

## **CAPO IV**

### **LOTTA ALLE FALSE RECENSIONI**

#### **Art. 12**

##### ***(Ambito e definizioni)***

1. Il presente Capo, nel rispetto dell'articolo 117, secondo comma, lettera e), della Costituzione e dei principi dell'Unione europea in materia di concorrenza e con l'obiettivo di tutelare i consumatori dai condizionamenti derivanti da recensioni false, disciplina la pubblicazione delle recensioni online relative a prodotti, prestazioni e servizi offerti dalle imprese della ristorazione e dalle strutture del settore turistico situate in Italia, ivi incluse quelle di tipo ricettivo e termale, nonché relative a qualunque forma di attrazione turistica offerta sul territorio italiano, al fine **di identificare l'utente che invia la recensione e di** verificare che la recensione sia attendibile e provenga da un consumatore che abbia effettivamente utilizzato o acquistato il prodotto, la prestazione o il servizio.
2. Ai fini del presente Capo, si applicano le definizioni di cui all'articolo 18 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e di cui all'articolo 3 del regolamento UE 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio del 19 ottobre 2022 relativo a un mercato unico dei servizi digitali e che modifica la direttiva 2000/31/CE.

#### **Art. 13**

##### ***(Requisiti delle recensioni e diritti delle strutture recensite)***

1. Il consumatore che dimostra **la propria identità e l'effettivo utilizzo** di servizi o prestazioni può rilasciare la propria motivata recensione non oltre quindici giorni dalla data di utilizzo del prodotto o di fruizione del servizio. Al fine di impedire eventuali attività fraudolente, la recensione deve essere sufficientemente dettagliata e rispondente alla tipologia del prodotto utilizzato o alle caratteristiche della struttura che lo offre.
2. Il legale rappresentante della struttura recensita o un suo delegato ha diritto di replicare e di ottenere la cancellazione delle recensioni che lo riguardano, qualora l'autore non abbia usufruito del bene o servizio recensito, o le recensioni siano ingannevoli o non veritiere o eccessive. L'imprenditore che ne abbia interesse ha, altresì, diritto a ottenere la cancellazione delle recensioni che lo riguardino che non siano più attuali, in ragione della decorrenza di due anni dalla data di fruizione del servizio da parte dell'autore o dell'adozione, successivamente alla recensione, di misure idonee a modificare o superare le ragioni che avevano dato luogo al giudizio.

#### **Art. 14**

##### ***(Divieti)***

1. Ferma restando la disciplina di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, sono vietati l'acquisto e la cessione a qualsiasi titolo, anche tra imprenditori e intermediari, di recensioni, apprezzamenti o interazioni, indipendentemente dalla loro successiva diffusione.

Sono, altresì, vietati l'attribuzione a un prodotto o a un servizio di recensioni formulate dai consumatori in relazione a un prodotto o un servizio differenti e la promozione e il condizionamento del contenuto delle recensioni mediante incentivi.

2. Ferma la responsabilità penale, in caso di violazione del divieto di cui al comma 1, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato esercita i poteri investigativi e sanzionatori disciplinati dall'articolo 27 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206.

### **Art. 15** **(Codici di condotta)**

1. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, in quanto Coordinatore nazionale dei servizi digitali, nel rispetto del Regolamento (Ue) n. 2022/2065, disciplina con regolamento l'adozione di codici di condotta da parte degli intermediari e dei soggetti attivi nella diffusione di recensioni online e comunica senza indugio quelli sottoscritti all'Autorità garante della concorrenza e del mercato, al Ministero per le imprese ed il made in Italy e al Ministero del turismo.
2. In caso di inottemperanza alla diffida dell'Autorità ad adempiere alle disposizioni del regolamento di cui al comma 1, si applica l'art. 1, comma 30, della legge 31 luglio 1997, n. 249.
3. I codici di condotta individuano misure finalizzate a ridurre in maniera efficace, anche con mezzi tecnologicamente adeguati, la distorsione dell'informazione fornita ai consumatori a mezzo di recensioni non genuine e, in ogni caso, idonee a:
  - a) **dimostrare l'identità del consumatore ai fini dell'invio della recensione;**
  - b) garantire che le recensioni pubblicate provengano da consumatori che hanno usufruito del servizio o hanno utilizzato il prodotto;
  - c) qualora sia prevista la possibilità di rilasciare una recensione, assicurare il rispetto di quanto previsto all'articolo 13;
  - d) assicurare trasparenza ed imparzialità nella gestione delle recensioni;
  - e) assicurare che le recensioni siano sufficientemente dettagliate da consentire il contraddittorio e la replica degli interessati;
  - f) garantire la correttezza e la completezza delle informazioni, impedendo, altresì, l'associazione di recensioni con contenuti promozionali non dichiarati;
  - g) disciplinare la rimozione delle recensioni, prevenendone la rimozione ingiustificata;
  - h) consentire o agevolare l'individuazione delle attività fraudolente;
  - i) prevenire l'utilizzo di punteggi basati su criteri poco chiari o non esplicitati, o che, comunque, possano ingannare i consumatori.
4. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, sentita l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e l'Autorità garante per la protezione dei dati personali, il Ministero delle imprese e del made in Italy e il Ministero del turismo, con proprio provvedimento adotta apposite linee guida che orientino le imprese nell'adozione di accorgimenti idonei ad

assicurare la genuinità delle recensioni. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato stabilisce, inoltre, la procedura di vigilanza concernente il monitoraggio e la valutazione periodica di conformità, nel rispetto dei principi di trasparenza, non discriminazione e proporzionalità.

**Art. 16**

***(Disposizioni transitorie)***

1. Le disposizioni di cui agli articoli precedenti del presente Capo non si applicano alle recensioni già pubblicate alla data di entrata in vigore della presente legge.

**Art. 17**

***(Clausola di invarianza finanziaria)***

1. Dalla attuazione del presente Capo non devono derivare nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.
2. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato e l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni svolgono le attività previste dalla presente legge con le risorse umane, finanziarie e strumentali disponibili a legislazione vigente.