

ROZDZIAŁ IV

ZWALCZANIE FAŁSZYWYCH RECENZJI

Artykuł 12 **(Zakres i definicje)**

1. Niniejszy rozdział, zgodnie z art. 117 akapit drugi lit. e) Konstytucji i zasadami Unii Europejskiej w dziedzinie konkurencji oraz w celu ochrony konsumentów przed wpływem fałszywych recenzji, reguluje publikację recenzji internetowych dotyczących produktów, korzyści i usług oferowanych przez przedsiębiorstwa cateringowe i obiekty turystyczne znajdujące się we Włoszech, w tym o charakterze recepcyjnym i termalnym, a także dotyczących wszelkich form atrakcji turystycznych oferowanych na terytorium Włoch, w celu **identyfikacji użytkownika przesyłającego recenzję oraz** sprawdzenia, czy recenzja jest wiarygodna i pochodzi od konsumenta, który faktycznie korzystał z produktu, korzyści lub usługi lub je zakupił.
2. Do celów niniejszego rozdziału stosuje się definicje określone w art. 18 dekretu ustawodawczego nr 206 z dnia 6 września 2005 r. oraz w art. 3 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2065 z dnia 19 października 2022 r. w sprawie jednolitego rynku usług cyfrowych oraz zmiany dyrektywy 2000/31/WE.

Artykuł 13 **(Wymagania dotyczące recenzji i praw recenzowanych nieruchomości)**

1. Konsument, który udowodni **swoją tożsamość oraz** faktyczne korzystanie z usług lub korzyści, może wystawić uzasadnioną recenzję nie później niż piętnaście dni od daty korzystania z produktu lub usługi. Aby zapobiec wszelkim oszukańczym działaniom, recenzja musi być wystarczająco szczegółowa i dostosowana do rodzaju używanego produktu lub cech obiektu, który go oferuje.
2. Przedstawiciel prawny recenzowanego obiektu lub jego pełnomocnik ma prawo odpowiedzieć i zażądać usunięcia dotyczących go recenzji, jeśli autor nie korzystał z recenzowanego towaru lub usługi, lub jeśli recenzje są mylące, nieprawdziwe lub przesadzone. Przedsiębiorca, który ma w tym interes, jest również uprawniony do uzyskania usunięcia dotyczących go recenzji, które nie są już aktualne, ze względu na upływ dwóch lat od daty skorzystania z usługi przez autora lub przyjęcia, po recenzji, środków mogących zmienić lub przewyciężyć powody, które doprowadziły do wydania oceny.

Artykuł 14 **(Zakazy)**

1. Bez uszczerbku dla zasad określonych w dekreście ustawodawczym nr 206 z dnia 6 września 2005 r. zakup i sprzedaż recenzji, ocen lub interakcji z jakiegokolwiek powodu, w tym między przedsiębiorcami a pośrednikami, jest zabroniona, niezależnie od ich późniejszego rozpowszechniania. Zakazane jest również przypisywanie recenzji konsumentów do

produktu lub usługi w odniesieniu do innego produktu lub usługi oraz promowanie i warunkowanie treści recenzji za pomocą zachęt.

2. Bez uszczerbku dla odpowiedzialności karnej, w przypadku naruszenia zakazu, o którym mowa w ust. 1, Urząd ds. Konkurencji i Rynku wykonuje uprawnienia dochodzeniowe i uprawnienia do nakładania sankcji uregulowane w art. 27 dekretu ustawodawczego nr 206 z dnia 6 września 2005 r.

Artykuł 15 **(Kodeksy postępowania)**

1. Zgodnie z rozporządzeniem (UE) 2022/2065 Urząd Regulacji Łączności, jako krajowy koordynator usług cyfrowych, reguluje w drodze rozporządzenia przyjmowanie kodeksów postępowania przez pośredników i podmioty zajmujące się rozpowszechnianiem recenzji internetowych oraz niezwłocznie przekazuje te podpisane kodeksy Urzędowi ds. Konkurencji i Rynku, Ministerstwu Przedsiębiorstw i Made in Italy oraz Ministerstwu Turystyki.
2. W przypadku niezastosowania się do wezwania Urzędu do zastosowania się do przepisów rozporządzenia, o którym mowa w ust. 1, stosuje się art. 1 ust. 30 ustawy nr 249 z dnia 31 lipca 1997 r.
3. W kodeksach postępowania określa się środki mające na celu skuteczne ograniczenie, w tym za pomocą odpowiednich środków technologicznych, zniekształceń informacji przekazywanych konsumentom w drodze nieprawdziwych recenzji, a w każdym razie:
 - a) **udowodnienie tożsamości konsumenta w celu złożenia recenzji;**
 - b) zapewnienie, że publikowane recenzje pochodzą od konsumentów, którzy korzystali z usługi lub produktu;
 - c) w przypadku gdy przewidziana jest możliwość napisania recenzji, zapewnienie zgodności z art. 13;
 - d) zapewnienie przejrzystości i bezstronności w zarządzaniu recenzjami;
 - e) zapewnienie, że recenzje są wystarczająco szczegółowe, aby umożliwić proces kontradyktoryjny i odpowiedź zainteresowanych stron;
 - f) zapewnienie poprawności i kompletności informacji, przy jednoczesnym zapobieganiu kojarzenia recenzji z niezgłoszonymi treściami promocyjnymi;
 - g) uregulowanie usuwania recenzji, zapobiegając ich nieuzasadnionemu usuwaniu;
 - h) umożliwienie lub ułatwienie wykrywania oszukańczych działań;
 - i) zapobieganie wykorzystywaniu punktacji na podstawie niejasnych lub niewyjaśnionych kryteriów, lub które w każdym przypadku mogą wprowadzać konsumentów w błąd.
4. Urząd ds. Konkurencji i Rynku, po konsultacji z Urzędem Regulacji Łączności, Urzędem Ochrony Danych Osobowych, Ministerstwem Przedsiębiorstw i Made in Italy oraz Ministerstwem Turystyki, przyjmuje szczegółowe wytyczne, aby pomóc przedsiębiorstwom

w przyjmowaniu odpowiednich środków w celu zapewnienia autentyczności recenzji. Urząd ds. Konkurencji i Rynku ustanawia również procedurę nadzorczą monitorowania i okresowej oceny zgodności, zgodnie z zasadami przejrzystości, niedyskryminacji i proporcjonalności.

Artykuł 16
(Przepisy przejściowe)

1. Przepisów poprzednich artykułów niniejszego rozdziału nie stosuje się do recenzji już opublikowanych w dniu wejścia w życie niniejszej ustawy.

Artykuł 17
(Klauzula niezmienności finansowej)

1. Wdrożenie niniejszego rozporządzenia nie może skutkować nowymi lub zwiększonymi obciążeniami dla finansów publicznych.
2. Urząd ds. Konkurencji i Rynku oraz Urząd Regulacji Łączności, prowadzą działania przewidziane w niniejszej ustawie z wykorzystaniem zasobów ludzkich, finansowych i instrumentalnych dostępnych na mocy obowiązujących przepisów.