



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

SERVIZI PER IL SISTEMA
Marketing, Innovazione e Internazionalizzazione

Roma, 21/12/2020
Prot. 0008769
Com. n. 37

Oggetto: Digital Markets Act (DMA) e Digital Service Act (DSA)

La Commissione Europea, nell'ambito della sua strategia sul digitale, *Shaping Europe's Digital Future*, ha presentato due proposte di regolamento, COM(2020) 842 *final*, cosiddetto *Digital Markets Act (DMA)*, e COM(2020) 825 *final*, c. *Digital Service Act (DSA)* per definire, con regole aggiornate e applicabili in tutta Europa, responsabilità e obblighi dei fornitori di servizi digitali e, in particolare, di piattaforme digitali.

La *ratio* è contrastare, in maniera omogenea, alcune delle evidenti problematiche connesse al funzionamento e all'uso dei servizi digitali, così come al potere raggiunto da poche grandi piattaforme, consentendo a imprese, acquirenti e utenti di trarre beneficio da un mercato digitale più equo e competitivo.

Nello specifico, il **DMA** propone una serie di attesi **interventi volti a contrastare lo strapotere delle grandi piattaforme digitali** (*gatekeeper*), a beneficio delle imprese e consumatori che usano (e a volte dipendono da) queste piattaforme. Il *DSA*, invece, ha un più ampio obiettivo di garantire un ambiente *online* più sicuro e trasparente e proteggere i diritti degli utenti di servizi digitali.

Il *DMA*, all'art. 3, definisce come *gatekeeper* quei fornitori di piattaforme digitali che abbiano: un impatto economico molto significativo, con piattaforme attive in almeno tre Stati Membri, che offrano un importante servizio di intermediazione tra utenti *business* e finali (nello specifico più di 45 milioni di utenti finali mensili in EU e più di 10 mila utenti *business* in EU nell'anno), e beneficino, o è prevedibile ciò avverrà a breve, di una radicata e durevole posizione (quando le soglie sopra indicate sono raggiunte negli ultimi tre anni).

Tra le misure di maggiore interesse per la nostra base associativa (intesa come utenti *business* delle piattaforme), l'obbligo per i *gatekeeper*:

- di astenersi dall'attribuire un posizionamento (*ranking*) migliore ai prodotti e servizi offerti direttamente rispetto a quelli di terze parti (art. 6);
- di permettere agli utenti *business* di promuovere offerte verso gli utenti acquisiti tramite piattaforma e concludere accordi al di fuori della stessa (art. 5);
- di consentire agli utenti *business* di offrire prodotti e servizi anche tramite servizi di intermediazione terzi e a prezzi e condizioni differenti da quelli praticati tramite il *gatekeeper* (art. 5);



- di fornire agli utenti *business* dati da loro generati nell'uso dei servizi della piattaforma e dai clienti dei loro prodotti e servizi (art. 6);
- di astenersi, in competizione con gli utenti *business*, dall'uso di dati da questi generati nell'uso della piattaforma, o dai loro clienti, qualora non pubblici (art. 6);
- di fornire, nel caso di attività promozionale tramite le piattaforme, strumenti e informazioni per la verifica indipendente delle *performance* delle inserzioni (art. 6);
- di consentire l'effettiva portabilità dei dati generati dall'attività degli utenti (art. 6).

Al fine di garantire il rispetto delle norme sono previste ammende, art. 26, che possono raggiungere il 10% del fatturato totale e penali periodiche, art. 27, fino al 5% del fatturato medio giornaliero.

Il **DSA** prevede, **per gli operatori che offrono servizi digitali nel mercato europeo, obblighi via via crescenti e cumulabili**, a seconda che si tratti di servizi di intermediazione, di *hosting*, piattaforme che intermediano venditori e clienti e grandi piattaforme (quelle che raggiungono più del 10% degli utenti europei).

Tra le misure di maggiore interesse per la nostra base associativa:

- Obblighi di tracciabilità sui *marketplace* per facilitare l'identificazione dei venditori di merce illegale (art. 22);
- Misure per contrastare contenuti illegali con un meccanismo che ne consenta la segnalazione (art. 14 e art. 19);
- Sistema per la gestione dei reclami che consenta di opporsi a decisioni della piattaforma in merito alla rimozione dei contenuti, sospensione del servizio o dell'account (art. 17).

Il Parlamento Europeo e gli Stati Membri discuteranno la proposta della Commissione secondo la procedura legislativa ordinaria (*l'iter* presumibilmente richiederà circa un anno). Se approvate, le nuove regole saranno direttamente applicabili.

Roberto Pone, del settore Marketing, Innovazione e Internazionalizzazione (r.pone@confcommercio.it) e Francesco Cisternino, dell'Ufficio di Bruxelles (f.cisternino@confcommercio.eu), sono a vostra disposizione per eventuali approfondimenti e segnalazioni.

Un cordiale saluto

Fabio Fulvio