell'Unione almeno per parte della transazione. Per stabilire se un utente commerciale o un utente di un sito web aziendale offrano beni o servizi a consumatori situati nell'Unione, è necessario accertare se risulta che l'utente commerciale o l'utente di un sito web aziendale rivolgano le loro attività a consumatori situati in uno o più Stati membri. Tale criterio andrebbe interpretato in conformità con la pertinente giurisprudenza della Corte di giustizia dell'Unione europea sull'articolo 17, paragrafo 1, lettera c), del regolamento (CE) n. 1215/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio⁽³⁾ e sull'articolo 6, paragrafo 1, lettera b), del regolamento (CE) n. 593/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio⁽⁴⁾. Tali consumatori dovrebbero essere situati nell'Unione, ma non è necessario che il loro luogo di residenza si trovi nell'Unione né che abbiano la cittadinanza di uno degli Stati membri. Di conseguenza, il presente regolamento non dovrebbe applicarsi se gli utenti commerciali o gli utenti titolari di siti web aziendali non sono stabiliti nell'Unione o se, pur essendo stabiliti nell'Unione, utilizzano i servizi di intermediazione online o i motori di ricerca online per offrire beni o servizi esclusivamente a consumatori stabiliti al di fuori dell'Unione o a soggetti che non sono consumatori. Il presente regolamento dovrebbe inoltre applicarsi qualunque sia la legge altrimenti applicabile ad un contratto.

⁽³⁾ Regolamento (UE) n. 1215/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2012, concernente la competenza giurisdizionale, il riconoscimento e l'esecuzione delle decisioni in materia civile e commerciale (GU L 351 del 20.12.2012, pag. 1).

⁽⁴⁾ Regolamento (CE) n. 593/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 giugno 2008, sulla legge applicabile alle obbligazioni contrattuali (Roma I) (GU L 177 del 4.7.2008, pag. 6).

- (10) Un'ampia gamma di relazioni fra impresa e consumatore è intermediata online da fornitori che effettuano servizi multilaterali, essenzialmente basati sullo stesso modello organizzativo e strategico che crea l'ecosistema. Al fine di cogliere i servizi pertinenti, i servizi di intermediazione online dovrebbero essere definiti in modo preciso e tecnologicamente neutrale. In particolare, i servizi dovrebbero consistere in servizi della società dell'informazione caratterizzati dall'obiettivo di facilitare l'avvio di transazioni dirette tra utenti commerciali e consumatori, indipendentemente dal fatto che le transazioni siano sostanzialmente concluse online, sul portale online del fornitore di servizi di intermediazione online in questione o su quello dell'utente commerciale, offline, o non lo siano affatto, il che significa che l'esistenza di una relazione contrattuale tra gli utenti commerciali e i consumatori non dovrebbe costituire un presupposto per servizi di intermediazione online che rientra nell'ambito di applicazione del presente regolamento. La semplice inclusione di un servizio che presenta solo un carattere marginale non dovrebbe essere sufficiente per concludere che l'obiettivo di un sito web o di un servizio è di facilitare le transazioni nel senso di un servizio di intermediazione online. I servizi dovrebbero inoltre essere forniti sulla base di una relazione contrattuale tra i fornitori e gli utenti commerciali che offrono beni o servizi ai consumatori. Tale relazione contrattuale dovrebbe essere considerata in essere qualora entrambe le parti interessate esprimano l'intenzione di essere vincolate in modo inequivocabile e su un supporto durevole, senza che sia necessariamente richiesto un esplicito accordo scritto.
- (11) Gli esempi dei servizi di intermediazione online considerati nel presente regolamento dovrebbero di conseguenza includere i mercati online del commercio elettronico, compresi quelli collaborativi in cui gli utenti commerciali sono attivi, i servizi delle applicazioni online dei software, come ad esempio gli store di applicazioni, e i servizi online dei social media, a prescindere dalla tecnologia usata per fornire tali servizi. In tal senso, i servizi di intermediazione online potrebbero anche essere forniti tramite la tecnologia di assistenza vocale. Inoltre, non dovrebbe essere rilevante il fatto che tali transazioni tra gli utenti commerciali e i consumatori comportino pagamenti in denaro o che le transazioni siano concluse in parte offline. Tuttavia, il presente regolamento non dovrebbe applicarsi ai servizi di intermediazione online peer-to-peer senza la presenza di utenti commerciali, ai servizi di intermediazione online di sole relazioni tra aziende che non sono offerti ai consumatori, agli strumenti dedicati alla 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. Per lo stesso motivo, i servizi software di ottimizzazione per i motori di ricerca e i servizi basati su software che bloccano la pubblicità non dovrebbero essere disciplinati dal presente regolamento. Le funzionalità e le interfacce tecnologiche che collegano semplicemente il hardware e le applicazioni non dovrebbero essere disciplinate dal presente regolamento, in quanto in generale non rispondono ai criteri dei servizi di intermediazione online. Tuttavia, tali funzionalità o interfacce possono essere direttamente connesse o essere complementari ad alcuni servizi di intermediazione online e, in tal caso, i fornitori interessati di servizi di intermediazione online dovrebbero essere soggetti a requisiti di trasparenza in relazione al trattamento differenziato basato su tali funzionalità e interfacce. Il presente regolamento non dovrebbe, inoltre, applicarsi ai servizi di pagamento online, poiché questi di per sé non soddisfano i requisiti applicabili, ma sono, anzi, ausiliari per loro natura alla transazione per la fornitura di beni e servizi ai consumatori interessati.
- (12) In linea con la pertinente giurisprudenza della Corte di giustizia dell'Unione europea e alla luce del fatto che la posizione di dipendenza degli utenti commerciali è stata osservata principalmente rispetto ai servizi di intermediazione online che servono da accesso ai consumatori, intesi come persone fisiche, la nozione di consumatore utilizzata per delineare l'obiettivo del presente regolamento dovrebbe intendersi riferita unicamente a persone fisiche che agiscono per fini che esulano dalla loro attività commerciale, industriale, artigianale o professionale.
- (13) Considerando la rapidità dell'innovazione, la definizione di motori di ricerca online utilizzata nel presente regolamento dovrebbe essere neutra sotto il profilo tecnologico. In particolare, la definizione dovrebbe essere intesa nel senso che comprende anche le richieste vocali.
- (14) I fornitori di servizi di intermediazione online tendono a utilizzare termini e condizioni pre-formulati. Allo scopo di proteggere in modo efficace gli utenti commerciali ove necessario, il presente regolamento dovrebbe applicarsi quando i termini e le condizioni di una relazione contrattuale, indipendentemente dal loro titolo o dalla loro forma, sono stabiliti unilateralmente dal fornitore di servizi di intermediazione online. Il fatto che i termini e le condizioni siano o meno stati stabiliti unilateralmente dovrebbe essere determinato caso per caso in base a una valutazione complessiva. Per tale valutazione complessiva, la dimensione relativa delle parti interessate, il fatto che si sia svolta una negoziazione o che alcune disposizioni potrebbero essere state soggette a tale negoziazione e determinate congiuntamente dal fornitore e dall'utente commerciale interessato, non dovrebbero essere di per sé decisivi. Inoltre, l'obbligo per i fornitori di servizi di intermediazione online di rendere i loro termini e condizioni facilmente accessibili agli utenti commerciali, anche nella fase precontrattuale della loro relazione commerciale, significa che gli utenti commerciali non saranno privati della trasparenza garantita dal presente regolamento quando saranno, in un modo o nell'altro, riusciti a negoziare con successo.

- (15) Per assicurare che i termini e le condizioni generali di una relazione contrattuale consentano agli utenti commerciali di determinare le condizioni commerciali per l'utilizzo, la cessazione e la sospensione dei servizi di intermediazione online, e di ottenere la prevedibilità riguardo alla loro relazione commerciale, tali termini e condizioni dovrebbero essere redatti in un linguaggio semplice e comprensibile. I termini e le condizioni non si dovrebbero considerare redatti in un linguaggio semplice e comprensibile quando sono vaghi, non specifici o non dettagliati su questioni commerciali importanti e quindi che non danno agli utenti commerciali un ragionevole grado di prevedibilità sugli aspetti più importanti della relazione contrattuale. Inoltre un linguaggio fuorviante non dovrebbe essere considerato semplice e intelligibile.
- (16) Per garantire che agli utenti commerciali risulti sufficientemente chiaro dove sono commercializzati i loro beni o servizi e chi ne sono i destinatari, i fornitori di servizi di intermediazione online dovrebbero garantire, nei confronti dei loro utenti commerciali, trasparenza per quanto riguarda gli eventuali canali aggiuntivi di distribuzione e i potenziali programmi affiliati che essi possono utilizzare per commercializzare tali beni o servizi. Canali aggiuntivi e programmi affiliati dovrebbero essere intesi in modo tecnologicamente neutro ma potrebbero includere, tra l'altro, altri siti web, applicazioni o altri servizi di intermediazione online utilizzati per commercializzare i beni e servizi offerti dall'utente commerciale.
- (17) La proprietà e il controllo dei diritti di proprietà intellettuale online possono avere una notevole importanza economica sia per i fornitori di servizi di intermediazione online sia per i loro utenti commerciali. Onde garantire chiarezza e trasparenza per gli utenti commerciali e facilitare loro la comprensione, i fornitori di servizi di intermediazione online dovrebbero includere, nei loro termini e condizioni, informazioni generali o più dettagliate, se lo desiderano, sugli eventuali effetti complessivi di detti termini e condizioni sulla proprietà e il controllo dei diritti di proprietà intellettuale dell'utente commerciale. Tali informazioni potrebbero includere, tra l'altro, informazioni come l'utilizzo generale di loghi, marchi o denominazioni commerciali.
- (18) La garanzia della trasparenza dei termini e delle condizioni generali può essere essenziale per promuovere relazioni commerciali sostenibili e per prevenire comportamenti sleali a detrimento degli utenti commerciali. I fornitori di servizi di intermediazione online dovrebbero pertanto anche assicurare che i termini e le condizioni siano facilmente reperibili a tutti i livelli del rapporto commerciale, anche dagli utenti commerciali potenziali nella fase precontrattuale, e che qualsiasi modifica a tali termini e condizioni sia notificata agli utenti commerciali interessati su un supporto durevole entro un termine di preavviso stabilito che sia ragionevole e proporzionato alla luce delle specifiche circostanze e che sia almeno di 15 giorni. Termini di preavviso proporzionati più lunghi di più di 15 giorni dovrebbero essere concessi qualora le modifiche proposte ai termini e alle condizioni impongano agli utenti commerciali di effettuare adeguamenti tecnici e commerciali al fine di conformarsi alla modifica, per esempio impongano loro di effettuare adeguamenti tecnici significativi ai loro beni o servizi. Tale termine di preavviso non dovrebbe applicarsi quando, e nella misura in cui, l'utente commerciale in questione vi rinunci in modo esplicito o quando, e nella misura in cui, la necessità di attuare immediatamente la modifica, senza rispettare i suddetti termini, derivi da un obbligo legale o regolamentare a cui il fornitore del servizio è soggetto in forza della legislazione nazionale o dell'Unione. Tuttavia, le modifiche redazionali proposte non dovrebbero rientrare nella nozione di "modifica" nella misura in cui non alterano il contenuto o il significato dei termini e delle condizioni. L'obbligo di notificare le modifiche proposte su un supporto durevole dovrebbe consentire agli utenti commerciali di rivedere efficacemente tali modifiche in una fase successiva. Gli utenti commerciali dovrebbero avere il diritto di risolvere il contratto entro 15 giorni dalla ricezione della notifica di una modifica, a meno che al contratto non si applichi un termine più breve, per esempio quale risultante dal diritto civile nazionale.
- (19) In generale, l'offerta di nuovi beni o servizi, incluse applicazioni software, su servizi di intermediazione online dovrebbe essere considerata una chiara azione positiva che risulta in una rinuncia, da parte dell'utente commerciale, al termine di preavviso necessario per le modifiche dei termini e delle condizioni. Tuttavia, nei casi in cui il termine di preavviso ragionevole e proporzionato è di oltre 15 giorni perché le modifiche ai termini e alle condizioni generali di contratto impongono all'utente commerciale di apportare adeguamenti tecnici significativi ai propri beni o servizi, il fatto che l'utente commerciale presenti nuovi beni e servizi non dovrebbe essere considerato una rinuncia automatica al termine di preavviso. Il fornitore di servizi di intermediazione online dovrebbe aspettarsi che le modifiche ai termini e alle condizioni impongano all'utente commerciale di effettuare adeguamenti tecnici significativi quando, ad esempio, vengono rimosse o aggiunte intere caratteristiche del servizio di intermediazione online cui gli utenti commerciali avevano accesso, o quando gli utenti commerciali potrebbero essere costretti ad adeguare i loro beni o riprogrammare i loro servizi per poter continuare a operare attraverso i servizi di intermediazione online.
- (20) Al fine di tutelare gli utenti commerciali e garantire la certezza del diritto per entrambe le parti, i termini e le condizioni non conformi dovrebbero essere nulli, vale a dire che si dovrebbero considerare come mai esistiti, con effetti erga omnes ed ex tunc. Ciò 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. Modifiche improvvise ai termini e alle condizioni esistenti possono perturbare in modo significativo le operazioni dell'utente commerciale. Al fine di limitare tali effetti negativi sugli utenti commerciali, e per scoraggiare tale comportamento, le modifiche effettuate in violazione dell'obbligo di fornire un preavviso stabilito andrebbero pertanto considerate nulle o prive di effetto, cioè, come se non fossero mai esistite, con effetti erga omnes ed ex tunc.

