

KAPITEL IV

BEKÄMPFUNG FALSCHER BEWERTUNGEN

Artikel 12

Geltungsbereich und Begriffsbestimmungen

1. Dieses Kapitel regelt in Übereinstimmung mit Artikel 117 Absatz 2 Buchstabe e der Verfassung und den Grundsätzen der Europäischen Union im Bereich des Wettbewerbs und mit dem Ziel, die Verbraucher vor dem Einfluss falscher Bewertungen zu schützen, die Veröffentlichung von Online-Bewertungen in Bezug auf Produkte, Vorteile und Dienstleistungen, die von in Italien ansässigen Catering-Unternehmen und touristischen Einrichtungen angeboten werden, einschließlich solcher mit empfangs- und thermalcharakter, sowie in Bezug auf jede Form von Touristenattraktion, die auf italienischem Hoheitsgebiet angeboten wird, um **den Benutzer zu identifizieren, der die Bewertung einreicht, und** zu überprüfen, ob die Bewertung zuverlässig ist und von einem Verbraucher stammt, der das Produkt, den Nutzen oder die Dienstleistung tatsächlich genutzt oder gekauft hat.
2. Für die Zwecke dieses Kapitels gelten die Begriffsbestimmungen des Artikels 18 des Gesetzesdekrets Nr. 206 vom 6. September 2005 und des Artikels 3 der Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG.

Artikel 13

(Anforderungen für Bewertungen und Rechte an bewerteten Immobilien)

1. Ein Verbraucher, der **seine Identität und** die tatsächliche Nutzung von Dienstleistungen oder Vorteilen nachweist, kann spätestens fünfzehn Tage nach dem Datum der Nutzung des Produkts oder der Dienstleistung eine begründete Bewertung abgeben. Um betrügerische Aktivitäten zu verhindern, muss die Überprüfung ausreichend detailliert sein und auf die Art des verwendeten Produkts oder die Merkmale der Einrichtung, die es anbietet, eingehen.
2. Der gesetzliche Vertreter der überprüften Einrichtung oder sein Beauftragter hat das Recht, zu antworten und die Entfernung von Bewertungen zu verlangen, die sie betreffen, wenn der Verfasser die überprüfte Ware oder Dienstleistung nicht genutzt hat oder wenn die Bewertungen irreführend, unwahr oder übertrieben sind. Ein Unternehmer, der ein Interesse daran hat, hat auch das Recht, die Löschung von Bewertungen zu erwirken, die ihn betreffen und nicht mehr aktuell sind, da zwei Jahre ab dem Zeitpunkt der Nutzung des Dienstes durch den Verfasser oder nach der Überprüfung Maßnahmen ergriffen wurden, die geeignet sind, die Gründe, die zu dem Urteil geführt haben, zu ändern oder zu überwinden.

Artikel 14

Verbote

1. Unbeschadet der Bestimmungen des Gesetzesdekrets Nr. 206 vom 6. September 2005 ist der Kauf und Verkauf von Bewertungen, Wertschätzungen oder Interaktionen aus irgendeinem Grund, auch zwischen Unternehmern und Vermittlern, unabhängig von ihrer späteren Verbreitung verboten. Die Zuordnung von Verbraucherbewertungen zu einem Produkt oder einer Dienstleistung in Bezug auf ein anderes Produkt oder eine andere Dienstleistung sowie die Förderung und Konditionierung des Inhalts von Bewertungen durch Anreize sind ebenfalls verboten.
2. Unbeschadet der strafrechtlichen Verantwortlichkeit übt die Wettbewerbs- und Marktbehörde im Falle eines Verstoßes gegen das in Absatz 1 genannte Verbot die Untersuchungs- und Sanktionsbefugnisse aus, die in Artikel 27 des Gesetzesdekrets Nr. 206 vom 6. September 2005 geregelt sind.

