

POGLAVLJE IV.

BORBA PROTIV LAŽNIH RECENZIJ

Članak 12.

(Područje primjene i definicije)

1. U skladu s člankom 117. drugim stavkom točkom (e) Ustava i načelima Europske unije u području tržišnog natjecanja te s ciljem zaštite potrošača od utjecaja lažnih recenzija, ovim poglavljem uređuje se objavljivanje internetskih recenzija koje se odnose na proizvode, pogodnosti i usluge koje nude ugostiteljska poduzeća i turistički objekti koji se nalaze u Italiji, uključujući one tipa ugostiteljskih objekata i toplica, kao i one koji se odnose na bilo koji oblik turističke atrakcije koja se nudi na talijanskom državnom području, kako bi se **identificiralo korisnika koji objavljuje recenziju** i provjerilo je li recenzija pouzdana i dolazi li od potrošača koji je stvarno koristio ili kupio proizvod, pogodnost ili uslugu.
2. Za potrebe ovog poglavlja primjenjuju se definicije iz članka 18. Zakonodavne uredbe br. 206 od 6. rujna 2005. i članka 3. Uredbe (EU) 2022/2065 Europskog parlamenta i Vijeća od 19. listopada 2022. o jedinstvenom tržištu digitalnih usluga i izmjeni Direktive 2000/31/EZ.

Članak 13.

(Zahtjevi za recenzije i prava recenziranih nekretnina)

1. Potrošač koji dokaže **svoj identitet** i stvarno korištenje usluga ili pogodnosti može objaviti svoju obrazloženu recenziju najkasnije petnaest dana od dana korištenja proizvoda ili usluge. Kako bi se spriječile bilo kakve prijevarne aktivnosti, recenzija mora biti dovoljno detaljna i prilagođena vrsti korištenog proizvoda ili karakteristikama objekta koji ga nudi.
2. Pravni zastupnik recenziranog objekta ili njegov delegat ima pravo odgovoriti i zatražiti uklanjanje recenzija koje se odnose na njih, ako autor nije koristio robu ili uslugu koja se ocjenjuje ili ako su recenzije obmanjujuće, neistinite ili pretjerane. Zainteresirani poduzetnik također ima pravo ishoditi brisanje recenzija koje se odnose na njega, a koje više nisu aktualne, zbog isteka roka od dvije godine od datuma korištenja usluge od strane autora ili zbog donošenja, nakon recenzije, mjera kojima se mogu izmijeniti ili prevladati razlozi koji su doveli do recenzije.

Članak 14.

(Zabrane)

1. Ne dovodeći u pitanje pravila utvrđena Zakonodavnom uredbom br. 206 od 6. rujna 2005., zabranjena je kupnja i prodaja recenzija, pohvala ili interakcija iz bilo kojeg razloga, uključujući između poduzetnika i posrednika, bez obzira na njihovo naknadno širenje. Također je zabranjeno pripisivanje proizvodu ili usluzi recenzija koje potrošači formuliraju u vezi s drugim proizvodom ili uslugom te promicanje i uvjetovanje sadržaja recenzija putem poticaja.

2. Ne dovodeći u pitanje kaznenu odgovornost, u slučaju kršenja zabrane iz stavka 1., Tijelo za tržišno natjecanje i tržište provodi istražne ovlasti i kaznene ovlasti uređene člankom 27. Zakonodavne uredbe br. 206 od 6. rujna 2005.

Članak 15. **(Kodeksi ponašanja)**

1. U skladu s Uredbom (EU) 2022/2065, Regulatorno tijelo za komunikacije, kao nacionalni koordinator digitalnih usluga, uredbom regulira donošenje kodeksa ponašanja posrednika i subjekata koji se bave širenjem internetskih recenzija te o njima bez odgode obavješćuje Tijelo za tržišno natjecanje i tržište, Ministarstvo poduzetništva i proizvodnje u Italiji (Made in Italy) te Ministarstvo turizma.
2. U slučaju nepoštivanja upozorenja Tijela o postupanju u skladu s odredbama uredbe iz stavka 1., primjenjuje se članak 1. točka 30. Zakona br. 249 od 31. srpnja 1997.
3. U kodeksima ponašanja utvrđuju se mjere za učinkovito smanjenje, među ostalim tehnološki primjerenim sredstvima, narušavanja informacija koje se pružaju potrošačima putem neistinitih recenzija i, u svakom slučaju, kako bi se:
 - a) **dokazao identitet potrošača u svrhu podnošenja recenzije;**
 - b) osiguralo da objavljene recenzije dolaze od potrošača koji su koristili uslugu ili proizvod;
 - c) osigurala usklađenost s člankom 13. ako je predviđena mogućnost recenzije;
 - d) osigurala transparentnost i nepristranost u upravljanju recenzijama;
 - e) osiguralo da su recenzije dovoljno detaljne kako bi se omogućilo načelo kontradiktornosti i odgovor zainteresiranih strana;
 - f) osigurala točnost i potpunost informacija te istodobno spriječilo povezivanje recenzija s neprijavljenim promotivnim sadržajem;
 - g) reguliralo uklanjanje recenzija radi sprečavanja njihovog neopravdanog uklanjanja;
 - h) omogućilo ili olakšalo otkrivanje prijevarenih aktivnosti;
 - i) spriječila upotreba ocjena koje se temelje na nejasnim ili neobjašnjenim kriterijima ili koje u svakom slučaju mogu dovesti potrošače u zabludu.
4. Tijelo za tržišno natjecanje i tržište, nakon savjetovanja s Regulatornim tijelom za komunikacije, Tijelom za zaštitu osobnih podataka, Ministarstvom poduzetništva i proizvodnje u Italiji (Made in Italy) te Ministarstvom turizma, donosi posebne smjernice za usmjeravanje poduzeća pri donošenju odgovarajućih mjera kako bi se osigurala vjerodostojnost recenzija. Tijelo za tržišno natjecanje i tržište također uspostavlja nadzorni postupak za praćenje i periodičnu procjenu usklađenosti, u skladu s načelima transparentnosti, nediskriminacije i proporcionalnosti.

Članak 16. **(Prijelazne odredbe)**

1. Odredbe prethodnih članaka ovog poglavlja ne primjenjuju se na recenzije koje su već objavljene na datum stupanja na snagu ovoga Zakona.

Članak 17.
(Odredba o financijskoj nepromjenjivosti)

1. Provedba ovog poglavlja ne smije dovesti do novih ili povećanih opterećenja za javne financije.
2. Tijelo za tržišno natjecanje i tržište i Regulatorno tijelo za komunikacije obavljat će aktivnosti predviđene ovim Zakonom s pomoću ljudskih, financijskih i instrumentalnih resursa koji su na raspolaganju prema važećem zakonodavstvu.