- (21) Al fine di garantire che gli utenti commerciali possano sfruttare appieno le opportunità commerciali offerte dai servizi di intermediazione online, i fornitori di tali servizi non dovrebbero impedire in maniera assoluta ai loro utenti commerciali di pubblicizzare la loro identità commerciale come parte della loro offerta o presenza sui servizi pertinenti di intermediazione online. Tuttavia, tale divieto di interferire non va inteso come un diritto per gli utenti commerciali di stabilire unilateralmente la presentazione della loro offerta o presenza sui servizi pertinenti di intermediazione online.
- (22) Un fornitore di servizi di intermediazione online può avere motivazioni legittime per decidere di limitare, sospendere o cessare la fornitura dei suoi servizi a un determinato utente commerciale, anche rimuovendo dalla piattaforma singoli beni o servizi di un determinato utente commerciale o eliminando di fatto i risultati della ricerca. In mancanza di una sospensione, i fornitori di servizi di intermediazione online possono anche limitare singoli riferimenti di utenti commerciali, per esempio incidendo negativamente sull'aspetto di un utente commerciale ("dimming") oppure mediante una retrocessione nel posizionamento. Considerato tuttavia che tali decisioni possono influire notevolmente sugli interessi dell'utente commerciale interessato, le motivazioni di una siffatta decisione dovrebbero essere comunicate a quest'ultimo, preventivamente o al momento in cui la restrizione o la sospensione prende effetto, usando un supporto durevole. Per minimizzare l'impatto negativo di tali decisioni sugli utenti commerciali, i fornitori di servizi di intermediazione online dovrebbero altresì dare la possibilità di chiarire i fatti che hanno portato a tale decisione, nel quadro del processo interno di gestione dei reclami, in modo da aiutare l'utente commerciale, ove sia possibile, a ristabilire la conformità. Inoltre, qualora il fornitore di servizi di intermediazione online revochi la sua decisione di limitare, sospendere o terminare, per esempio se la decisione è stata adottata per errore o se la violazione dei termini e delle condizioni che ha portato a tale decisione non è stata commessa in cattiva fede e vi è stato posto rimedio in modo soddisfacente, il fornitore dovrebbe reintegrare l'utente commerciale interessato senza indugio, compreso l'eventuale accesso allo stesso a dati personali, ad altri dati, o a entrambi, che siano disponibili prima della decisione.

L'esposizione delle motivazioni riguardo alla decisione di limitare, sospendere o cessare la fornitura di servizi di intermediazione online dovrebbe permettere agli utenti commerciali di accertare se vi siano margini per contestare la decisione e, di conseguenza, aumentare le loro possibilità di un efficace ricorso ove necessario. L'esposizione delle motivazioni dovrebbe identificare le ragioni della decisione, in base alle indicazioni enunciate in precedenza dal fornitore nei termini e nelle condizioni, e fare riferimento in modo proporzionato alle relative circostanze, incluse le notifiche di terze parti, che hanno condotto a tale decisione. Un prestatore di servizi di intermediazione online, tuttavia, non dovrebbe essere tenuto a fornire una motivazione per la restrizione, la sospensione, o la cessazione qualora comportasse una violazione di un obbligo normativo o regolamentare. Inoltre, non dovrebbe essere necessaria una motivazione se un prestatore di servizi di intermediazione online può dimostrare che l'utente commerciale interessato ha ripetutamente violato i termini e le condizioni applicabili, determinando la cessazione della fornitura dell'insieme dei servizi di intermediazione online in questione.

- (23) La cessazione completa dei servizi di intermediazione online e la relativa soppressione dei dati forniti per l'utilizzo da parte di servizi di intermediazione online, o beni tramite la fornitura di tali servizi, rappresentano una perdita di informazioni essenziali che potrebbe avere ripercussioni significative sugli utenti commerciali e potrebbe anche compromettere la loro capacità di esercitare in modo adeguato altri diritti conferiti loro ai sensi del presente regolamento. Pertanto, il fornitore di servizi di intermediazione online dovrebbe fornire all'utente commerciale interessato, almeno 30 giorni prima che prenda effetto la cessazione completa della fornitura dei suoi servizi di intermediazione online, un'esposizione delle motivazioni usando un supporto durevole. Tuttavia, nei casi in cui un obbligo normativo o regolamentare imponga ad un fornitore di servizi di intermediazione online di cessare completamente la fornitura dei suoi servizi di intermediazione online a un determinato utente commerciale, tale termine di preavviso non dovrebbe essere di applicazione. Analogamente, il termine di preavviso di 30 giorni non dovrebbe essere di applicazione qualora un fornitore di servizi di intermediazione online invochi diritti di recesso a norma del diritto nazionale in conformità con il diritto dell'Unione che permettono la cessazione immediata laddove, tenuto conto di tutte le circostanze del caso di specie e ponderati gli interessi di entrambe le parti, non si possa ragionevolmente prevedere che prosegua il rapporto contrattuale fino al termine convenuto ovvero fino alla scadenza di un termine di preavviso. Infine, il termine di preavviso di 30 giorni non dovrebbe essere di applicazione qualora un fornitore di servizi di intermediazione online possa dimostrare una violazione ripetuta dei termini e delle condizioni. Le varie eccezioni al termine di preavviso di 30 giorni possono applicarsi in particolare in relazione a contenuti illeciti o inappropriati, alla sicurezza di un bene o servizio, a contraffazioni, frodi, malware, spam, violazioni di dati, altri rischi per la cibersicurezza o all'adeguatezza del bene o servizio per i minori. Al fine di garantire la proporzionalità, i fornitori di servizi di intermediazione online dovrebbero, ove ragionevole e tecnicamente fattibile, rimuovere solo singoli beni o servizi di un utente commerciale. La cessazione dei servizi di intermediazione online nel loro complesso costituisce la misura più severa.
- (24) Il posizionamento dei beni e dei servizi da parte del fornitore dei servizi di intermediazione online ha un impatto importante sulla scelta del consumatore e, di conseguenza, sul successo commerciale degli utenti commerciali che offrono tali beni e servizi ai consumatori. Il posizionamento si riferisce alla rilevanza relativa delle offerte degli utenti commerciali o alla rilevanza attribuita ai risultati della ricerca come presentati, organizzati o comunicati dai fornitori di servizi di intermediazione online o dai fornitori di motori di ricerca online, risultante dall'utilizzo di meccanismi algoritmici di ordinamento in sequenza, valutazione o recensione, dalla messa in evidenza visiva o da altri strumenti di messa in rilievo, o da una combinazione tra questi. La prevedibilità fa sì che i fornitori di servizi di intermediazione online stabiliscano il posizionamento in modo non arbitrario. I fornitori dovrebbero pertanto

delineare preventivamente i principali parametri che determinano il posizionamento, al fine di migliorare la prevedibilità per gli utenti commerciali, per consentire loro di comprendere meglio il funzionamento del meccanismo di posizionamento e di confrontare le pratiche di posizionamento dei vari fornitori. La concezione specifica di tale obbligo di trasparenza è importante per gli utenti commerciali, in quanto comporta l'identificazione di una serie limitata di parametri maggiormente rilevanti, a partire da un numero possibilmente molto più elevato di parametri che hanno un impatto sul posizionamento. Tale descrizione ragionata dovrebbe aiutare gli utenti a migliorare la presentazione dei loro beni e servizi, o di talune caratteristiche inerenti a tali beni e servizi. La nozione di parametro principale dovrebbe intendersi riferita a qualunque criterio generale, processo, segnale specifico integrato negli algoritmi o ogni altro meccanismo di aggiustamento o di retrocessione utilizzato in connessione con il posizionamento.

