

KAPITEL IV

BEKÆMPELSE AF FALSKE ANMELDELSER

Artikel 12

(Anvendelsesområde og definitioner)

1. I dette kapitel reguleres i overensstemmelse med forfatningens artikel 117, stk. 2, litra e), og Den Europæiske Unions principper på konkurrenceområdet og med henblik på at beskytte forbrugerne mod påvirkning fra falske anmeldelser offentliggørelsen af onlineanmeldelser vedrørende produkter, fordele og tjenesteydelser, der tilbydes af cateringvirksomheder og turistfaciliteter beliggende i Italien, herunder af modtagelig og termisk karakter, samt vedrørende enhver form for turistattraktion, der tilbydes på italiensk område, med henblik på at: **identificere den bruger, der indsender anmeldelsen, og** kontrollere, at anmeldelsen er pålidelig og kommer fra en forbruger, der faktisk har brugt eller købt produktet, fordelen eller tjenesten.
2. I dette kapitel finder definitionerne i artikel 18 i lovdekret nr. 206 af 6. september 2005 og i artikel 3 i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2022/2065 af 19. oktober 2022 om et indre marked for digitale tjenester og om ændring af direktiv 2000/31/EF anvendelse.

Artikel 13

(Krav til anmeldelser og rettigheder for anmeldte egenskaber)

1. Forbrugeren, der beviser **sin identitet og** den faktiske brug af tjenesteydelser eller fordele, kan afgive en begrundet udtalelse senest femten dage efter datoen for brugen af produktet eller tjenesten. For at forhindre enhver svigagtig aktivitet skal gennemgangen være tilstrækkeligt detaljeret og afpasset efter den anvendte produkttype eller egenskaberne ved den facilitet, der tilbyder den.
2. Den juridiske repræsentant for den reviderede facilitet eller deres stedfortræder har ret til at svare og anmode om fjernelse af anmeldelser vedrørende denne, hvis forfatteren ikke har brugt den anmeldte vare eller tjenesteydelse, eller hvis anmeldelserne er vildledende, usande eller overdrevne. En erhvervsdrivende, der har en interesse heri, har også ret til at få slettet anmeldelser vedrørende denne, der ikke længere er aktuelle, hvis der er forløbet to år fra datoen for ophavsmandens brug af tjenesten, eller foranstaltninger er vedtaget efter anmeldelsen, der kan ændre eller overvinde de grunde, der havde givet anledning til vurderingen.

Artikel 14

(Forbud)

1. Med forbehold af bestemmelserne i lovdekret nr. 206 af 6. september 2005 er køb og salg af anmeldelser, vurderinger eller interaktioner af en hvilken som helst grund, herunder mellem iværksættere og formidlere, forbudt, uanset deres efterfølgende udbredelse. Tildeling af forbrugeranmeldelser til et produkt eller en tjenesteydelse i forbindelse med et andet produkt

eller en anden tjenesteydelse og promovering og konditionering af indholdet af anmeldelser ud fra incitamenter er også forbudt.

2. Med forbehold af det strafferetlige ansvar udøver konkurrence- og markedsmyndigheden i tilfælde af overtrædelse af forbuddet i stk. 1 de undersøgelses- og sanktionsbeføjelser, der er fastsat i artikel 27 i lovdekret nr. 206 af 6. september 2005.

Artikel 15 (Adfærdskodekser)

1. I overensstemmelse med forordning (EU) 2022/2065 regulerer kommunikationstilsynsmyndigheden som national koordinator for digitale tjenester ved hjælp af en forordning vedtagelsen af adfærdskodekser for formidlere og enheder, der er aktive inden for formidling af onlineanmeldelser, og meddeler straks de undertegnede til konkurrence- og markedsmyndigheden, ministeriet for erhverv og Made in Italy samt ministeriet for turisme.
2. I tilfælde af manglende overholdelse af myndighedens påbud om at overholde bestemmelserne i den forordning, der er omhandlet i stk. 1, finder artikel 1, stk. 30, i lov nr. 249 af 31. juli 1997 anvendelse.
3. Adfærdskodekserne skal udpege foranstaltninger til effektivt at reducere, herunder ved hjælp af teknologisk passende midler, forvridningen af de oplysninger, der gives til forbrugerne gennem falske anmeldelser, og under alle omstændigheder til at:
 - a) **bevise forbrugerens identitet med henblik på indgivelse af anmeldelsen**
 - b) sikre, at offentliggjorte anmeldelser kommer fra forbrugere, der har anvendt tjenesten eller produktet
 - c) sikre overholdelse af artikel 13, hvis der er mulighed for at foretage en fornyet undersøgelse
 - d) sikre gennemsigtighed og upartiskhed i forvaltningen af anmeldelser
 - e) sikre, at gennemgangene er tilstrækkeligt detaljerede til at muliggøre den kontradiktoriske proces og de interesserede parter svar
 - f) sikre, at oplysningerne er korrekte og fuldstændige, samtidig med at det forhindres, at anmeldelser forbindes med urapporteret salgsfremmende indhold
 - g) regulere fjernelsen af anmeldelser og forhindre uberettiget fjernelse heraf
 - h) muliggøre eller lette afsløringen af svigagtige aktiviteter
 - i) forhindre anvendelsen af scorer baseret på uklare eller uforklarede kriterier, eller som under alle omstændigheder kan vildlede forbrugerne.
4. Konkurrence- og markedsmyndigheden vedtager efter høring af kommunikationstilsynsmyndigheden, myndigheden for beskyttelse af personoplysninger, ministeriet for virksomheder og Made in Italy og turismeministeriet specifikke retningslinjer for at vejlede virksomhederne i vedtagelsen af passende foranstaltninger til at sikre anmeldelsernes ægthed. Konkurrence- og markedsstilsynsmyndigheden fastlægger også

tilsynsproceduren for overvågning og periodisk vurdering af overholdelsen i overensstemmelse med principperne om gennemsigtighed, ikkeforskelsbehandling og proportionalitet.

Artikel 16 **(Overgangsbestemmelser)**

1. Bestemmelserne i de foregående artikler i dette kapitel finder ikke anvendelse på anmeldelser, der allerede er offentliggjort på datoen for denne lovs ikrafttræden.

Artikel 17 **(Klausul om finansiel invarians)**

1. Gennemførelsen af denne lov må ikke medføre nye eller øgede byrder for de offentlige finanser.
2. Konkurrence- og markedsstyrelsen og tilsynsmyndigheden for kommunikation udfører de aktiviteter, der er fastsat i denne lov, med de menneskelige, finansielle og instrumentelle ressourcer, der er til rådighed i henhold til gældende lovgivning.