

HOOFDSTUK IV

BESTRIJDING VAN VALSE RECENSIES

Artikel 12

(Toepassingsgebied en definities)

1. Dit hoofdstuk regelt, in overeenstemming met artikel 117, tweede alinea, onder e), van de grondwet en de beginselen van de Europese Unie op het gebied van mededinging en met het oog op de bescherming van de consument tegen de effecten van valse recensies, de publicatie van onlinerecensies met betrekking tot producten, voordelen en diensten die worden aangeboden door cateringbedrijven en toeristische faciliteiten in Italië, met inbegrip van die van receptieve en thermische aard, alsmede met betrekking tot elke vorm van toeristische attractie die op het Italiaanse grondgebied wordt aangeboden, teneinde **de gebruiker te identificeren die de recensie indient** en te controleren of de recensie betrouwbaar is en afkomstig is van een consument die het product, het voordeel of de dienst daadwerkelijk heeft gebruikt of gekocht.
2. Voor de toepassing van dit hoofdstuk zijn de definities van artikel 18 van besluit nr. 206 van 6 september 2005 en artikel 3 van Verordening (EU) 2022/2065 van het Europees Parlement en de Raad van 19 oktober 2022 betreffende een eengemaakte markt voor digitale diensten en tot wijziging van Richtlijn 2000/31/EG, van toepassing.

Artikel 13

(Vereisten voor recensies en rechten van beoordeelde accommodaties)

1. De consumenten die **hun identiteit en** het daadwerkelijke gebruik van diensten of voordelen aantonen, kunnen uiterlijk vijftien dagen na de datum van gebruik van het product of de dienst hun gemotiveerde recensie indienen. Om frauduleuze activiteiten te voorkomen, moet de recensie voldoende gedetailleerd zijn en inspelen op het soort product dat wordt gebruikt of de kenmerken van de faciliteit die de recensie aanbiedt.
2. De wettelijke vertegenwoordigers van de gerecenseerde faciliteit of hun plaatsvervangers hebben het recht om te reageren en te verzoeken om verwijdering van recensies die op hen betrekking hebben, als de auteur het beoordeelde goed of de beoordeelde dienst niet heeft gebruikt, of als de beoordelingen misleidend, onwaar of overdreven zijn. Een ondernemer die er belang bij heeft, heeft ook het recht om recensies te laten verwijderen die op hem betrekking hebben en die niet langer actueel zijn, vanwege het verstrijken van twee jaar vanaf de datum van gebruik van de dienst door de auteur of de vaststelling, na de recensie, van maatregelen die de redenen kunnen wijzigen of annuleren die tot het oordeel hebben geleid.

Artikel 14

(Verbodsbepalingen)

1. Onverminderd de regels van besluit nr. 206 van 6 september 2005 is de aan- en verkoop van recensies, waarderingen of interacties om welke reden dan ook, ook tussen ondernemers en tussenpersonen, verboden, ongeacht de latere verspreiding ervan. De toewijzing van consumentenrecensies aan een product of dienst met betrekking tot een ander product of een andere dienst en de promotie en conditionering van de inhoud van recensies door middel van stimulansen zijn ook verboden.
2. Onverminderd de strafrechtelijke aansprakelijkheid oefent de Mededingings- en Marktautoriteit in geval van schending van het in lid 1 bedoelde verbod de onderzoeks- en sanctiebevoegdheden uit die zijn vastgelegd in artikel 27 van besluit nr. 206 van 6 september 2005.

Artikel 15 **(Gedragscodes)**

1. Overeenkomstig Verordening (EU) 2022/2065 regelt de regelgevende instantie voor communicatie, als nationale coördinator van digitale diensten, door middel van een verordening de vaststelling van gedragscodes door tussenpersonen en entiteiten die actief zijn op het gebied van de verspreiding van onlinerecensies en deelt zij de ondertekende gedragscodes onverwijld mee aan de Mededingingsautoriteit, het Ministerie van Ondernemingen en Made in Italy en het Ministerie van Toerisme.
2. In geval van niet-naleving van de waarschuwing van de Autoriteit om de bepalingen van de in lid 1 bedoelde verordening na te leven, is artikel 1, lid 30, van wet nr. 249 van 31 juli 1997 van toepassing.
3. In de gedragscodes worden maatregelen vastgesteld om, onder meer met technologisch passende middelen, de door middel van niet-echte recensies aan consumenten verstrekte informatie doeltreffend te beperken en in elk geval om:
 - a) **de identiteit van de consument aan te tonen met het oog op het indienen van de recensie;**
 - b) ervoor zorgen dat gepubliceerde recensies afkomstig zijn van consumenten die van de dienst of het product gebruik hebben gemaakt;
 - c) ervoor te zorgen dat artikel 13 in acht wordt genomen, indien de mogelijkheid tot toetsing is voorzien;
 - d) te zorgen voor transparantie en onpartijdigheid bij het beheer van recensies;
 - e) ervoor zorgen dat de evaluaties voldoende gedetailleerd zijn om de contradictoire procedure en het antwoord van de belanghebbenden mogelijk te maken;
 - f) de juistheid en volledigheid van de informatie te waarborgen en tegelijkertijd te voorkomen dat recensies worden gekoppeld aan niet-aangegeven promotionele inhoud;
 - g) de verwijdering van recensies te regelen, om te voorkomen dat deze onterecht worden verwijderd;
 - h) de opsporing van frauduleuze activiteiten mogelijk te maken of te vergemakkelijken;

- i) te voorkomen dat scores worden gebruikt op basis van onduidelijke of onverklaarde criteria, of die de consument in ieder geval kunnen misleiden.
4. De Mededingings- en Marktautoriteit stelt, na raadpleging van de regelgevende autoriteit voor communicatie, de Autoriteit voor de Bescherming van Persoonsgegevens, het Ministerie van Ondernemingen en Made in Italy en het Ministerie van Toerisme, specifieke richtsnoeren vast om bedrijven te begeleiden bij het vaststellen van passende maatregelen om de authenticiteit van recensies te waarborgen. De Mededingings- en Marktautoriteit stelt ook de toezichtprocedure vast voor het toezicht op en de periodieke beoordeling van de naleving, overeenkomstig de beginselen van transparantie, non-discriminatie en evenredigheid.

Artikel 16 **(Overgangsbepalingen)**

1. De bepalingen van de voorgaande artikelen van dit hoofdstuk zijn niet van toepassing op recensies die op de datum van inwerkingtreding van deze wet al zijn gepubliceerd.

Artikel 17 **(Clausule van financiële invariantie)**

1. De tenuitvoerlegging van deze wet mag niet leiden tot nieuwe of verhoogde lasten voor de overheidsfinanciën.
2. De Mededingings- en Marktautoriteit en de regelgevende instantie voor communicatie voeren de in deze wet bedoelde activiteiten uit met de personele, financiële en instrumentele middelen die op grond van de geldende wetgeving beschikbaar zijn.