- (25) La descrizione dei parametri principali che determinano il posizionamento dovrebbe includere anche la spiegazione di un eventuale possibilità per gli utenti commerciali di influenzare attivamente il posizionamento a fronte di un corrispettivo, come pure la spiegazione dei relativi effetti. Il corrispettivo potrebbe a tale riguardo riferirsi ai pagamenti effettuati allo scopo principale o unico di migliorare il posizionamento, nonché al corrispettivo indiretto sotto forma di accettazione, da parte di un utente commerciale, di obblighi aggiuntivi di qualsiasi genere che possono avere questo come effetto pratico, come ad esempio l'utilizzazione di servizi accessori oppure di funzionalità premio. Il contenuto della descrizione, incluso il numero o il tipo dei parametri principali, può pertanto variare fortemente in base agli specifici servizi di intermediazione online, ma dovrebbe fornire agli utenti commerciali un'adeguata comprensione di come il meccanismo di posizionamento tiene conto delle caratteristiche dell'effettiva offerta di beni o servizi da parte dell'utente commerciale, e la loro rilevanza per i consumatori degli specifici servizi di intermediazione online. Gli indicatori utilizzati per misurare la qualità dei beni o servizi degli utenti commerciali, il ricorso alle tecniche di editing e alla loro capacità di influenzare il posizionamento di tali beni o servizi, la misura dell'impatto del corrispettivo sul posizionamento come pure gli elementi che non si riferiscono al bene o al servizio stesso o vi si riferiscono soltanto in maniera marginale, come le caratteristiche di presentazione dell'offerta online, potrebbero essere esempi di parametri principali che, se inclusi in una descrizione generale del meccanismo di posizionamento con un linguaggio semplice e comprensibile, dovrebbero aiutare gli utenti commerciali ad ottenere la necessaria comprensione adeguata del relativo funzionamento.
- (26) In modo analogo, il posizionamento dei siti web da parte dei fornitori dei motori di ricerca online, soprattutto di quei siti web mediante i quali le imprese offrono i loro beni e servizi ai consumatori, ha un impatto notevole sulla scelta del consumatore e sul successo commerciale degli utenti titolari di siti web aziendali. I fornitori di motori di ricerca online dovrebbero pertanto fornire una descrizione dei parametri principali che determinano il posizionamento di tutti i siti web indicizzati, e l'importanza relativa di tali parametri principali rispetto ad altri parametri, compresi quelli degli utenti titolari di siti web aziendali come pure degli altri siti web. Oltre alle caratteristiche dei beni e dei servizi e la loro rilevanza per i consumatori, nel caso dei motori di ricerca online, questa descrizione dovrebbe anche consentire agli utenti titolari di siti web aziendali di ottenere una sufficiente comprensione in merito all'effettiva considerazione, ed eventualmente delle modalità e della misura di tale considerazione, di determinate caratteristiche grafiche del sito web utilizzato dagli utenti titolari di siti web aziendali, per esempio la loro ottimizzazione per la visualizzazione sui dispositivi di telecomunicazione mobile. Essa dovrebbe altresì includere una spiegazione delle possibilità per gli utenti titolari di siti web aziendali di influenzare attivamente il posizionamento a fronte di un corrispettivo, come pure dei relativi effetti. In mancanza di una relazione contrattuale tra i fornitori di motori di ricerca online e gli utenti titolari di siti web aziendali, tale descrizione dovrebbe essere a disposizione del pubblico in una posizione evidente e facilmente accessibile sul motore di ricerca pertinente. I settori dei siti web che chiedono agli utenti di accedere o di registrarsi non dovrebbero essere considerati facilmente e pubblicamente accessibili in tal senso.

Per assicurare la prevedibilità per gli utenti titolari di siti web aziendali, la descrizione dovrebbe anche essere tenuta aggiornata, e qualsiasi modifica ai parametri principali dovrebbe essere resa facilmente identificabile. L'esistenza di una descrizione aggiornata dei principali parametri andrebbe anche a vantaggio degli utenti del motore di ricerca online che non sono utenti titolari di siti web aziendali. A volte i fornitori di motori di ricerca online possono decidere di influenzare il posizionamento in un caso specifico o di rimuovere la posizione di un particolare sito web sulla base delle segnalazioni di terzi. Diversamente dai fornitori di servizi di intermediazione online, stante l'assenza di un rapporto contrattuale tra le parti, non ci si può attendere che i fornitori di motori di ricerca online notifichino direttamente a un utente titolare di un sito web aziendale la modifica del posizionamento o la rimozione a causa di una segnalazione di terzi. Ciononostante, un utente titolare di un sito web aziendale dovrebbe avere la possibilità di verificare il contenuto della segnalazione che ha determinato la modifica del posizionamento in un caso specifico o la rimozione di un particolare sito web, analizzando il contenuto della segnalazione in una banca dati online pubblicamente accessibile. Ciò contribuirebbe a limitare, da parte dei concorrenti, il potenziale abuso delle segnalazioni che possono portare alla rimozione.

- (27) Ai fornitori di servizi di intermediazione online o di motori di ricerca online non dovrebbe essere richiesto di divulgare il funzionamento dettagliato dei loro meccanismi di posizionamento, inclusi gli algoritmi, a norma del presente regolamento. La loro capacità di agire contro la manipolazione in mala fede del posizionamento da parte di terzi, anche nell'interesse dei consumatori, dovrebbe ugualmente non essere compromessa. Una descrizione generale dei parametri principali di posizionamento dovrebbe salvaguardare tali interessi, fornendo nel contempo agli utenti commerciali e agli utenti titolari di siti web aziendali una adeguata comprensione del funzionamento del posizionamento nel contesto del loro utilizzo di servizi di intermediazione online o di motori di ricerca online

specifici. Per garantire che l'obiettivo del presente regolamento sia raggiunto, la considerazione degli interessi commerciali dei fornitori di servizi di intermediazione online o di motori di ricerca online non dovrebbe pertanto mai portare ad un rifiuto di divulgare i parametri principali che determinano il posizionamento. A tale riguardo, mentre il presente regolamento non pregiudica la direttiva (UE) 2016/943 del Parlamento europeo e del Consiglio⁽⁵⁾, la descrizione data dovrebbe perlomeno essere basata sui dati effettivi relativi alla rilevanza dei parametri di posizionamento utilizzati.

- (28) La Commissione dovrebbe sviluppare linee guida per assistere i fornitori di servizi di intermediazione online e i fornitori di motori di ricerca online nell'applicazione dei requisiti di trasparenza del posizionamento previsti dal presente regolamento. Tale sforzo dovrebbe aiutare ad ottimizzare il modo in cui i principali parametri che determinano il posizionamento sono identificati e presentati agli utenti commerciali e agli utenti titolari di siti web aziendali.
- (29) Per beni e servizi accessori si intendono i beni e servizi offerti al consumatore immediatamente prima del completamento di una transazione avviata su servizi di intermediazione online a complemento del bene o servizio primario offerto dall'utente commerciale. I beni e servizi accessori si riferiscono a prodotti che, per funzionare, dipendono tipicamente dal bene o servizio primario e sono direttamente collegati ad esso. Pertanto, il termine dovrebbe escludere i beni e servizi che sono semplicemente venduti in aggiunta al bene o servizio primario in questione piuttosto che essere complementari nella loro natura. Esempi di servizi accessori comprendono i servizi di riparazione per un bene o prodotti finanziari specifici, come l'assicurazione di noleggio auto offerta in modo da integrare gli specifici beni o servizi offerti dall'utente commerciale. Analogamente, i beni accessori possono includere beni che completano il prodotto specifico offerto dall'utente commerciale costituendo un aggiornamento o uno strumento di personalizzazione collegato a quello specifico prodotto. I fornitori di servizi di intermediazione online che offrono ai consumatori beni o servizi accessori a un bene o servizio venduto da un utente commerciale che utilizza i loro servizi di intermediazione online, dovrebbero fornire nei loro termini e condizioni una descrizione del tipo di beni e servizi accessori offerti. Tale descrizione dovrebbe essere disponibile nei termini e condizioni indipendentemente dal fatto che il bene o servizio accessorio sia fornito dallo stesso fornitore di servizi di intermediazione online o da terzi. Tale descrizione dovrebbe essere sufficientemente completa da consentire all'utente commerciale di capire se un bene o servizio è venduto come accessorio al bene o servizio dell'utente commerciale. La descrizione non dovrebbe necessariamente includere il bene o servizio specifico, ma piuttosto il tipo di prodotto offerto come complementare al prodotto primario dell'utente commerciale. Inoltre, tale descrizione dovrebbe in ogni caso comprendere se e a quali condizioni un utente commerciale può offrire il proprio bene o servizio accessorio in aggiunta al bene o servizio primario che offre attraverso i servizi di intermediazione online.
- (30) Quando è lo stesso fornitore di servizi di intermediazione online a offrire determinati beni o servizi ai consumatori attraverso i suoi stessi servizi, o mediante un utente commerciale che controlla, tale fornitore potrebbe entrare in concorrenza diretta con altri utenti commerciali dei suoi servizi di intermediazione online che non sono da lui controllati; ciò può rappresentare un incentivo economico per il fornitore e può porlo nelle condizioni di utilizzare il proprio controllo sul servizio di intermediazione online per garantire alle proprie offerte, o a quelle di un utente commerciale da esso controllato, vantaggi tecnici o economici che potrebbe negare agli utenti commerciali concorrenti. Una condotta simile potrebbe compromettere la concorrenza leale e limitare le possibilità di scelta dei consumatori. In tale situazione, in particolare, è importante che il fornitore dei servizi di intermediazione online agisca in maniera trasparente e fornisca una descrizione e un esame appropriati per eventuali trattamenti differenziati, attraverso mezzi legali, commerciali o tecnici, ad esempio funzionalità che coinvolgono sistemi operativi, che possa applicare ai prodotti o servizi che offre direttamente rispetto a quelli offerti dagli utenti commerciali. Per assicurare la proporzionalità, tale obbligo dovrebbe applicarsi a livello della totalità dei servizi di intermediazione online, e non a livello dei singoli prodotti o servizi offerti mediante tali servizi.
- (31) Quando è lo stesso fornitore di motori di ricerca online a offrire determinati prodotti o servizi ai consumatori attraverso i suoi stessi motori di ricerca online, o mediante un utente di un sito web aziendale che controlla, tale fornitore potrebbe entrare in concorrenza diretta con altri utenti di siti web aziendali dei suoi servizi di motori di ricerca online che non sono da lui controllati. In tale situazione, in particolare, è importante che il fornitore di motori di ricerca online agisca in maniera trasparente e fornisca una descrizione di eventuali trattamenti differenziati, attraverso mezzi legali, commerciali o tecnici, che possa applicare ai beni o servizi che offre direttamente o attraverso di un sito web aziendale di un utente che esso controlla, rispetto a quelli offerti dagli utenti di siti web aziendali concorrenti. Per assicurare la proporzionalità, tale obbligo dovrebbe applicarsi a livello della totalità dei servizi di motori di ricerca online, e non a livello dei singoli prodotti o servizi offerti mediante tali servizi.

⁽⁵⁾ Direttiva (UE) 2016/943 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'8 giugno 2016, sulla protezione del know-how riservato e delle informazioni commerciali riservate (segreti commerciali) contro l'acquisizione, l'utilizzo e la divulgazione illeciti (GU L 157 del 15.6.2016, pag. 1).

