

IV NODAĻA

VILTUS ATSAUKSMJU APKAROŠANA

12. pants

(Piemērošanas joma un definīcijas)

1. Šī nodaļa, kura atbilst Konstitūcijas 117. panta otrās daļas e) punktam un Eiropas Savienības principiem konkurences jomā un kuras mērķis ir aizsargāt patērētājus no viltus atsauksmju ietekmes, reglamentē tādu atsauksmju publicēšanu tiešsaistē, kas tiek sniegtas par produktiem, priekšrocībām un pakalpojumiem, kurus piedāvā ēdināšanas uzņēmumi un tūrisma objekti Itālijā, arī par viesmīlības un spa pakalpojumiem, kā arī jebkāda veida tūristu piesaisti Itālijas teritorijā, nolūkā **identificēt lietotāju, kas iesniedz atsauksmi, un pārbaudīt, vai atsauksme ir uzticama un vai to ir iesniedzis patērētājs, kas faktiski izmantojis vai iegādājies attiecīgo produktu, priekšrocību vai pakalpojumu.**
2. Šajā nodaļā piemēro definīcijas, kas noteiktas 2005. gada 6. septembra Likumdošanas dekrēta Nr. 206 18. pantā un Eiropas Parlamenta un Padomes 2022. gada 19. oktobra Regulas (ES) 2022/2065 par digitālo pakalpojumu vienoto tirgu un ar ko groza Direktīvu 2000/31/EK 3. pantā.

13. pants

(Prasības attiecībā uz atsauksmēm un to uzņēmumu tiesības, par kuriem sniegtas atsauksmes)

1. Patērētājs, kurš apliecina **savu identitāti un** pakalpojumu vai priekšrocību faktisko izmantošanu, var sniegt pamatotu atsauksmi ne vēlāk kā piecpadsmit dienu laikā no produkta vai pakalpojuma izmantošanas dienas. Lai novērstu jebkādu krāpniecisku darbību, atsauksmei jābūt pietiekami detalizētai un atbilstošai izmantotā produkta veidam vai objekta, kas to nodrošina, īpašībām.
2. Objekta, par kuru sniegta atsauksme, juridiskajam pārstāvim vai tā deleģētajai personai ir tiesības reaģēt un pieprasīt dzēst atsauksmes, kas par to sniegtas, ja autors nav izmantojis precīzu vai pakalpojumu, par ko viņš sniedzis atsauksmi, vai ja atsauksmes ir maldinošas, nepatiesas vai pārspīlētas. Ieinteresētajam uzņēmējam ir arī tiesības panākt, ka tiek dzēstas atsauksmes, kas par viņu sniegtas, bet vairs nav aktuālas, jo ir pagājuši divi gadi no dienas, kad autors ir izmantojis pakalpojumu, vai no dienas, kad pēc atsauksmes ir pieņemti pasākumi, kas var mainīt vai novērst vērtējuma pamatā esošos iemeslus.

14. pants

(Aizliegumi)

1. Neskarot noteikumus, kas paredzēti 2005. gada 6. septembra Likumdošanas dekrētā Nr. 206, ir aizliegts jebkāda iemesla dēļ pirkt un pārdot atsauksmes, novērtējumus vai mijiedarbību, arī starp uzņēmējiem un starpniekiem, neatkarīgi no atsauksmju turpmākas izplatīšanas. Aizliegta ir arī patērētāju atsauksmju attiecināšana uz produktu vai pakalpojumu saistībā ar

citu produktu vai pakalpojumu, kā arī atsauksmju satura popularizēšana un uzlabošana, izmantojot stimulus.

2. Neskarot kriminālatbildību, 1. punktā minētā aizlieguma pārkāpuma gadījumā Konkurences un tirgus iestāde īsteno izmeklēšanas un sankciju piemērošanas pilnvaras, kas noteiktas 2005. gada 6. septembra Likumdošanas dekrēta Nr. 206 27. pantā.

15. pants (Rīcības kodeksi)

1. Saskaņā ar Regulu (ES) 2022/2065 Komunikāciju regulatīvā iestāde kā digitālo pakalpojumu valsts koordinators ar noteikumiem reglamentē to starpnieku un struktūru rīcības kodeksu pieņemšanu, kuri nodarbojas ar atsauksmju izplatīšanu tiešsaistē, un par parakstītajiem rīcības kodeksiem nekavējoties paziņo Konkurences un tirgus iestādei, Uzņēmumu un Itālijas produkcijas ministrijai un Tūrisma ministrijai.
2. Ja netiek ievērots iestādes brīdinājums par 1. punktā minēto noteikumu ievērošanu, piemēro 1997. gada 31. jūlija Likuma Nr. 249 1. panta 30. punktu.
3. Rīcības kodeksos nosaka pasākumus, kuru mērķis ir efektīvi samazināt – arī ar tehnoloģiski piemērotiem līdzekļiem – patērētājiem sniegtās informācijas sagrozīšanu, izmantojot neīstas atsauksmes, un jebkurā gadījumā:
 - a) **pierādīt tā patērētāja identitāti, kurš sniedz atsauksmi;**
 - b) nodrošināt, ka publicētās atsauksmes snieguši patērētāji, kuri ir izmantojuši pakalpojumu vai produktu;
 - c) ja ir paredzēta iespēja iesniegt atsauksmi, nodrošināt atbilstību 13. pantam;
 - d) nodrošināt pārredzamību un objektivitāti atsauksmju pārvaldībā;
 - e) gādāt par to, ka atsauksmes ir pietiekami detalizētas, lai nodrošinātu sacīkstes procesu un ieinteresēto personu atbildi;
 - f) nodrošināt informācijas pareizību un pilnīgumu, vienlaikus novēršot atsauksmju sasaistīšanu ar nedeklarētu reklāmas saturu;
 - g) reglamentēt atsauksmju dzēšanu, novēršot to nepamatotu dzēšanu;
 - h) nodrošināt vai atvieglot krāpniecisku darbību atklāšanu;
 - i) novērst tādu vērtējumu izmantošanu, kuru pamatā ir neskaidri vai neizskaidroti kritēriji vai kuri jebkurā gadījumā var maldināt patērētājus.
4. Konkurences un tirgus iestāde pēc apspriešanās ar Komunikāciju regulatīvo iestādi, Personas datu aizsardzības iestādi, Uzņēmumu un Itālijas produkcijas ministriju un Tūrisma ministriju pieņem īpašas pamatnostādnes, lai palīdzētu uzņēmumiem pieņemt atbilstīgus pasākumus nolūkā nodrošināt atsauksmju autentiskumu. Konkurences un tirgus iestāde izveido arī uzraudzības procedūru atbilstības uzraudzībai un periodiskai novērtēšanai saskaņā ar pārredzamības, nediskriminācijas un proporcionalitātes principiem.

16. pants
(Pārejas noteikumi)

1. Šīs nodaļas iepriekšējo pantu noteikumi neattiecas uz atsauksmēm, kas jau publicētas šā likuma spēkā stāšanās dienā.

17. pants
(Finanšu nemainīguma klauzula)

1. Šīs nodaļas īstenošana nedrīkst radīt jaunu vai lielāku slogu publiskajām finansēm.
2. Konkurences un tirgus iestāde un Komunikāciju regulatīvā iestāde veic šajā likumā paredzētās darbības ar spēkā esošajos tiesību aktos paredzētajiem cilvēkresursiem, finanšu un instrumentālajiem resursiem.