

KAPITEL IV

BEKÄMPNING AV FALSKA RECENSIONER

Artikel 12

(Tillämpningsområde och definitioner)

1. Detta kapitel reglerar, i enlighet med artikel 117 andra stycket led e i konstitutionen och Europeiska unionens principer på konkurrensområdet och i syfte att skydda konsumenterna från påverkan av falska recensioner, offentliggörandet av onlinerecensioner om produkter, förmåner och tjänster som erbjuds av företag inom restaurangbranschen och turistanläggningar i Italien, inbegripet hotell och spa-anläggningar, samt avseende alla former av turistattraktioner som erbjuds på italienskt territorium, i syfte att **identifiera den användare som lämnar in recensionen och** kontrollera att recensionen är tillförlitlig och kommer från en konsument som faktiskt har använt eller köpt produkten, förmånen eller tjänsten.
2. I detta kapitel ska definitionerna i artikel 18 i lagstiftningsdekret nr 206 av den 6 september 2005 och i artikel 3 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2022/2065 av den 19 oktober 2022 om en inre marknad för digitala tjänster och om ändring av direktiv 2000/31/EG gälla.

Artikel 13

(Krav på recensioner och rättigheter för recenserade anläggningar)

1. Konsumenten som bevisar **sin identitet och** den faktiska användningen av tjänster eller förmåner kan utfärda en motiverad recension senast femton dagar efter den dag då produkten eller tjänsten används. För att förhindra bedräglig verksamhet måste recensionen vara tillräckligt detaljerad och relevant för den typ av produkt som används eller egenskaperna hos den anläggning som erbjuder den.
2. Den rättsliga företrädaren för den recenserade anläggningen eller deras ombud har rätt att svara och begära borttagning av recensioner om dem, om författaren inte har använt den recenserade varan eller tjänsten, eller om recensionerna är vilseledande, osanna eller överdrivna. En näringsidkare som har ett intresse i det har också rätt att få bort recensioner som rör honom eller henne som inte längre är aktuella, på grund av att två år har gått från den dag då författaren använde tjänsten eller antagandet, efter recensionen, av åtgärder som kan ändra eller lösa de skäl som gav upphov till omdömet.

Artikel 14

(Förbud)

1. Utan att det påverkar tillämpningen av bestämmelserna i lagstiftningsdekret nr 206 av den 6 september 2005 är det förbjudet att köpa och sälja recensioner, omdömen eller interaktioner av något som helst skäl, inbegripet mellan näringsidkare och mellanhänder, oavsett deras senare spridning. Det är också förbjudet att överföra recensioner som konsumenter skrivit

om en viss produkt eller tjänst till en annan produkt eller tjänst samt att marknadsföra och villkora innehållet i recensioner med hjälp av incitament.

2. Utan att det påverkar det straffrättsliga ansvaret ska konkurrens- och marknadsmyndigheten, vid överträdelse av det förbud som avses i punkt 1, utöva de utrednings- och sanktionsbefogenheter som regleras i artikel 27 i lagstiftningsdekret nr 206 av den 6 september 2005.

Artikel 15 **(Uppförandekoder)**

1. I enlighet med förordning (EU) 2022/2065 reglerar tillsynsmyndigheten för kommunikation, i egenskap av nationell samordnare av digitala tjänster, genom en förordning antagandet av uppförandekoder av mellanhänder och enheter som är verksamma inom spridning av onlinerecensioner och meddelar utan dröjsmål de undertecknade uppförandekoderna till konkurrens- och marknadsmyndigheten, ministeriet för företag och Made in Italy samt ministeriet för turism.
2. Vid bristande efterlevnad av myndighetens varning om att följa bestämmelserna i den förordning som avses i punkt 1 ska artikel 1.30 i lag nr 249 av den 31 juli 1997 tillämpas.
3. Uppförandekoderna ska ange åtgärder för att på ett effektivt sätt, bland annat med hjälp av tekniskt lämpliga medel, minska snedvridningen av den information som ges till konsumenter genom icke-äkta recensioner och, under alla omständigheter, för att
 - a) **styrka konsumentens identitet i syfte att lämna in recensionen,**
 - b) säkerställa att publicerade recensioner kommer från konsumenter som har använt tjänsten eller produkten,
 - c) om det finns möjlighet att utfärda en recension, säkerställa efterlevnad av artikel 13,
 - d) säkerställa öppenhet och opartiskhet i hanteringen av recensioner,
 - e) säkerställa att recensionerna är tillräckligt detaljerade för att möjliggöra den kontradiktoriska principen och de berörda parternas svar,
 - f) säkerställa att informationen är korrekt och fullständig, samtidigt som man förhindrar att recensioner associeras med odeklarerat reklam innehåll,
 - g) reglera avlägsnandet av recensioner och förhindra att de avlägsnas på ett omotiverat sätt,
 - h) möjliggöra eller underlätta upptäckten av bedrägerier,
 - i) förhindra att poäng används på grundval av otydliga eller oförklarliga kriterier, eller som under alla omständigheter kan vilseleda konsumenterna.
4. Konkurrens- och marknadsmyndigheten ska, efter samråd med tillsynsmyndigheten för kommunikation, myndigheten för skydd av personuppgifter, ministeriet för företag och Made in Italy och ministeriet för turism, anta särskilda riktlinjer för att vägleda företagen när de vidtar lämpliga åtgärder för att säkerställa recensionernas äkthet. Konkurrens- och marknadsmyndigheten ska också inrätta ett tillsynsförfarande för övervakning och

regelbunden bedömning av efterlevnaden, i enlighet med principerna om öppenhet, icke-diskriminering och proportionalitet.

Artikel 16
(Övergångsbestämmelser)

1. Bestämmelserna i föregående artiklar i detta kapitel ska inte tillämpas på recensioner som redan har publicerats den dag då denna lag träder i kraft.

Artikel 17
(Klausul om finansiell beständighet)

1. Genomförandet av denna förordning får inte leda till nya eller ökade bördor för de offentliga finanserna.
2. Konkurrens- och marknadsmyndigheten och kommunikationsmyndigheten ska bedriva den verksamhet som föreskrivs i denna lag med de personella, finansiella och instrumentella resurser som finns tillgängliga enligt gällande lagstiftning.