- (32) Il presente regolamento dovrebbe trattare termini contrattuali specifici, in particolare in situazioni di squilibrio potere contrattuale, al fine di garantire che le relazioni contrattuali siano condotte in buona fede in maniera corretta. Onde garantire prevedibilità e trasparenza, è necessario che gli utenti commerciali abbiano una reale possibilità di prendere conoscenza di modifiche ai termini e alle condizioni, le quali non dovrebbero pertanto essere attuate con effetto retroattivo a meno che non si basino su un obbligo normativo o regolamentare, o non vadano a vantaggio degli utenti commerciali. Gli utenti commerciali dovrebbero inoltre disporre di chiarezza per quanto riguarda le condizioni in base alle quali la loro relazione contrattuale con i fornitori di servizi di intermediazione online può essere terminata. I fornitori di servizi di intermediazione online dovrebbero garantire che le condizioni per la cessazione siano sempre proporzionate e possano essere messe in atto senza indebite difficoltà. Infine, gli utenti commerciali dovrebbero essere pienamente informati in merito a un eventuale accesso che i fornitori di servizi di intermediazione online mantengono, dopo la scadenza del contratto, alle informazioni che gli utenti commerciali forniscono o generano nel quadro del loro utilizzo di servizi di intermediazione online.
- (33) La capacità di accedere e utilizzare i dati, compresi quelli personali, può consentire la creazione di valore rilevante nell'economia delle piattaforme online, sia in linea generale sia per gli utenti commerciali e i servizi di intermediazione online interessati. Di conseguenza, è importante che i fornitori di servizi di intermediazione online forniscano agli utenti commerciali una chiara descrizione di portata, natura e condizioni del loro accesso a determinate categorie di dati e del loro utilizzo. La descrizione dovrebbe essere proporzionata e dovrebbe riferirsi alle condizioni di accesso generali, e non comportare la necessità di identificare esaurientemente i dati effettivi, o le categorie dei dati. Tuttavia, è altresì possibile includere nella descrizione alcuni tipi di dati effettivi che potrebbero essere altamente rilevanti per gli utenti commerciali, nonché le condizioni specifiche che ne regolano l'accesso. Tali dati potrebbero comprendere valutazioni e recensioni raccolte dagli utenti commerciali sui servizi di intermediazione online. Nel complesso, la descrizione dovrebbe consentire agli utenti commerciali di comprendere se possono utilizzare dati per migliorare la loro creazione di valore, eventualmente anche ricorrendo ai servizi di dati di terze parti.
- (34) Nella stessa ottica, per gli utenti commerciali è importante sapere se il fornitore condivide con terze parti i dati che sono stati generati dall'utente commerciale durante l'utilizzo del servizio di intermediazione. Gli utenti commerciali dovrebbero in particolare essere messi a conoscenza di qualsiasi condivisione di dati con terze parti, che avvenga a fini che non sono necessari per il corretto funzionamento dei servizi di intermediazione online, per esempio laddove il fornitore monetizzi dati sulla base di considerazioni di natura commerciale. Per consentire agli utenti commerciali di esercitare appieno i diritti disponibili per influenzare tale condivisione di dati, i fornitori di servizi di intermediazione online dovrebbero inoltre essere espliciti in merito a eventuali possibilità di esenzione dalla condivisione dei dati, qualora esse esistano ai sensi della relazione contrattuale con l'utente commerciale.
- (35) Tali requisiti non dovrebbero essere intesi nel senso di un obbligo per i fornitori di servizi di intermediazione online di divulgare o non divulgare dati personali o non personali ai loro utenti commerciali. Tuttavia, misure di trasparenza potrebbero contribuire a un aumento della condivisione dei dati e sostenere, in quanto fonte essenziale di innovazione e crescita, gli obiettivi di creare uno spazio comune europeo dei dati. Il trattamento dei dati personali dovrebbe essere conforme al quadro giuridico dell'Unione relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento di dati personali, al rispetto della vita privata e alla protezione dei dati personali nelle comunicazioni elettroniche, segnatamente il regolamento (UE) 2016/679⁽⁶⁾, la direttiva (UE) 2016/680⁽⁷⁾ e la direttiva 2002/58/CE⁽⁸⁾ del Parlamento europeo e del Consiglio.
- (36) I fornitori di servizi di intermediazione online possono in determinati casi limitare nei termini e nelle condizioni la capacità degli utenti commerciali di offrire prodotti o servizi ai consumatori in condizioni più favorevoli mediante mezzi diversi da tali servizi di intermediazione online. In tali casi, i fornitori interessati dovrebbero enunciarne le ragioni, in particolare in riferimento alle principali valutazioni di ordine economico, commerciale o giuridico relative alle limitazioni. Questo obbligo di trasparenza non dovrebbe tuttavia essere inteso come alterazione della valutazione della legalità di tali limitazioni ai sensi di altri atti del diritto dell'Unione o del diritto degli Stati membri conformemente alla normativa dell'Unione, anche nei settori della concorrenza e delle pratiche commerciali sleali, e nell'applicazione di tali normative.

⁽⁶⁾ Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati) (GU L 119 del 4.5.2016, pag. 1).

⁽⁷⁾ Direttiva (UE) 2016/680 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativa alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali da parte delle autorità competenti a fini di prevenzione, indagine, accertamento e perseguimento di reati o esecuzione di sanzioni penali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la decisione quadro 2008/977/GAI del Consiglio (GU L 119 del 4.5.2016, pag. 89).

⁽⁸⁾ Direttiva 2002/58/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 luglio 2002, relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche (direttiva relativa alla vita privata e alle comunicazioni elettroniche) (GU L 201 del 31.7.2002, pag. 37).

- (37) Al fine di consentire agli utenti commerciali, compresi quelli il cui utilizzo dei relativi servizi di intermediazione online possa essere stato limitato, sospeso o cessato, di avere accesso a possibilità di ricorso immediate, idonee ed efficaci, i fornitori dei servizi di intermediazione online dovrebbero fornire un sistema interno di gestione dei reclami. Tale sistema interno di gestione dei reclami dovrebbe basarsi sui principi di trasparenza e di parità di trattamento in situazioni analoghe ed essere volto ad assicurare che una quota significativa di reclami possa essere risolta bilateralmente dal fornitore di servizi di intermediazione online e l'utente commerciale pertinente entro un lasso di tempo ragionevole. Nel corso della durata del reclamo, i fornitori di servizi di intermediazione online possono mantenere in vigore la decisione da essi adottata. Il tentativo di raggiungere un accordo ricorrendo al processo interno di gestione dei reclami non pregiudica il diritto dei fornitori di servizi di intermediazione online o degli utenti commerciali di promuovere un'azione giudiziaria in qualsiasi momento durante o dopo il processo interno di gestione dei reclami. Inoltre, i fornitori di servizi di intermediazione online dovrebbero pubblicare e verificare, almeno a cadenza annuale, le informazioni sul funzionamento e l'efficacia del proprio sistema interno di gestione dei reclami al fine di aiutare gli utenti commerciali a comprendere i principali tipi di problemi che possono insorgere nel contesto della fornitura dei differenti servizi di intermediazione online e la possibilità di raggiungere una veloce ed effettiva risoluzione bilaterale.
- (38) Allo scopo di minimizzare eventuali oneri amministrativi, le prescrizioni del presente regolamento relative ai sistemi interni di gestione dei reclami sono volte a consentire ai fornitori di servizi di intermediazione online un ragionevole grado di flessibilità nell'esercizio di tali sistemi e nell'affrontare i singoli reclami. I sistemi interni di gestione dei reclami dovrebbero inoltre permettere ai fornitori di servizi di intermediazione online di risolvere, ove necessario, in maniera proporzionata, qualsiasi tentativo di usare in mala fede tali sistemi da parte di alcuni utenti commerciali. Alla luce dei costi per la predisposizione e l'esercizio di tali sistemi, è opportuno esentare da tali obblighi tutti i fornitori di servizi di intermediazione online che sono piccole imprese, in linea con le pertinenti disposizioni della raccomandazione 2003/361/CE della Commissione ⁽⁹⁾. Le norme sul consolidamento previste in detta raccomandazione prevengono l'elusione. Tale esenzione dovrebbe lasciare 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 presente regolamento.
- (39) L'uso della parola "interno" non dovrebbe essere inteso come un impedimento a delegare il sistema interno di gestione dei reclami a un fornitore di servizi esterno o a un'altra struttura aziendale, a condizione che tale fornitore o struttura aziendale disponga della piena autorità e capacità di garantire la conformità del sistema interno di gestione dei reclami ai requisiti del presente regolamento.
- (40) La mediazione può offrire ai fornitori di servizi di intermediazione online e ai loro utenti commerciali un mezzo per risolvere le controversie in modo soddisfacente, senza dover fare adire i tribunali che potrebbero risultare lungo e costoso. I fornitori di servizi di intermediazione online pertanto dovrebbero agevolare la mediazione tramite, in particolare, l'identificazione di almeno due mediatori del settore pubblico o privato con i quali sono disposti a impegnarsi. Lo scopo di richiedere l'indicazione di un numero minimo di mediatori è quello di preservare la neutralità dei mediatori. I mediatori che prestano i loro servizi da sedi al di fuori dell'Unione dovrebbero essere indicati unicamente se si garantisce che il ricorso ai loro servizi non priva in alcun modo gli utenti commerciali interessati di nessuna tutela legale offerta loro dal diritto dell'Unione o degli Stati membri, comprese le prescrizioni del presente regolamento e la normativa applicabile relativa alla protezione dei dati personali e dei segreti commerciali. Per essere raggiungibili, equi e più rapidi, efficaci ed efficienti possibile, tali mediatori dovrebbero soddisfare determinate serie di criteri. Ciononostante, i fornitori di servizi di intermediazione online e i loro utenti commerciali dovrebbero rimanere liberi di indicare congiuntamente un mediatore di loro scelta nel caso in cui sorga una controversia tra loro. In linea con la direttiva 2008/52/CE del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽¹⁰⁾, la mediazione di cui al presente regolamento dovrebbe essere un procedimento di volontaria giurisdizione nel senso che le parti gestiscono esse stesse il procedimento e possono avviarlo e porvi fine in qualsiasi momento. Indipendentemente da tale natura volontaria, i fornitori di servizi di intermediazione online dovrebbero valutare in buona fede le richieste di intraprendere una mediazione di cui al presente regolamento.
- (41) I fornitori dei servizi di intermediazione online dovrebbero sostenere una parte ragionevole dei costi totali della mediazione, tenendo in considerazione tutti gli elementi pertinenti del caso in questione. A tal fine, il mediatore dovrebbe proporre quale sia la parte ragionevole nel singolo caso. Alla luce dei costi e degli oneri amministrativi associati alla necessità di indicare mediatori nei termini e nelle condizioni, è opportuno esentare da tale obbligo tutti i fornitori di servizi di intermediazione online che sono piccole imprese, in linea con le pertinenti disposizioni della raccomandazione 2003/361/CE. Le norme sul consolidamento previste nella suddetta raccomandazione prevengono l'elusione di tale obbligo. Ciò lascia tuttavia impregiudicato il diritto di tali imprese di indicare nei loro termini e condizioni mediatori che soddisfano i criteri stabiliti nel presente regolamento.

⁽⁹⁾ Raccomandazione 2003/361/CE della Commissione, del 6 maggio 2003, relativa alla definizione delle microimprese, piccole e medie imprese (GU L 124 del 20.5.2003, pag. 36).

⁽¹⁰⁾ Direttiva 2008/52/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 maggio 2008, relativa a determinati aspetti della mediazione in materia civile e commerciale (GU L 136 del 24.5.2008, pag. 3).

