

# CAPÍTULO IV

## LUCHA CONTRA LAS RESEÑAS FALSAS

### Artículo 12

#### *(Ámbito de aplicación y definiciones)*

1. El presente capítulo, de conformidad con el artículo 117, párrafo segundo, letra e), de la Constitución y con los principios de la Unión Europea en materia de competencia y con el objetivo de proteger a los consumidores de la influencia de las reseñas falsas, regula la publicación de reseñas en línea sobre productos, prestaciones y servicios ofrecidos por empresas de restauración y establecimientos del sector turístico situados en Italia, incluidos los de tipo hotelero y termal, así como sobre cualquier forma de atracción turística ofrecida en el territorio italiano, con el fin de **identificar al usuario que envía la reseña** y verificar que la reseña es confiable y proviene de un consumidor que realmente ha usado o comprado el producto, la prestación o el servicio.
2. A efectos del presente capítulo, se aplicarán las definiciones establecidas en el artículo 18 del Decreto legislativo n.º 206 de 6 de septiembre de 2005, y en el artículo 3 del Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de octubre de 2022, relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE.

### Artículo 13

#### *(Requisitos para las reseñas y derechos de los establecimientos objeto de reseñas)*

1. El consumidor que demuestre **su identidad** y el uso real de los servicios o las prestaciones puede emitir su reseña motivada a más tardar quince días desde la fecha de uso del producto o disfrute del servicio. Para evitar cualquier actividad fraudulenta, la reseña deberá ser lo suficientemente detallada y responder al tipo de producto utilizado o a las características del establecimiento que lo ofrece.
2. El representante legal del establecimiento objeto de reseña o su delegado tiene el derecho de responder y solicitar la eliminación de las reseñas que les conciernen, si el autor no ha utilizado el bien o servicio objeto de reseña, o si las reseñas son engañosas, falsas o exageradas. Un empresario que tenga un interés en ello también tiene derecho a obtener la eliminación de las reseñas que le conciernen y que ya no sean actuales, debido al transcurso de dos años desde la fecha de uso del servicio por parte del autor o la adopción, después de la reseña, de medidas capaces de modificar o superar las razones que habían dado lugar al juicio.

### Artículo 14

#### *(Prohibiciones)*

1. Sin perjuicio de las normas establecidas en el Decreto legislativo n.º 206 de 6 de septiembre de 2005, queda prohibida la adquisición y cesión de reseñas, apreciaciones o interacciones por cualquier motivo, incluso entre empresarios e intermediarios, independientemente de su

posterior difusión. También queda prohibida la atribución de reseñas de consumidores a un producto o servicio en relación con un producto o servicio diferente y la promoción y el condicionamiento del contenido de las reseñas mediante incentivos.

2. Sin perjuicio de la responsabilidad penal, en caso de infracción de la prohibición contemplada en el apartado 1, la Autoridad para la competencia y el mercado ejercerá las facultades de investigación y sanción reguladas en el artículo 27 del Decreto legislativo n.º 206 de 6 de septiembre de 2005.

### **Artículo 15** **(Códigos de conducta)**

1. De conformidad con el Reglamento (UE) 2022/2065, la Autoridad reguladora de las comunicaciones, en su calidad de coordinadora nacional de los servicios digitales, regulará mediante un reglamento la adopción de códigos de conducta por parte de los intermediarios y sujetos activos en la difusión de reseñas en línea y comunicará sin demora los firmados a la Autoridad para la competencia y el mercado, al Ministerio de Empresas y del *Made in Italy* y al Ministerio de Turismo.
2. En caso de incumplimiento del requerimiento de la Autoridad de cumplir lo dispuesto en el reglamento a que se refiere el apartado 1, se aplicará el artículo 1, apartado 30, de la Ley n.º 249 de 31 de julio de 1997.
3. Los códigos de conducta determinarán medidas para reducir eficazmente, incluso por medios tecnológicamente adecuados, la distorsión de la información facilitada a los consumidores a través de reseñas no auténticas y, en cualquier caso, para:
  - a) **demostrar la identidad del consumidor a efectos del envío de la reseña;**
  - b) garantizar que las reseñas publicadas procedan de consumidores que han disfrutado del servicio o utilizado el producto;
  - c) cuando se prevea la posibilidad de dejar una reseña, garantizar el cumplimiento del artículo 13;
  - d) garantizar la transparencia y la imparcialidad en la gestión de las reseñas;
  - e) garantizar que las reseñas sean lo suficientemente detalladas como para permitir el procedimiento contradictorio y la respuesta de las partes interesadas;
  - f) garantizar la exactitud y exhaustividad de la información, evitando al mismo tiempo la asociación de reseñas con contenidos promocionales no declarados;
  - g) regular la eliminación de reseñas, evitando su eliminación injustificada;
  - h) permitir o facilitar la detección de actividades fraudulentas;
  - i) impedir el uso de puntuaciones basadas en criterios poco claros o inexplicables o que, en cualquier caso, puedan inducir a error a los consumidores.
4. La Autoridad para la competencia y el mercado, previa consulta a la Autoridad reguladora de las comunicaciones, la Autoridad para la protección de datos personales, el Ministerio de Empresas y del *Made in Italy* y el Ministerio de Turismo, adoptará directrices específicas

para orientar a las empresas en la adopción de medidas adecuadas para garantizar la autenticidad de las reseñas. La Autoridad para la competencia y el mercado también establecerá el procedimiento de vigilancia para el seguimiento y la evaluación periódica de la conformidad, de acuerdo con los principios de transparencia, no discriminación y proporcionalidad.

**Artículo 16**  
***(Disposiciones transitorias)***

1. Las disposiciones de los artículos anteriores del presente capítulo no se aplicarán a las reseñas ya publicadas en la fecha de entrada en vigor de la presente Ley.

**Artículo 17**  
***(Cláusula de invariabilidad financiera)***

1. La aplicación del presente capítulo no deberá suponer cargas nuevas o mayores para las finanzas públicas.
2. La Autoridad para la competencia y el mercado y la Autoridad reguladora de las comunicaciones llevarán a cabo las actividades previstas en la presente Ley con los recursos humanos, financieros e instrumentales disponibles en virtud de la legislación vigente.