

CHAPITRE IV

LUTTE CONTRE LES FAUX AVIS

Article 12

(Champ d'application et définitions)

1. Le présent chapitre, conformément à l'article 117, deuxième alinéa, point e), de la Constitution et aux principes de l'Union européenne dans le domaine de la concurrence et dans le but de protéger les consommateurs contre les risques et les influences qui découlent des faux avis, régit la publication d'avis en ligne relatifs aux produits, performances et services proposés par des entreprises de restauration et des installations touristiques situées en Italie, y compris celles de type hôtelier et thermal, ainsi qu'à toute forme d'attraction touristique proposée sur le territoire italien, afin **d'identifier l'utilisateur soumettant l'avis** et de vérifier que l'avis est fiable et provient d'un consommateur qui a effectivement utilisé ou acheté le produit, la performance ou le service.
2. Aux fins du présent chapitre, les définitions figurant à l'article 18 du décret législatif n° 206 du 6 septembre 2005 et à l'article 3 du règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE s'appliquent.

Article 13

(Exigences relatives aux avis et droits des entités examinées)

1. Le consommateur qui prouve **son identité** et l'utilisation effective des services ou des performances concernés peut émettre son avis motivé au plus tard quinze jours à compter de la date d'utilisation du produit ou du service. Afin de prévenir toute activité frauduleuse, l'avis doit être suffisamment détaillé et adapté au type de produit utilisé ou aux caractéristiques de l'établissement qui le fournit.
2. Le représentant légal de l'établissement qui fait l'objet de l'avis, ou son délégué, est en droit de répondre et de demander la suppression des avis le concernant si l'auteur n'a pas utilisé le bien ou le service visé, ou si les commentaires sont trompeurs, faux ou exagérés. S'il est concerné, un entrepreneur est également en droit d'obtenir la suppression des avis le visant qui ne sont plus d'actualité en raison de l'expiration d'un délai de deux ans à compter de la date d'utilisation du service par l'auteur de l'avis, ou de l'adoption, après la publication de l'avis, de mesures susceptibles de modifier ou d'annuler les raisons qui avaient donné lieu au jugement.

Article 14

(Interdictions)

1. Sans préjudice des règles fixées par le décret législatif n° 206 du 6 septembre 2005, l'achat et la vente d'avis, d'appréciations ou d'interactions, pour quelque motif que ce soit, y compris entre entrepreneurs et intermédiaires, sont interdits, quelle que soit le statut de leur

diffusion ultérieure. L'attribution d'avis de consommateurs à un produit ou service en relation avec un autre produit ou service, ainsi que la promotion et le conditionnement du contenu des avis au moyen d'incitations sont également interdits.

2. Sans préjudice de la responsabilité pénale, en cas de violation de l'interdiction visée au paragraphe 1, l'autorité garante du respect des règles de concurrence et du marché exerce ses pouvoirs d'enquête et de sanction conformément à l'article 27 du décret législatif n° 206 du 6 septembre 2005.

Article 15 **(Codes de conduite)**

1. Conformément au règlement (UE) 2022/2065, l'autorité régulatrice des communications, en tant que coordinatrice nationale pour les services numériques, régit par voie de règlement l'adoption de codes de conduite par les intermédiaires et les entités participant à la diffusion d'avis en ligne, et les communique sans délai dès leur signature à l'autorité garante du respect des règles de concurrence et du marché, au ministère des entreprises et du «made in Italy» et au ministère du tourisme.
2. Si l'autorité émet un avertissement intimant de se conformer aux dispositions du règlement visé au paragraphe 1, et que ledit avertissement n'est pas respecté, l'article 1er, paragraphe 30, point 1, de la loi n° 249 du 31 juillet 1997 s'applique.
3. Les codes de conduite définissent des mesures visant à réduire efficacement, y compris par des moyens technologiques adaptés, toute distorsion des informations fournies aux consommateurs au moyen d'avis non authentiques et, en tout état de cause:
 - a) **à prouver l'identité du consommateur aux fins de la soumission de l'avis;**
 - b) à garantir que les avis publiés proviennent de consommateurs qui ont utilisé le service ou le produit;
 - c) lorsque la possibilité de publier un avis est prévue, à veiller au respect de l'article 13;
 - d) à garantir la transparence et l'impartialité dans la gestion des avis;
 - e) à veiller à ce que les avis soient suffisamment détaillés pour permettre un contre-examen et le droit de réponse des parties impliquées;
 - f) à garantir l'exactitude et l'exhaustivité des informations publiées, tout en empêchant l'association d'avis à des contenus promotionnels non déclarés;
 - g) à réglementer la suppression des avis, en empêchant leur suppression injustifiée;
 - h) à permettre ou à faciliter la détection d'activités frauduleuses;
 - i) à empêcher l'utilisation de notes fondées sur des critères peu clairs ou inexpliqués, ou qui, en tout état de cause, pourraient induire les consommateurs en erreur.
4. L'autorité garante du respect des règles de concurrence et du marché, après consultation de l'autorité régulatrice des communications, de l'autorité régissant la protection des données à caractère personnel, du ministère des entreprises et du «made in Italy» et du ministère du tourisme, adopte des lignes directrices spécifiques pour guider les entreprises dans

l'adoption de mesures appropriées aux fins de garantir l'authenticité des avis. L'autorité garante du respect des règles de concurrence et du marché établit également la procédure de surveillance pour le contrôle et l'évaluation périodiques de la conformité, conformément aux principes de transparence, de non-discrimination et de proportionnalité.

Article 16
(Dispositions transitoires)

1. Les dispositions des articles précédents du présent chapitre ne s'appliquent pas aux avis déjà publiés à la date d'entrée en vigueur de la présente loi.

Article 17
(Clause financière invariante)

1. La mise en œuvre de ce chapitre ne doit pas entraîner de charges nouvelles ou accrues pour les finances publiques.
2. L'autorité garante du respect des règles de concurrence et du marché et l'autorité régulatrice des communications exercent les activités prévues par la présente loi avec les ressources humaines, financières et instrumentales disponibles en vertu de la législation en vigueur.