- (42) Poiché i fornitori di servizi di intermediazione online dovrebbero essere sempre tenuti a indicare i mediatori con cui sono disposti a impegnarsi e dovrebbero essere tenuti a impegnarsi in buona fede attraverso qualunque tentativo di mediazione condotto a norma del presente regolamento, tali obblighi dovrebbero essere stabiliti in modo da prevenire l'abuso del sistema di mediazione da parte degli utenti commerciali. Gli utenti commerciali dovrebbero anche avere l'obbligo di intraprendere una mediazione in buona fede. I fornitori di servizi di intermediazione online non dovrebbero essere obbligati a impegnarsi in una mediazione se l'utente commerciale avvia un procedimento su un argomento in relazione al quale lo stesso utente commerciale ha precedentemente avviato un procedimento chiedendo una mediazione e il mediatore ha accertato che in quel caso l'utente commerciale non ha agito in buona fede. I fornitori di servizi di intermediazione online non dovrebbero altresì essere tenuti a impegnarsi in una mediazione con utenti commerciali con cui ripetuti tentativi di mediazione non hanno avuto successo. Tali situazioni eccezionali non dovrebbero limitare la possibilità dell'utente commerciale di sottoporre un caso a mediazione se, come stabilito dal mediatore, l'oggetto della mediazione non è collegato ai casi precedenti.
- (43) Allo scopo di agevolare la risoluzione delle controversie relative alla fornitura dei servizi di intermediazione online utilizzando la mediazione nell'Unione, la Commissione dovrebbe, in stretta cooperazione con gli Stati membri, incoraggiare la costituzione di organismi di mediazione specializzati, che attualmente non sono sufficienti. Il coinvolgimento dei mediatori con conoscenze specializzate dei servizi di intermediazione online, come pure dei settori industriali specifici entro i quali tali servizi sono forniti, dovrebbe accrescere la fiducia di entrambe le parti nel processo di mediazione e dovrebbe incrementare la probabilità che tale processo conduca a un risultato rapido, giusto e soddisfacente.
- (44) Vari fattori, come i mezzi finanziari limitati, il timore di ritorsioni e la scelta esclusiva del diritto e del foro imposta nei termini e nelle condizioni, possono limitare l'efficacia delle possibilità di ricorso giudiziale esistenti, particolarmente quelle che richiedono agli utenti commerciali o agli utenti titolari di siti web aziendali di agire individualmente e palesando la propria identità. Per garantire l'efficace applicazione del presente regolamento, si dovrebbe accordare alle organizzazioni e alle associazioni che rappresentano gli utenti commerciali o gli utenti titolari di siti web aziendali come pure determinati organismi pubblici istituiti negli Stati membri, la possibilità di adire i giudici nazionali in conformità con il diritto nazionale, compresi i requisiti procedurali nazionali. Tali azioni giudiziarie nazionali dovrebbero mirare a bloccare o proibire le violazioni delle norme stabilite nel presente regolamento e a prevenire futuri danni che potrebbero compromettere le relazioni commerciali sostenibili nell'economia delle piattaforme online. Al fine di garantire che tali organizzazioni o associazioni esercitino effettivamente e in modo appropriato tale diritto esse dovrebbero soddisfare determinati criteri. In particolare, devono essere debitamente istituite secondo il diritto di uno Stato membro, non avere scopo di lucro e perseguire i loro obiettivi in via continuativa. Tali prescrizioni dovrebbero impedire eventuali costituzioni ad hoc di organizzazioni o associazioni ai fini di una o più azioni specifiche oppure a scopo di lucro. Inoltre, si dovrebbe garantire che non vi sia un'indebita influenza da parte di fornitori terzi di finanziamenti sul processo decisionale di tali organizzazioni o associazioni.

Per evitare un conflitto di interessi, è opportuno in particolare impedire che le organizzazioni o associazioni che rappresentano utenti commerciali o utenti di siti web aziendali siano soggette a un'indebita influenza da parte di fornitori di servizi di intermediazione online o di motori di ricerca online. La divulgazione integrale e pubblica di informazioni sull'adesione e sulla fonte di finanziamento dovrebbe facilitare ai tribunali nazionali nel valutare se tali criteri di ammissibilità sono soddisfatti. Tenuto conto della situazione particolare degli organismi pubblici in questione negli Stati membri in cui tali organismi sono stati creati dovrebbe essere imposto che essi siano specificatamente incaricati, in conformità delle pertinenti disposizioni del diritto nazionale, di promuovere tali azioni nell'interesse collettivo delle parti interessate o nell'interesse generale, senza che sia necessario applicare loro i summenzionati criteri. Azioni simili non dovrebbero in alcun modo influenzare i diritti degli utenti commerciali e degli utenti titolari di siti web aziendali di intraprendere azioni legali su base individuale.

- (45) È opportuno comunicare alla Commissione l'identità delle organizzazioni, associazioni e organismi pubblici qualificati, secondo il parere degli Stati membri, a promuovere un'azione ai sensi del presente regolamento. Nel corso di tale comunicazione, gli Stati membri dovrebbero fare riferimento specifico alle pertinenti disposizioni nazionali conformemente alle quali l'organizzazione, l'associazione o l'organismo pubblico è stato costituito e, se del caso, includere un riferimento al registro pubblico pertinente in cui è registrata l'organizzazione o l'associazione. Tale opzione aggiuntiva che prevede la designazione da parte degli Stati membri dovrebbe garantire agli utenti commerciali e agli utenti titolari di siti web aziendali un certo livello di certezza giuridica e prevedibilità. Nel contempo, ha lo scopo di rendere le procedure giudiziarie più brevi ed efficienti, il che sembra appropriato in tale contesto. La Commissione dovrebbe provvedere a pubblicare nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea* un elenco di tali organizzazioni, associazioni e organismi pubblici. L'inserimento in tale elenco dovrebbe fungere da

prova confutabile della capacità giuridica dell'organizzazione, dell'associazione o dell'organismo pubblico che promuove l'azione. In caso di dubbi circa la designazione di un'organizzazione, di un'associazione o di un organismo pubblico, lo Stato membro responsabile della designazione dovrebbe svolgere accertamenti al riguardo. Le organizzazioni, le associazioni e gli organismi pubblici non designati da uno Stato membro dovrebbero avere la possibilità di adire i giudici nazionali, con riserva della valutazione della capacità giuridica sulla base dei criteri stabiliti nel presente regolamento.

- (46) Gli Stati membri dovrebbero essere tenuti a garantire l'adeguata ed efficace applicazione del presente regolamento. Esistono già sistemi diversi di esecuzione negli Stati membri e questi ultimi non dovrebbero essere obbligati a istituire nuovi organismi nazionali di esecuzione. Gli Stati membri dovrebbero avere la possibilità di incaricare le autorità esistenti, compresi gli organi giurisdizionali, dell'esecuzione del presente regolamento. Il presente regolamento non dovrebbe obbligare gli Stati membri a prevedere l'esecuzione d'ufficio o a infliggere ammende.
- (47) La Commissione dovrebbe monitorare costantemente l'applicazione del presente regolamento in stretta collaborazione con gli Stati membri. In questo contesto, la Commissione dovrebbe mirare a creare un'ampia rete di scambio di informazioni facendo leva su pertinenti organismi di esperti, su centri di eccellenza e sull'Osservatorio sull'economia delle piattaforme online. Gli Stati membri dovrebbero, su richiesta, fornire alla Commissione tutte le informazioni pertinenti di cui dispongono in questo contesto. Infine, questo esercizio dovrebbe beneficiare della maggiore trasparenza generale nelle relazioni commerciali tra utenti commerciali e fornitori di servizi di intermediazione online e tra gli utenti titolari di siti web aziendali e i motori di ricerca online che il presente regolamento mira a realizzare. Per svolgere efficacemente i compiti di monitoraggio e revisione di cui al presente regolamento, la Commissione dovrebbe adoperarsi per raccogliere informazioni dai fornitori di servizi di intermediazione online. I fornitori di servizi di intermediazione online dovrebbero cooperare in buona fede per facilitare la raccolta di tali dati, ove applicabile.
- (48) I codici di condotta redatti sia dai fornitori dei servizi interessati sia dalle organizzazioni o associazioni che li rappresentano, possono contribuire alla applicazione appropriata del presente regolamento e dovrebbero pertanto essere incoraggiati. Nel redigere tali codici di condotta, di concerto con i portatori di interessi in questione, si dovrebbe tenere conto delle caratteristiche specifiche dei settori interessati come pure di quelle delle PMI. Tali codici di condotta dovrebbero essere formulati in modo obiettivo e non discriminatorio.
- (49) La Commissione dovrebbe valutare periodicamente il presente regolamento e monitorarne attentamente gli effetti sull'economia delle piattaforme online, in particolare per stabilire la necessità di modificarlo alla luce degli sviluppi tecnologici o commerciali pertinenti. Tale valutazione dovrebbe includere gli effetti sugli utenti commerciali che potrebbero derivare dall'uso generalizzato della scelta esclusiva del diritto e del foro imposta nei termini e nelle condizioni unilateralmente determinati dal fornitore dei servizi di intermediazione online. Per ottenere una visione ampia degli sviluppi del settore, la valutazione dovrebbe tenere conto delle esperienze degli Stati membri e dei portatori di interessi in questione. Il gruppo di esperti dell'Osservatorio dell'economia delle piattaforme online, istituito in conformità della decisione C(2018)2393 della Commissione, svolge un ruolo fondamentale nel fornire informazioni ai fini della valutazione del presente regolamento da parte della Commissione. La Commissione dovrebbe pertanto tenere debitamente conto dei pareri e delle relazioni che il gruppo le presenta. A seguito della valutazione, la Commissione dovrebbe adottare misure adeguate. Ulteriori misure, anche di natura legislativa, possono essere appropriate se e nei casi in cui le disposizioni del presente regolamento si rivelassero insufficienti per affrontare adeguatamente squilibri e pratiche commerciali sleali persistenti nel settore.
- (50) Nel fornire le informazioni richieste in virtù del presente regolamento, si dovrebbe tenere conto per quanto possibile delle particolari esigenze delle persone con disabilità, in linea con gli obiettivi della Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità⁽¹⁾.
- (51) Poiché l'obiettivo del presente regolamento, vale a dire garantire un contesto commerciale online equo, prevedibile, sostenibile e sicuro nell'ambito del mercato interno, non può essere conseguito in misura sufficiente dagli Stati membri ma, a motivo della sua portata e dei suoi effetti, può essere conseguito meglio a livello di Unione, quest'ultima può intervenire in base al principio di sussidiarietà sancito dall'articolo 5 del trattato sull'Unione europea. Il presente regolamento si limita a quanto è necessario per conseguire tale obiettivo in ottemperanza al principio di proporzionalità enunciato nello stesso articolo.
- (52) Il presente regolamento è volto in particolare a garantire il pieno rispetto del diritto a un ricorso effettivo e a un giudice imparziale come stabilito nell'articolo 47 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea, nonché del diritto a promuovere l'applicazione della libertà di impresa di cui all'articolo 16 della Carta,

⁽¹⁾ Decisione 2010/48/CE del Consiglio, del 26 novembre 2009, relativa alla conclusione, da parte della Comunità europea, della convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità (GU L 23 del 27.1.2010, pag. 37).