Artikel 15 **(Verhaltenskodizes)**

1. Im Einklang mit der Verordnung (EU) 2022/2065 regelt die Regulierungsbehörde für Kommunikation als nationaler Koordinator für digitale Dienste im Wege einer Verordnung die Annahme von Verhaltenskodizes durch Intermediäre und Einrichtungen, die an der Verbreitung von Online-Bewertungen beteiligt sind, und teilt die unterzeichneten Verhaltenskodizes unverzüglich der Wettbewerbs- und Marktbehörde, dem Ministerium für Unternehmen und Made in Italy und dem Ministerium für Tourismus mit.
2. Bei Nichteinhaltung der Warnung der Behörde, die Bestimmungen der in Absatz 1 genannten Verordnung einzuhalten, findet Artikel 1 Absatz 30 des Gesetzes Nr. 249 vom 31. Juli 1997 Anwendung.
3. In den Verhaltenskodizes werden Maßnahmen festgelegt, mit denen – auch mit technologisch geeigneten Mitteln – die Verzerrung von Informationen, die den Verbrauchern durch nicht echte Bewertungen zur Verfügung gestellt werden, wirksam verringert und in jedem Fall
 - a) **die Identität des Verbrauchers zum Zwecke der Abgabe der Bewertung nachgewiesen wird;**
 - b) sichergestellt wird, dass die veröffentlichten Bewertungen von Verbrauchern stammen, die den Dienst oder das Produkt genutzt haben;
 - c) wenn die Möglichkeit einer Überprüfung vorgesehen ist, die Einhaltung von Artikel 13 sichergestellt wird;
 - d) die Transparenz und Unparteilichkeit bei der Verwaltung von Überprüfungen gewährleistet wird;
 - e) sichergestellt wird, dass die Überprüfungen ausreichend detailliert sind, um das kontradiktorische Verfahren und die Erwidern der interessierten Parteien zu ermöglichen;
 - f) die Richtigkeit und Vollständigkeit der Informationen gewährleistet und gleichzeitig verhindert wird, dass Bewertungen mit nicht deklarierten Werbeinhalten in Verbindung gebracht werden;

- g) die Entfernung von Bewertungen geregelt wird, um deren ungerechtfertigte Entfernung zu verhindern;
 - h) die Aufdeckung betrügerischer Tätigkeiten ermöglicht oder erleichtert wird;
 - i) die Verwendung von Punktzahlen verhindert wird, die auf unklaren oder unerklärten Kriterien beruhen oder die Verbraucher in jedem Fall irreführen können.
4. Die Wettbewerbs- und Marktbehörde erlässt nach Konsultation der Regulierungsbehörde für Kommunikation, der Behörde für den Schutz personenbezogener Daten, des Ministeriums für Unternehmen und Made in Italy und des Ministeriums für Tourismus spezifische Leitlinien, um Unternehmen bei der Einführung geeigneter Maßnahmen zur Gewährleistung der Authentizität von Bewertungen zu unterstützen. Die Wettbewerbs- und Marktaufsichtsbehörde legt ferner das Aufsichtsverfahren für die Überwachung und regelmäßige Bewertung der Einhaltung im Einklang mit den Grundsätzen der Transparenz, der Nichtdiskriminierung und der Verhältnismäßigkeit fest.

Artikel 16 **(Übergangsbestimmungen)**

1. Die Bestimmungen der vorstehenden Artikel dieses Kapitels gelten nicht für Überprüfungen, die zum Zeitpunkt des Inkrafttretens dieses Gesetzes bereits veröffentlicht sind.

Artikel 17 **(Finanzielle Invarianzklausel)**

1. Die Durchführung dieses Dekrets darf nicht zu neuen oder erhöhten Belastungen der öffentlichen Finanzen führen.
2. Die Wettbewerbs- und Marktaufsichtsbehörde und die Regulierungsbehörde für Kommunikation führen die in diesem Gesetz vorgesehenen Tätigkeiten mit den personellen, finanziellen und instrumentellen Ressourcen aus, die nach den geltenden Rechtsvorschriften zur Verfügung stehen.