
Regolamento (UE) 2019/1150: nuove tutele a favore di chi vende beni e servizi tramite le piattaforme online

Indice

1. Cosa stabilisce il Regolamento	3
2. A chi si applica.....	3
3. Da quando si applica	3
4. Come vengono tutelati i venditori	3
5. Termini e condizioni	3
6. Limitazione, sospensione o cessazione del servizio	4
7. Posizionamento.....	5
8. Servizi accessori.....	5
9. Trattamento differenziato	5
10. Accesso ai dati.....	5
11. Vendita su altri canali	6
12. Reclami.....	6
13. Mediazione	7
14. Associazioni e tutela in giudizio	8

1. Cosa stabilisce il Regolamento

Il Regolamento (UE) 2019/1150 introduce una serie di obblighi a carico delle piattaforme online.

Lo scopo è di garantire che gli utenti commerciali siano maggiormente tutelati e siano trattati in maniera più equa dalle piattaforme online attraverso cui offrono i loro beni o servizi.

Per semplicità, in questo documento chiamerò gli utenti commerciali “venditori”.

2. A chi si applica

Alle piattaforme online, ossia ai servizi di intermediazione online, e ai motori di ricerca online che offrono agli utenti commerciali la possibilità di offrire beni o servizi ai consumatori e che hanno l’obiettivo di facilitare le transazioni tra venditori e consumatori a prescindere dal dove sono concluse queste transazioni.

Tra questi:

- mercati online (es. Amazon Marketplace, Ebay, Zalando Marketplace, Uber, Etsy, le app di food delivery)
- social media e raccolte di contenuti creativi (es. Facebook, 99designs)
- piattaforme di distribuzione di app (es. App Store, Google Play)
- siti web di comparazione dei prezzi (es. Trovaprezzi)
- motori di ricerca online generici (es. Google)

3. Da quando si applica

Dal 12 luglio 2020

4. Come vengono tutelati i venditori

Sono imposti diversi obblighi a carico delle piattaforme online che hanno lo scopo di rendere il funzionamento delle piattaforme più trasparente ed equo.

5. Termini e condizioni

Per termini e condizioni si intendono quelli che sono determinati unilateralmente dalla piattaforma e che regolano il rapporto contrattuale tra la piattaforma il venditore.

I termini e condizioni delle piattaforme online devono essere scritti in un linguaggio semplice e comprensibile e facilmente reperibili, anche in fase precontrattuale.

Eventuali modifiche dei termini e condizioni devono essere comunicate con preavviso di almeno 15 giorni. In caso di modifiche, il venditore ha diritto di sciogliere il contratto con la piattaforma prima che scada il termine di preavviso.

6. Limitazione, sospensione o cessazione del servizio

La piattaforma può limitare, sospendere o cessare di fornire il servizio al venditore: ciò può avvenire anche rimuovendo dalla piattaforma singoli beni o servizi di un determinato venditore o eliminando di fatto i risultati della ricerca.

Ancora, la piattaforma può limitare singoli riferimenti del venditore, per esempio incidendo negativamente sull'aspetto di un venditore ("dimming") oppure mediante una retrocessione nel posizionamento.

6.1. Motivazioni della decisione

Se la piattaforma decide di limitare o sospendere il servizio che offre ai venditori, deve comunicare al venditore le motivazioni di questa decisione, prima oppure nello stesso momento in cui ha effetto la limitazione/sospensione.

Se la piattaforma decide di cessare del tutto la fornitura del servizio al venditore deve comunicare al venditore le motivazioni di questa decisione almeno 30 giorni prima che questa decisione abbia effetto.

Questo termine di preavviso non si applica, tra le altre ipotesi, se la piattaforma deve adempiere un obbligo normativo o se può dimostrare che il venditore ha ripetutamente violato i termini e le condizioni applicabili; ad esempio la violazione può riguardare contenuti illeciti o inappropriati, la sicurezza di un bene o servizio, contraffazioni, frodi, malware, spam, violazioni di dati, altri rischi per la cybersecurity, l'adeguatezza del bene o servizio per i minori.

6.2. In casa consistono le motivazioni?

Le motivazioni devono contenere un riferimento ai fatti o alle circostanze specifici, compreso il contenuto delle notifiche di terzi; le motivazioni non sono dovute se la piattaforma può dimostrare che il venditore ha ripetutamente violato i termini e le condizioni applicabili oppure se esiste un obbligo normativo che vieti di divulgare fatti e circostanze specifici.

6.3. Contraddittorio

In caso di limitazione, sospensione o cessazione, la piattaforma deve offrire al venditore la possibilità di chiarire i fatti e le circostanze nell'ambito del processo interno di gestione dei reclami (questo processo è descritto alla sezione n.12).

6.4. Revoca della decisione

Se la piattaforma revoca la limitazione, sospensione o cessazione, deve reintegrare senza indugio il venditore garantendogli l'accesso a tutti quei dati a cui il venditore aveva accesso in precedenza.

7. Posizionamento

Le piattaforme devono indicare nei loro termini e condizioni i principali parametri che determinano il posizionamento delle offerte dei venditori e i motivi dell'importanza relativa di questi parametri principali rispetto ad altri parametri.

I venditori devono poter capire se e come il posizionamento sia influenzato dalle caratteristiche dei beni e dei servizi offerti ai consumatori, in modo che i venditori possano migliorare la presentazione dei loro beni e servizi o di alcune loro caratteristiche.

Ad ogni modo, le piattaforme non sono tenute a rivelare algoritmi o informazioni che, con ragionevole certezza, si tradurrebbero nella possibilità di trarre in inganno i consumatori o di arrecare loro danno attraverso la manipolazione dei risultati di ricerca.