HANNO ADOTTATO IL PRESENTE REGOLAMENTO:

Articolo 1

Oggetto e ambito di applicazione

1. La finalità del presente regolamento è contribuire al corretto funzionamento del mercato interno stabilendo norme intese a garantire che gli utenti commerciali di servizi di intermediazione online e gli utenti titolari di siti web aziendali che siano in relazione con motori di ricerca online dispongano di un'adeguata trasparenza, di equità e di efficaci possibilità di ricorso.
2. Il presente regolamento si applica ai servizi di intermediazione online e ai motori di ricerca online, a prescindere dal luogo di stabilimento o di residenza del fornitore di tali servizi e dal diritto altrimenti applicabile, forniti o proposti per essere forniti, rispettivamente, agli utenti commerciali e agli utenti titolari di siti web aziendali, che hanno il luogo di stabilimento o di residenza nell'Unione e che, tramite i servizi di intermediazione online o i motori di ricerca online, offrono beni o servizi a consumatori nell'Unione.
3. Il presente regolamento non si applica ai servizi di pagamento online o agli strumenti di pubblicità online né 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.
4. Il presente regolamento non pregiudica la legislazione nazionale che, secondo il diritto dell'Unione, vieta o sanziona i comportamenti unilaterali o le pratiche commerciali sleali nella misura in cui gli aspetti pertinenti non sono contemplati dal presente regolamento. Il presente regolamento non pregiudica il diritto civile nazionale, segnatamente il diritto contrattuale, nella fattispecie le norme sulla validità, la formazione, gli effetti o la risoluzione di un contratto, nella misura in cui le norme nazionali di diritto civile sono conformi al diritto dell'Unione e gli aspetti pertinenti non sono contemplati dal presente regolamento.
5. Il presente regolamento non pregiudica il diritto dell'Unione, in particolare il diritto dell'Unione applicabile nei settori della cooperazione giudiziaria in materia civile, della concorrenza, della protezione dei dati, della protezione dei segreti commerciali, della protezione dei consumatori, del commercio elettronico e dei servizi finanziari.

Articolo 2

Definizioni

Ai fini del presente regolamento, si applicano le seguenti definizioni:

- 1) "utente commerciale": 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;
- 2) "servizi di intermediazione online": servizi che soddisfano tutti i seguenti requisiti:
 - a) sono servizi della società dell'informazione ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 1, lettera b), della direttiva (UE) 2015/1535 del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽¹²⁾;
 - b) 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;
 - c) 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;
- 3) "fornitore di servizi di intermediazione online": persona fisica o giuridica che fornisce, od offre di fornire, servizi di intermediazione online agli utenti commerciali;

⁽¹²⁾ Direttiva (UE) 2015/1535 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 9 settembre 2015, che prevede una procedura d'informazione nel settore delle regolamentazioni tecniche e delle regole relative ai servizi della società dell'informazione (GU L 241 del 17.9.2015, pag. 1).

- 4) "consumatore": persona fisica che agisce per fini che esulano dall'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale di tale persona;
- 5) "motore di ricerca online": un servizio digitale che consente all'utente di formulare domande al fine di effettuare ricerche, in linea di principio, su tutti i siti web, o su tutti i siti web in una lingua particolare, sulla base di un'interrogazione su qualsiasi tema sotto forma di parola chiave, richiesta vocale, frase o di altro input, e che restituisce i risultati in qualsiasi formato in cui possono essere trovate le informazioni relative al contenuto richiesto;
- 6) "fornitore del motore di ricerca online": persona fisica o giuridica che fornisce, od offre di fornire, motori di ricerca online ai consumatori;
- 7) "utente titolare di sito web aziendale": persona fisica o giuridica che usa un'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;
- 8) "posizionamento": la rilevanza relativa attribuita ai beni o ai servizi offerti mediante i servizi di intermediazione online, o l'importanza attribuita ai risultati della ricerca da motori di ricerca online, come illustrato, organizzato o comunicato, rispettivamente, dai fornitori di servizi di intermediazione online o dai fornitori di motori di ricerca online a prescindere dai mezzi tecnologici usati per tale presentazione, organizzazione o comunicazione;
- 9) "controllo": i diritti di proprietà di un'impresa o la capacità di esercitare un'influenza determinante sulla sua attività, ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 2, del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio ⁽¹³⁾;
- 10) "termini e condizioni": 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; 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;
- 11) "prodotti e servizi accessori": prodotti e servizi offerti al consumatore prima del completamento di una transazione avviata sui servizi di intermediazione online, in aggiunta e in modo complementare rispetto al prodotto o servizio principale offerto dall'utente commerciale attraverso i servizi di intermediazione online;
- 12) "mediazione": procedimento strutturato quale definito all'articolo 3, lettera a), della direttiva 2008/52/CE;
- 13) "supporto durevole": ogni strumento che permetta all'utente commerciale di conservare le informazioni che gli sono personalmente indirizzate in modo da potervi accedere in futuro e per un periodo di tempo adeguato alle finalità cui esse sono destinate e che permetta la riproduzione identica delle informazioni memorizzate.

Articolo 3

Termini e condizioni

1. I fornitori di servizi di intermediazione online garantiscono che i loro termini e le loro condizioni:
 - a) siano redatti in un linguaggio semplice e comprensibile;
 - b) 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;

⁽¹³⁾ Regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio, del 20 gennaio 2004, relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese ("Regolamento comunitario sulle concentrazioni") (GU L 24 del 29.1.2004, pag. 1).

- c) 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;
- d) comprendano 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;
- e) contengano informazioni generali sugli effetti dei termini e delle condizioni sulla proprietà e il controllo dei diritti di proprietà intellettuale degli utenti commerciali.

2. I fornitori di servizi di intermediazione online comunicano su supporto durevole agli utenti commerciali interessati qualunque modifica proposta dei loro termini e delle loro condizioni.

Le modifiche proposte non devono essere applicate prima della scadenza di un termine di preavviso ragionevole e proporzionato alla natura e alla portata di tali modifiche e alle loro conseguenze per gli utenti commerciali interessati. Detto termine di preavviso deve essere di almeno 15 giorni dalla data in cui il fornitore di servizi di intermediazione online informa gli utenti commerciali delle modifiche proposte. I fornitori di servizi di intermediazione online concedono periodi di preavviso più lunghi quando ciò è necessario per consentire agli utenti commerciali di effettuare adeguamenti tecnici o commerciali per conformarsi alle modifiche.

L'utente commerciale interessato ha il diritto di risolvere il contratto con il fornitore dei servizi di intermediazione online prima della scadenza del termine di preavviso. Tale risoluzione ha effetto entro 15 giorni dal ricevimento della notifica ai sensi del primo comma, a meno che il contratto non preveda un termine più breve.

In qualsiasi momento dopo il ricevimento del preavviso ai sensi del primo comma l'utente commerciale interessato può rinunciare al termine di preavviso di cui al secondo comma per mezzo di una dichiarazione scritta o di un'azione chiara e affermativa.

Durante il periodo di preavviso, l'offerta di nuovi beni o servizi su servizi di intermediazione online è considerata una chiara azione positiva di rinuncia al termine di preavviso, tranne nei casi in cui il termine di preavviso ragionevole e proporzionato è superiore a 15 giorni perché le modifiche dei termini e delle condizioni impongono all'utente commerciale di apportare adeguamenti tecnici significativi ai propri beni o servizi. In tali casi, il fatto che l'utente commerciale presenti nuovi beni e servizi non è considerato una rinuncia automatica al termine di preavviso.

3. I termini e le condizioni, o le loro disposizioni specifiche, non conformi alle prescrizioni di cui al paragrafo 1, così come le modifiche dei termini e delle condizioni, applicate da un fornitore di servizi di intermediazione online in violazione delle disposizioni di cui al paragrafo 2, sono nulle e prive di validità.

4. Il termine di preavviso di cui al paragrafo 2, secondo comma, non si applica quando un fornitore di servizi di intermediazione online:

- a) è tenuto ad adempiere a un obbligo normativo o regolamentare che gli impone di modificare i suoi termini e le sue condizioni in un modo che non consente di rispettare il periodo di preavviso di cui al paragrafo 2, secondo comma
- b) deve modificare in via eccezionale i propri termini e condizioni 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.

5. I fornitori di servizi di intermediazione online garantiscono che l'identità dell'utente commerciale che fornisce i beni o servizi su servizi di intermediazione online sia chiaramente visibile.

Articolo 4

Limitazione, sospensione e cessazione

1. Un fornitore di servizi di intermediazione online che decida di limitare o sospendere la fornitura dei suoi servizi di intermediazione online a un determinato utente commerciale in relazione a singoli beni o servizi offerti da tale utente commerciale, comunica a quest'ultimo, preventivamente o al momento in cui la limitazione o la sospensione o prende effetto, le motivazioni di tale decisione usando un supporto durevole.
2. Un fornitore di servizi di intermediazione online che decida di cessare completamente la fornitura dei suoi servizi di intermediazione online a un determinato utente commerciale comunica a quest'ultimo, almeno 30 giorni prima che la cessazione prenda effetto, le motivazioni di tale decisione usando un supporto durevole.
3. In caso di limitazione, sospensione o cessazione, il fornitore di servizi di intermediazione online fornisce all'utente commerciale l'opportunità di chiarire i fatti e le circostanze nell'ambito del processo interno di gestione dei reclami di cui all'articolo 11. Qualora la limitazione, la sospensione o la cessazione sia revocata dal fornitore di servizi di intermediazione online, quest'ultimo reintegra senza indugio l'utente commerciale, compreso l'eventuale accesso all'utente commerciale ai dati personali o ad altri dati, o a entrambi, derivanti dall'uso dei pertinenti servizi di intermediazione online prima che la limitazione, la sospensione o la cessazione avesse effetto.
4. Il termine di preavviso di cui al paragrafo 2 non si applica quando un fornitore di servizi di intermediazione online:
 - a) è tenuto ad adempiere a un obbligo normativo o regolamentare che gli impone di cessare re la fornitura dell'insieme dei suoi servizi di intermediazione online a un determinato utente commerciale in un modo che non gli consente di rispettare il termine di preavviso, oppure
 - b) esercita un diritto di recesso fondato su motivi imperativi a norma del diritto nazionale in conformità con il diritto dell'Unione;
 - c) può dimostrare che l'utente commerciale interessato ha ripetutamente violato i termini e le condizioni applicabili, con conseguente cessazione della fornitura dell'insieme dei servizi di intermediazione online in questione.

Nei casi in cui non si applica il termine di preavviso di cui al paragrafo 2, il prestatore di servizi di intermediazione online fornisce all'utente commerciale interessato le motivazioni di tale decisione senza indebito ritardo usando un supporto durevole.

5. Le motivazioni di cui ai paragrafi 1 e 2 e al secondo comma del paragrafo 4 contengono un riferimento ai fatti o alle circostanze specifici, compreso il contenuto delle notifiche di terzi, che hanno portato alla decisione del fornitore di servizi di intermediazione online, nonché un riferimento alle pertinenti ragioni di cui all'articolo 3, paragrafo 1, lettera c).

Un prestatore di servizi di intermediazione online non è tenuto a fornire una motivazione se è soggetto all'obbligo normativo o regolamentare di non divulgare i fatti o le circostanze specifici oppure il riferimento alle pertinenti ragioni o se può dimostrare che l'utente commerciale interessato ha ripetutamente violato i termini e le condizioni applicabili, determinando la cessazione della fornitura dell'insieme dei servizi di intermediazione online in questione.

