

KAPITOLA IV

BOJ PROTI FALEŠNÝM RECENZÍM

Článek 12

Oblast působnosti a definice

1. Tato kapitola v souladu s čl. 117 druhým pododstavcem písm. e) ústavy a se zásadami Evropské unie v oblasti hospodářské soutěže a s cílem chránit spotřebitele před vlivem nepravdivých recenzí upravuje zveřejňování online recenzí týkajících se produktů, výhod a služeb nabízených stravovacími společnostmi a turistickými zařízeními nacházejícími se v Itálii, včetně těch, které mají ubytovací a lázeňskou povahu, jakož i týkajících se jakékoli formy turistické atrakce nabízené na italském území, s cílem **identifikovat uživatele předkládajícího recenzi a** ověřit, zda je recenze spolehlivá a zda pochází od spotřebitele, který produkt, výhodu nebo službu skutečně použil nebo zakoupil.
2. Pro účely této kapitoly se použijí definice stanovené v článku 18 legislativního nařízení č. 206 ze dne 6. září 2005 a v článku 3 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2022/2065 ze dne 19. října 2022 o jednotném trhu digitálních služeb a o změně směrnice 2000/31/ES.

Článek 13

(Požadavky na recenze a práva hodnocených nemovitostí)

1. Spotřebitel, který prokáže **svou totožnost a** skutečné využívání služeb nebo výhod, může vydat odůvodněnou recenzi nejpozději do patnácti dnů ode dne použití výrobku nebo služby. Aby se zabránilo jakékoli podvodné činnosti, musí být recenze dostatečně podrobná a musí odpovídat typu použitého produktu nebo vlastnostem zařízení, které je nabízí.
2. Zákonný zástupce hodnoceného zařízení nebo jeho zástupce má právo odpovědět a požádat o odstranění recenzí, které se jich týkají, pokud autor nepoužil hodnocené zboží nebo službu, nebo pokud jsou recenze zavádějící, nepravdivé nebo přehnané. Podnikatel, který má na tom zájem, má rovněž právo na výmaz recenzí, které se ho týkají a které již nejsou aktuální, a to z důvodu uplynutí dvou let ode dne využití služby autorem nebo přijetí opatření po recenzi, která mohou změnit nebo překonat důvody, které vedly k hodnocení.

Článek 14

Zákazy

1. Aniž jsou dotčena pravidla stanovená v legislativním nařízení č. 206 ze dne 6. září 2005, je zakázáno nakupovat a prodávat recenze, ocenění nebo interakce z jakéhokoli důvodu, a to i mezi podnikateli a zprostředkovateli, bez ohledu na jejich následné šíření. Zakázáno je rovněž přiřazování spotřebitelských recenzí k produktu nebo službě v souvislosti s jiným produktem nebo službou a propagace a podmiňování obsahu recenzí prostřednictvím pobídek.

2. Aniž je dotčena trestní odpovědnost, v případě porušení zákazu uvedeného v odstavci 1 vykonává orgán pro hospodářskou soutěž a trh vyšetřovací a sankční pravomoci upravené v článku 27 legislativního nařízení č. 206 ze dne 6. září 2005.

Článek 15 **(Kodexy chování)**

1. V souladu s nařízením (EU) 2022/2065 reguluje Úřad pro regulaci komunikací jako národní koordinátor digitálních služeb prostřednictvím nařízení přijímání kodexů chování ze strany zprostředkovatelů a subjektů působících v oblasti šíření online recenzí a neprodleně sděluje tyto podepsané kodexy Úřadu pro hospodářskou soutěž a trh, Ministerstvu pro podniky a značku Made in Italy a Ministerstvu cestovního ruchu.
2. V případě nedodržení výstrahy úřadu, že je třeba dodržovat ustanovení nařízení uvedeného v odstavci 1, se použije čl. 1 odst. 30 zákona č. 249 ze dne 31. července 1997.
3. Kodexy chování určí opatření, která mají účinně omezit, a to i technologicky vhodnými prostředky, zkreslení informací poskytovaných spotřebitelům prostřednictvím neautentických recenzí, a v každém případě:
 - a) **prokázat totožnost spotřebitele pro účely předložení recenze;**
 - b) zajistit, aby zveřejněné recenze pocházely od spotřebitelů, kteří službu nebo produkt využili;
 - c) pokud je předpokládána možnost vydání recenze, zajistit soulad s článkem 13;
 - d) zajistit transparentnost a nestrannost při nakládání a recenzemi;
 - e) zajistit, aby recenze byly dostatečně podrobné, aby umožňovaly kontradiktorní řízení a odpověď zúčastněných stran;
 - f) zajistit správnost a úplnost informací a zároveň zabránit přiřazování recenzí k nedeklarovanému propagačnímu obsahu;
 - g) regulovat odstraňování recenzí a předcházet jejich neoprávněnému odstraňování;
 - h) umožnit nebo usnadnit odhalování podvodných činností;
 - i) zabránit používání bodového hodnocení založeného na nejasných nebo nevysvětlených kritériích, nebo které by každopádně mohlo uvést spotřebitele v omyl.
4. Úřad pro hospodářskou soutěž a trh po konzultaci s Úřadem pro regulaci komunikací, Úřadem pro ochranu osobních údajů, Ministerstvem pro podniky a značku Made in Italy a Ministerstvem cestovního ruchu přijme zvláštní pokyny, které budou společně s vodítkem při přijímání vhodných opatření k zajištění autentičnosti recenzí. Orgán pro hospodářskou soutěž a trh rovněž stanoví postup dohledu pro sledování a pravidelné posuzování shody v souladu se zásadami transparentnosti, nediskriminace a proporcionality.

Článek 16 **(Přechodná ustanovení)**

1. Ustanovení předchozích článků této kapitoly se nevztahují na recenze již zveřejněné ke dni vstupu tohoto zákona v platnost.

Článek 17

(Ustanovení o neměnných finančních nárocích)

1. V důsledku provádění tohoto nařízení nesmí dojít ke vzniku nebo navýšení zatížení veřejných rozpočtů.
2. Úřad pro hospodářskou soutěž a trh a Úřad pro regulaci komunikací vykonávají činnosti stanovené tímto zákonem s využitím lidských, finančních a zdrojů a nástrojů, které jsou k dispozici podle platných právních předpisů.