8. Servizi accessori

Se le piattaforme offrono ai consumatori prodotti o servizi accessori rispetto a quelli messi in vendita dai venditori, le piattaforme nei loro termini e condizioni devono descrivere questi prodotti e devono indicare se il venditore sia autorizzato oppure no a offrire i propri prodotti e servizi accessori.

Esempi di servizi accessori comprendono i servizi di riparazione per un bene o prodotti finanziari specifici, come l'assicurazione di noleggio auto offerta.

Esempi di prodotti accessori sono i prodotti che completano il prodotto specifico offerto dal venditore, come un aggiornamento o uno strumento di personalizzazione.

9. Trattamento differenziato

Le piattaforme devono indicare se e come riservano un trattamento differenziato ai loro prodotti e servizi (es. i prodotti Amazon basic) rispetto ad esempio al posizionamento oppure ai costi addebitati per l'uso della piattaforma.

10. Accesso ai dati

Le piattaforme devono indicare se hanno accesso ai dati personali e non che sono forniti dai venditori e dai consumatori o che comunque sono generati in occasione della fornitura ai venditori e ai

consumatori del servizio di intermediazione online.

Devono anche indicare se i venditori hanno accesso a questi dati, incluse, ad esempio, le valutazioni e le recensioni che i consumatori lasciano sulle piattaforme.

Le piattaforme devono indicare se condividono i dati creati dal venditore durante l'uso della piattaforma con terzi soggetti.

Rispetto a quei dati che non sono necessari per il funzionamento della piattaforma, le piattaforme devono indicare lo scopo per cui li condividono con terzi e devono informare il venditore se possa esimersi dal condividere questi dati.

11. Vendita su altri canali

Le piattaforme devono indicare se e perché limitino la possibilità per i venditori di offrire i loro beni e servizi attraverso mezzi diversi dalle piattaforme.

12. Reclami

Le piattaforme che impiegano più di 50 persone o che raggiungono un fatturato annuo superiore a 10 milioni di EUR devono prevedere un sistema interno di gestione dei reclami dei venditori.

Il sistema di gestione dei reclami deve essere facilmente accessibile e gratuito per i venditori e deve garantire che i reclami siano gestiti in un lasso di tempo ragionevole.

I reclami devono essere trattati in modo proporzionato alla loro importanza e complessità.

12.1 Oggetto del reclamo

I reclami devono riguardare queste questioni:

- presunta inadempienza, da parte della piattaforma, degli obblighi stabiliti da questo regolamento europeo che abbia delle conseguenze per il venditore che presenta il reclamo;
- problemi tecnologici delle piattaforme con conseguenze per il venditore;
- misure o comportamenti adottati dalla piattaforma nel fornire i propri servizi con conseguenze per il venditore.

12.2. Come deve essere gestito il reclamo

Le piattaforme devono:

- trattare i reclami in modo rapido ed efficace, tenendo conto dell'importanza e della complessità dei problemi sollevati;
- comunicare individualmente al venditore l'esito del processo interno di gestione dei reclami, utilizzando un linguaggio semplice e comprensibile.

Mentre il reclamo viene gestito, la piattaforma può mantenere in vigore la decisione adottata.

Il fatto che sia in corso un tentativo di raggiungere un accordo mediante il processo interno di gestione dei reclami non pregiudica la possibilità per il venditore e per la piattaforma di promuovere una azione giudiziaria.

12.3. Report sui reclami

Le piattaforme devono mettere a disposizione di tutti le informazioni sul funzionamento e l'efficacia del loro sistema interno di gestione dei reclami.

Queste informazioni comprendono il numero totale di reclami presentati, le principali tipologie di reclami, il tempo mediamente necessario per trattarli e i dati aggregati relativi all'esito dei reclami.

Questo report deve essere pubblicato almeno una volta all'anno.

13. Mediazione

Per facilitare ulteriormente una rapida, più economica ed efficace risoluzione delle controversie, le piattaforme devono indicare due o più mediatori tramite i quali provare a raggiungere un accordo con il venditore sulla risoluzione extragiudiziale di eventuali controversie, nate tra loro e legate all'uso della piattaforma.

I mediatori devono possedere una serie di requisiti, tra cui:

- prestare i loro servizi a prezzi sostenibili per il venditore;
- essere facilmente raggiungibili, fisicamente nel luogo in cui è stabilito il venditore oppure online.

13.1. Costi della mediazione

Le piattaforme sostengono una parte ragionevole dei costi totali della mediazione in ogni singolo caso.

La parte ragionevole dei costi totali della mediazione è determinata in base a vari elementi, come la fondatezza delle affermazioni delle parti della controversia, il comportamento delle parti, le dimensioni e la capacità finanziaria di una parte rispetto all'altra.

13.2. Informazioni e statistiche sulla mediazione

Su richiesta del venditore, prima di avviare la mediazione o durante la mediazione le piattaforme mettono a disposizione del venditore informazioni sul funzionamento e sull'efficacia della mediazione relativamente alle loro attività.

Prima, durante o dopo il processo di mediazione la piattaforma ed il venditore hanno comunque diritto di promuovere un'azione giudiziaria.

14. Associazioni e tutela in giudizio

Le organizzazioni e le associazioni che rappresentano i venditori – e che siano in possesso di determinati requisiti – hanno il diritto di promuovere un’azione giudiziaria per far cessare o vietare qualsiasi caso di inadempienza da parte delle piattaforme di quanto prescritto da questo Regolamento.

CHI SONO

Sono un avvocato e mi occupo di e-commerce, di diritto del web e delle nuove tecnologie, di contratti e di privacy.

DOVE MITROVI

www.giorgiotrono.it

Quest'opera è stata rilasciata con licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Condividi allo stesso modo 3.0 Italia. Per leggere una copia della licenza visita il sito web <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/it/>