Articolo 5

Posizionamento

1. I fornitori di servizi di intermediazione online stabiliscono 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.
2. I fornitori di motori di ricerca online indicano i principali parametri che, individualmente o collettivamente, sono i più significativi per determinare il posizionamento e specificano l'importanza relativa di tali parametri principali fornendo sui loro motori di ricerca online una descrizione facilmente e pubblicamente accessibile, redatta in un linguaggio semplice e comprensibile. Essi tengono aggiornata tale descrizione.

3. Qualora tra i parametri principali figuri la possibilità di influire sul posizionamento a fronte di un corrispettivo versato direttamente o indirettamente dall'utente commerciale o dall'utente titolare di un sito web aziendale al relativo fornitore, quest'ultimo illustra altresì tali possibilità nonché gli effetti di detto corrispettivo sul posizionamento conformemente a quanto prescritto ai paragrafi 1 e 2.

4. Qualora il fornitore di un motore di ricerca online abbia modificato l'ordine di posizionamento in un caso specifico o abbia rimosso un particolare sito web a seguito di una segnalazione da parte di terzi, tale fornitore offre all'utente titolare di un sito web aziendale la possibilità di prendere visione del contenuto della segnalazione.

5. Le descrizioni di cui ai paragrafi 1, 2 e 3 devono essere tali da consentire agli utenti commerciali o agli utenti titolari di un sito web aziendale di comprendere chiaramente se, come e in quale misura il meccanismo di posizionamento tiene conto dei seguenti elementi:

- a) le caratteristiche dei beni e dei servizi offerti ai consumatori tramite i servizi di intermediazione online o il motore di ricerca online;
- b) la pertinenza di tali caratteristiche per i suddetti consumatori;
- c) per quanto riguarda i motori di ricerca online, le caratteristiche grafiche del sito web utilizzato da utenti titolari di un sito web aziendale.

6. I fornitori di servizi di intermediazione online e i fornitori di motori di ricerca online, nell'adempiere alle prescrizioni del presente articolo, non sono tenuti a rivelare algoritmi o informazioni che, con ragionevole certezza, si tradurrebbero nella possibilità di trarre in inganno i consumatori o di arrecare loro danno attraverso la manipolazione dei risultati di ricerca. Il presente articolo lascia impregiudicata la direttiva (UE) 2016/943.

7. Per aiutare i fornitori di servizi di intermediazione online e i fornitori di motori di ricerca online a conformarsi alle prescrizioni del presente articolo e per agevolare l'applicazione di dette prescrizioni, la Commissione correda di orientamenti i requisiti in materia di trasparenza di cui al presente articolo.

Articolo 6

Prodotti e servizi accessori

Quando il fornitore di servizi di intermediazione online o soggetti terzi offrono ai consumatori prodotti e servizi accessori, inclusi prodotti finanziari, tramite servizi di intermediazione online, i fornitori di servizi di intermediazione online predispongono, nei loro termini e nelle loro condizioni, una descrizione del tipo di prodotti e servizi accessori offerti e indicano 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.

Articolo 7

Trattamento differenziato

1. I fornitori di servizi di intermediazione online inseriscono nei loro termini e nelle loro condizioni una descrizione di qualunque trattamento differenziato che riservino o possano riservare ai prodotti o ai servizi offerti ai consumatori attraverso i servizi di intermediazione online dal fornitore di servizi stesso o da utenti commerciali controllati da detto fornitore, da un lato, e ad altri utenti commerciali, dall'altro. Tale descrizione fa riferimento alle principali considerazioni di ordine economico, commerciale o giuridico per tale trattamento differenziato.

2. I fornitori di motori di ricerca online predispongono una descrizione di qualunque trattamento differenziato che riservino o possano riservare ai prodotti o ai servizi offerti ai consumatori attraverso detti motori di ricerca online dal fornitore stesso di motori di ricerca o da utenti titolari di siti web aziendali controllati da detto fornitore, da un lato, e ad altri utenti titolari di siti web aziendali, dall'altro.

3. Le descrizioni di cui ai paragrafi 1 e 2 riguarda in particolare, se del caso, qualsiasi trattamento differenziato derivante da misure specifiche adottate dal fornitore di servizi di intermediazione online o dal fornitore di motori di ricerca online, o da un suo comportamento, relativamente ai seguenti elementi:

- a) accesso che il fornitore, o gli utenti commerciali o gli utenti titolari di siti web aziendali controllati da tale fornitore, possono avere ai dati personali o ad altri dati, o a entrambi, forniti dagli utenti commerciali, dagli utenti titolari di siti web aziendali o dai consumatori per l'uso dei servizi di intermediazione online o dei motori di ricerca online in questione o generati tramite la fornitura di tali servizi;
- b) posizionamento o altre impostazioni applicate dal fornitore che incidono sull'accesso dei consumatori ai beni o ai servizi offerti da altri utenti commerciali tramite tali servizi di intermediazione online, o da altri utenti titolari di tali siti web aziendali tramite motori di ricerca online;
- c) qualunque corrispettivo diretto o indiretto addebitato per l'uso dei servizi di intermediazione online o dei motori di ricerca online in questione;
- d) accesso, condizioni o qualunque corrispettivo diretto o indiretto addebitato per l'uso di servizi, funzionalità o interfacce tecniche rilevanti per l'utente commerciale o il titolare di un sito web aziendale e che sono direttamente connessi o complementari all'utilizzo del servizio di intermediazione online o del motore di ricerca online in questione.

Articolo 8

Clausole contrattuali specifiche

Al fine di garantire che le relazioni contrattuali tra i fornitori di servizi di intermediazione online e gli utenti commerciali siano condotte in buona fede e con correttezza, i fornitori di servizi di intermediazione online:

- a) non impongono modifiche retroattive dei termini e delle condizioni, tranne quando sono tenuti a rispettare un obbligo normativo o regolamentare o quando le modifiche retroattive sono vantaggiose per gli utenti commerciali;
- b) garantiscono che i loro termini e le loro condizioni includano informazioni sulle condizioni alle quali gli utenti commerciali possono risolvere la relazione contrattuale con il fornitore di servizi di intermediazione online; e
- c) inseriscono nei loro termini e nelle loro condizioni una descrizione relativa all'accesso tecnico e contrattuale, o alla mancanza di tale accesso, per quanto riguarda le informazioni fornite o generate dall'utente commerciale, che essi conservano dopo la scadenza del contratto tra il fornitore di servizi di intermediazione online e l'utente commerciale.

Articolo 9

Accesso ai dati

1. I fornitori di servizi di intermediazione online inseriscono nei loro termini e nelle loro condizioni una descrizione relativa all'accesso tecnico e contrattuale, o alla mancanza di tale accesso, 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.
2. Mediante la descrizione di cui al paragrafo 1, i fornitori di servizi di intermediazione online informano adeguatamente gli utenti commerciali in particolare dei seguenti aspetti:
 - a) la possibilità o meno del fornitore di servizi di intermediazione online di accedere ai dati personali o ad 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 e, in caso di accesso, le categorie di dati interessate e le condizioni;
 - b) la possibilità o meno di un utente commerciale di accedere ai dati personali o ad altri dati, o a entrambi, da lui forniti in relazione all'uso del utente commerciale dei servizi di intermediazione online in questione o generati tramite la fornitura di tali servizi o forniti dai consumatori dei beni e servizi dell'utente commerciale e, in caso di accesso, le categorie di dati interessate e le condizioni;

- c) a integrazione della lettera b), la possibilità o meno di un utente commerciale di accedere ai dati personali 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 relativi consumatori e, in caso di accesso, le categorie di dati interessate e le condizioni; e
- d) la fornitura o meno a terzi dei dati di cui alla lettera a), assieme a, qualora la fornitura di tali dati a terzi non sia necessaria per il corretto funzionamento dei servizi di intermediazione online, l'informazione che specifica lo scopo di tale condivisione dei dati nonché le possibilità di cui dispongono gli utenti commerciali per esimersi da tale condivisione dei dati.
3. Il presente articolo non pregiudica l'applicazione del regolamento (UE) 2016/679, della direttiva (UE) 2016/680 e della direttiva 2002/58/CE.

Articolo 10

Limitazioni all'offerta di condizioni diverse mediante altri mezzi

1. Qualora, nell'ambito della fornitura dei loro servizi, i fornitori di servizi di intermediazione online limitino la capacità degli utenti commerciali di offrire gli stessi beni e servizi ai consumatori a condizioni diverse tramite mezzi che non siano i suddetti servizi, essi includono nei loro termini e nelle loro condizioni le ragioni di tale limitazione e le rendono facilmente accessibili al pubblico. Tra tali ragioni figurano le principali considerazioni di ordine economico, commerciale o giuridico.
2. L'obbligo di cui al paragrafo 1 non pregiudica eventuali divieti o limitazioni per quanto riguarda l'imposizione di simili restrizioni derivanti dall'applicazione di altri atti del diritto dell'Unione o del diritto degli Stati membri conformi al diritto dell'Unione e alle quali sono soggetti i fornitori di servizi di intermediazione online.

Articolo 11

Sistema interno di gestione dei reclami

1. I fornitori di servizi di intermediazione online prevedono un sistema interno di gestione dei reclami degli utenti commerciali.

Il sistema interno di gestione dei reclami deve essere facilmente accessibile e gratuito per gli utenti commerciali e garantisce che i reclami siano gestiti in un lasso di tempo ragionevole. Il sistema si basa sui principi della trasparenza e della parità di trattamento a parità di situazione, e tratta i reclami in modo proporzionato alla loro importanza e complessità. Permette agli utenti commerciali di presentare reclami direttamente al fornitore in questione in merito alle seguenti questioni:

- a) presunta inadempienza, da parte del fornitore, degli obblighi stabiliti dal presente regolamento con conseguenze per l'utente commerciale che presenta un reclamo ("reclamante");
- b) problemi tecnologici che si ricollegano direttamente alla fornitura dei servizi di intermediazione online con conseguenze per il reclamante;
- c) misure o comportamenti adottati dal fornitore direttamente connessi alla fornitura dei servizi di intermediazione online con conseguenze per il reclamante.
2. Nell'ambito del loro sistema interno di gestione dei reclami, 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.

3. I fornitori di servizi di intermediazione online prevedono 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.

4. 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.

5. 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.

Articolo 12

Mediazione

1. I fornitori di servizi di intermediazione online indicano nei loro termini e nelle loro condizioni due o più mediatori 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, compresi i reclami che non è stato possibile risolvere mediante il sistema interno di gestione dei reclami di cui all'articolo 11.

I fornitori di servizi di intermediazione online possono indicare mediatori che forniscono servizi di mediazione da un luogo al di fuori dell'Unione solo se vi è la certezza che gli utenti commerciali interessati non sono di fatto privati dei benefici delle garanzie giuridiche previste dal diritto dell'Unione o dalla legislazione degli Stati membri per il fatto che i mediatori prestano i loro servizi al di fuori dell'Unione.

2. I mediatori di cui al paragrafo 1 posseggono i seguenti requisiti:

a) sono imparziali e indipendenti;

b) prestano i servizi di mediazione a prezzi sostenibili dagli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online in questione;

c) sono in grado di fornire servizi di mediazione nella lingua in cui sono redatti i termini e le condizioni che regolano il rapporto contrattuale tra il fornitore di servizi di intermediazione online e gli utenti commerciali in questione;

d) sono facilmente raggiungibili, fisicamente nel luogo di stabilimento o di residenza dell'utente commerciale oppure virtualmente mediante le tecnologie di comunicazione a distanza;

e) sono in grado di fornire servizi di mediazione senza indebito ritardo;

f) hanno una conoscenza sufficiente dei rapporti commerciali tra imprese che consente loro di contribuire efficacemente al tentativo di dirimere le controversie.

3. Malgrado il carattere volontario della mediazione, i fornitori di servizi di intermediazione online e gli utenti commerciali s'impegnano in buona fede in tutti i tentativi di mediazione a norma del presente articolo.

4. 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.

5. Il tentativo di raggiungere un accordo ricorrendo alla mediazione per risolvere una controversia a norma del presente articolo non pregiudica il diritto dei fornitori di servizi di intermediazione online e degli utenti commerciali interessati di promuovere un'azione giudiziaria in qualsiasi momento prima, durante o dopo il processo di mediazione.

6. Su richiesta di un utente commerciale, prima di avviare la mediazione o durante la mediazione i fornitori di servizi di intermediazione online mettono a disposizione dell'utente commerciale informazioni sul funzionamento e sull'efficacia della mediazione relativamente alle loro attività.

7. L'obbligo di cui al paragrafo 1 non si applica ai fornitori di servizi di intermediazione online che sono piccole imprese ai sensi, dell'allegato della raccomandazione 2003/361/CE.

Articolo 13

Mediatori specializzati

La Commissione, in stretta cooperazione con gli Stati membri, incoraggia i fornitori di servizi di intermediazione online nonché le organizzazioni e le associazioni che li rappresentano a istituire, individualmente o congiuntamente, una o più organizzazioni di servizi di mediazione che soddisfino i requisiti di cui all'articolo 12, paragrafo 2, al fine specifico di agevolare la risoluzione extragiudiziale delle controversie con gli utenti commerciali, che insorgano nell'ambito della fornitura di servizi di intermediazione online, tenendo conto in particolare della natura transfrontaliera dei servizi di intermediazione online.

Articolo 14

Procedimenti giudiziari da parte di organizzazioni rappresentative o di associazioni e da parte degli organismi pubblici

1. Le organizzazioni e le associazioni che hanno un legittimo interesse a rappresentare gli utenti commerciali o gli utenti titolari di siti web aziendali, come pure gli organismi pubblici istituiti negli Stati membri, hanno il diritto di adire i giudici nazionali competenti nell'Unione, in conformità del diritto dello Stato membro in cui l'azione è promossa, per far cessare o vietare qualsiasi caso di inadempimento delle pertinenti prescrizioni del presente regolamento da parte di fornitori di servizi di intermediazione online o di fornitori di motori di ricerca online.

2. La Commissione incoraggia gli Stati membri a scambiarsi le migliori pratiche e le informazioni sulla base dei registri degli atti illeciti che sono stati oggetto di azioni ingiuntive dinanzi ai tribunali nazionali, qualora gli organismi o le autorità pubbliche competenti abbiano istituito tali registri.

3. Le organizzazioni o le associazioni hanno il diritto di cui al paragrafo 1 soltanto se soddisfano tutti i seguenti requisiti:

a) sono debitamente costituite secondo il diritto di uno Stato membro;

b) perseguono obiettivi nell'interesse collettivo di un gruppo di utenti commerciali o di utenti titolari di siti web aziendali che rappresentano in via continuativa;

- c) non hanno scopo di lucro;
- d) il loro processo decisionale non è indebitamente influenzato da finanziatori terzi, in particolare da fornitori di servizi di intermediazione online o da fornitori di motori di ricerca online.

A tal fine le organizzazioni e le associazioni divulgano in maniera completa e pubblicamente le informazioni sulla loro composizione e sulle loro fonti di finanziamento.

4. Negli Stati membri in cui sono istituiti organismi pubblici, questi ultimi hanno il diritto di cui al paragrafo 1 qualora siano incaricati di difendere gli interessi collettivi di utenti commerciali o utenti titolari di siti web aziendali o di garantire il rispetto delle prescrizioni di cui al presente regolamento, in conformità del diritto nazionale dello Stato membro interessato.

5. Gli Stati membri possono designare:

a) organizzazioni o associazioni aventi sede sul loro territorio che soddisfano almeno i requisiti di cui al paragrafo 3, su richiesta di tali organizzazioni o associazioni;

b) organismi pubblici istituiti sul loro territorio che soddisfano i requisiti di cui al paragrafo 4

a cui è concesso il diritto di cui al paragrafo 1. Gli Stati membri comunicano alla Commissione il nome e le finalità di tali organizzazioni, associazioni o organismi pubblici designati.

6. La Commissione compila un elenco delle organizzazioni, delle associazioni e degli organismi pubblici designati a norma del paragrafo 5. Tale elenco specifica le loro finalità di tali organizzazioni, associazioni o organismi di diritto pubblico. Tale elenco è pubblicato nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*. Le modifiche apportate a tale elenco sono pubblicate senza indugio e, in ogni caso, ogni sei mesi è redatto e pubblicato un elenco aggiornato.

7. Gli organi giurisdizionali accettano tale elenco quale prova della capacità giuridica dell'organizzazione, dell'associazione o dell'organismo pubblico fatto salvo il diritto degli organi giurisdizionali di valutare se la finalità del reclamante giustifichi il suo intervento in un caso specifico.

8. Qualora lo Stato membro o la Commissione esprima dubbi circa il rispetto dei criteri di cui al paragrafo 3 da parte di un'organizzazione o di un'associazione, o dei criteri di cui al paragrafo 4 da parte di un organismo pubblico, lo Stato membro che ha designato tale organizzazione, associazione od organismo pubblico conformemente al paragrafo 5 svolge accertamenti al riguardo e, se del caso, ove uno o più criteri non siano rispettati, revoca la designazione.

9. Il diritto di cui al paragrafo 1 non pregiudica i diritti degli utenti commerciali e degli utenti titolari di siti web aziendali di adire i giudici nazionali competenti, in conformità del diritto dello Stato membro in cui l'azione è promossa, sulla base dei diritti individuali e allo scopo di porre fine a eventuali inadempienze delle prescrizioni pertinenti del presente regolamento da parte dei fornitori di servizi di intermediazione online o dei fornitori di motori di ricerca online.

*Articolo 15***Applicazione**

1. Ogni Stato membro garantisce l'adeguata ed efficace applicazione del presente regolamento.
2. Gli Stati membri adottano le norme che stabiliscono le misure applicabili alle violazioni del presente regolamento e ne garantiscono l'attuazione. Le misure previste sono efficaci, proporzionate e dissuasive.

*Articolo 16***Monitoraggio**

La Commissione, in stretta cooperazione con gli Stati membri, monitora attentamente l'impatto del presente regolamento sulle relazioni tra i servizi di intermediazione online e i loro utenti commerciali e tra i motori di ricerca online e titolari di siti web aziendali. A tale fine la Commissione raccoglie informazioni pertinenti per monitorare l'evoluzione di tali relazioni, anche mediante la realizzazione di studi adeguati. Gli Stati membri assistono la Commissione fornendo, su richiesta, tutte le informazioni pertinenti raccolte, anche riguardo a casi specifici. Ai fini del presente articolo e dell'articolo 18, la Commissione può chiedere informazioni ai fornitori di servizi di intermediazione online.

*Articolo 17***Codici di condotta**

1. La Commissione incoraggia i fornitori di servizi di intermediazione online e le organizzazioni e associazioni che li rappresentano a elaborare codici di condotta, unitamente agli utenti commerciali, incluse le PMI e le organizzazioni che li rappresentano, intesi a contribuire alla corretta applicazione del presente regolamento, tenendo conto delle specificità dei diversi settori in cui sono forniti i servizi di intermediazione online e delle caratteristiche specifiche delle PMI.
2. La Commissione incoraggia i fornitori di motori di ricerca online e le organizzazioni e associazioni che li rappresentano a elaborare codici di condotta che siano specificamente intesi a contribuire alla corretta applicazione dell'articolo 5.
3. La Commissione incoraggia i fornitori dei servizi di intermediazione online ad adottare e applicare codici di condotta settoriali, ove tali codici di condotta settoriali esistano e siano ampiamente utilizzati.

*Articolo 18***Revisione**

1. Entro il 13 gennaio 2022, e successivamente ogni tre anni, la Commissione procede a una valutazione del presente regolamento e presenta una relazione al Parlamento europeo, al Consiglio e al Comitato economico e sociale europeo.
2. La prima valutazione del presente regolamento è svolta, in particolare, allo scopo di:
 - a) stabilire se gli obblighi di cui agli articoli da 3 a 10 siano stati rispettati e quali ripercussioni abbiano avuto sull'economia delle piattaforme online;
 - b) valutare le ripercussioni e l'efficacia degli eventuali codici di condotta stabiliti per migliorare l'equità e la trasparenza;
 - c) analizzare ulteriormente i problemi causati dalla dipendenza degli utenti commerciali dai servizi di intermediazione online, nonché i problemi causati dalle pratiche commerciali sleali adottate dai fornitori di servizi di intermediazione online, e determinare inoltre in che misura tali pratiche siano ancora diffuse;
 - d) esaminare se la concorrenza tra i beni o servizi offerti da un utente commerciale e i beni o servizi offerti o controllati da un fornitore di servizi di intermediazione online costituisca concorrenza leale, e se i fornitori di servizi di intermediazione online utilizzino impropriamente informazioni privilegiate al riguardo;

- e) valutare gli effetti del presente regolamento su eventuali squilibri a livello delle relazioni tra i fornitori di sistemi operativi e i loro utenti commerciali;
- f) valutare se l'ambito di applicazione del regolamento, in particolare per quanto riguarda la definizione di "utente commerciale", sia adeguato, nel senso che non incoraggia il falso lavoro autonomo.

La prima e le successive valutazioni stabiliscono se siano necessarie disposizioni supplementari, anche in materia di attuazione, per garantire che il contesto dell'attività commerciale online nel mercato interno sia equo, prevedibile, sostenibile e sicuro. Alla luce delle valutazioni, la Commissione adotta opportune misure, che possono includere proposte legislative.

3. Gli Stati membri forniscono tutte le informazioni pertinenti in loro possesso che la Commissione può chiedere per elaborare la relazione di cui al paragrafo 1.

4. Nell'eseguire la valutazione del presente regolamento, la Commissione tiene conto anche dei pareri e delle relazioni presentate dal gruppo di esperti dell'osservatorio dell'economia delle piattaforme online. La Commissione tiene inoltre conto, se del caso, del contenuto e del funzionamento degli eventuali codici di condotta di cui all'articolo 17.

Articolo 19

Entrata in vigore e applicazione

- 1. Il presente regolamento entra in vigore il ventesimo giorno successivo alla pubblicazione nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*.
- 2. Esso si applica a decorrere dal 12 luglio 2020.

Il presente regolamento è obbligatorio in tutti i suoi elementi e direttamente applicabile in ciascuno degli Stati membri.

Fatto a Bruxelles, il 20 giugno 2019

Per il Parlamento europeo

Il presidente

A. TAJANI

Per il Consiglio

Il presidente

G. CIAMBA
