CONFINDUSTRIA

Lente sull'UE n° 74

Digital services Act e Digital markets Act

Nota di Aggiornamento

Gennaio 2021

Sommario

1. Premessa

Il 15 dicembre la Commissione europea ha presentato le due proposte di Regolamento per la creazione di un Mercato dei Servizi digitali (Digital Services Act – DSA) e di un Mercato equo e competitivo nel settore digitale (Digital Markets Act – DMA). Come anticipato dalla Commissione nella comunicazione di febbraio "Plasmare il futuro digitale dell'Europa" le due proposte mirano ad aggiornare le norme che definiscono le responsabilità e gli obblighi dei fornitori di servizi digitali e in particolare delle piattaforme online, e a rendere i mercati digitali più equi e competitivi.

2. Digital Services Act

Dall'adozione della direttiva 2000/31/CE (la "Direttiva sul commercio elettronico"), i servizi digitali hanno contribuito profondamente alle trasformazioni sociali ed economiche. La stessa crisi del coronavirus ha dimostrato l'importanza delle tecnologie digitali in tutti gli aspetti della vita quotidiana e la dipendenza della nostra economia e società dai servizi digitali evidenziandone sia i benefici che i rischi.

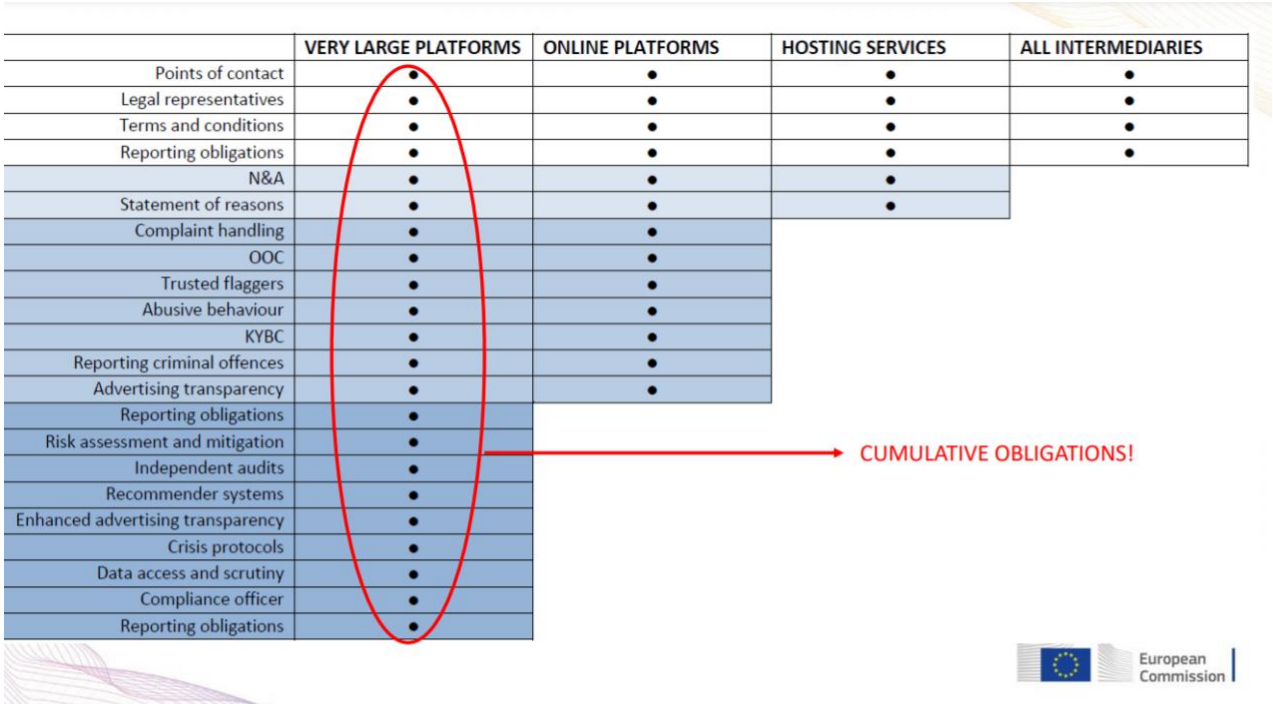
Alla luce di ciò, partendo dai principi chiave stabiliti nella Direttiva sul commercio elettronico, che rimangono tutt'oggi validi, con il Digital Services Act (DSA) la Commissione intende garantire migliori condizioni per la fornitura di contenuti digitali innovativi, definire chiare responsabilità per i fornitori di servizi digitali, in particolare piattaforme online, social media e marketplace e stabilire una struttura di governance solida per un'efficace supervisione dei fornitori di servizi di intermediazione.

La proposta mantiene le norme sulla responsabilità per i fornitori di servizi di intermediazione online stabilite nella Direttiva sul commercio elettronico. Tali regole sono state interpretate dalla Corte di giustizia dell'Unione europea, fornendo chiarimenti e linee guida. Tuttavia, per garantire un'armonizzazione efficace in tutta l'Unione, la CE ha ritenuto necessario includere tali norme in un Regolamento. In particolare, per quanto riguarda il quadro orizzontale dell'esenzione dalla responsabilità per i fornitori di servizi di intermediazione, questo Regolamento cancella gli articoli 12 e 15 della Direttiva sul commercio elettronico e li riproduce nel Regolamento, mantenendo le esenzioni di responsabilità di tali fornitori, come interpretato dalla Corte di giustizia dell'Unione europea.

Concretamente, il DSA dovrebbe introdurre una serie di nuovi obblighi armonizzati per i servizi digitali a livello UE, calibrati in funzione delle dimensioni di tali servizi e del loro impatto, quali:

- norme per la rimozione di beni, servizi o contenuti illegali online;
- garanzie per gli utenti i cui contenuti sono stati erroneamente cancellati dalle piattaforme;
- nuovi obblighi per le piattaforme di grandi dimensioni (le piattaforme che raggiungono più del 10% della popolazione dell'UE (45 milioni di utenti) sono considerate di natura sistemica e sono soggette non solo a obblighi specifici ma anche all'introduzione di una nuova struttura di sorveglianza) di adottare misure basate sul rischio al fine di prevenire abusi dei loro sistemi;
- misure di trasparenza anche per quanto riguarda la pubblicità online e gli algoritmi utilizzati per consigliare contenuti agli utenti;
- nuovi poteri per verificare il funzionamento delle piattaforme;
- nuove norme sulla tracciabilità degli utenti commerciali nei mercati online, per contribuire a rintracciare i venditori di beni o servizi illegali;
- un nuovo processo di cooperazione tra le autorità pubbliche per garantire un'applicazione efficace in tutto il mercato unico. Si creerà un consiglio dei coordinatori nazionali dei servizi digitali e la Commissione sarà dotata di poteri speciali per quanto riguarda la supervisione delle piattaforme molto grandi, anche con la possibilità di sanzionarle direttamente.

Di seguito lo schema di sintesi degli obblighi per gli intermediari:



Nel dettaglio del Regolamento:

- Il **capo I** stabilisce le disposizioni generali, compreso il campo di applicazione del Regolamento. Il Regolamento si i applicherà extraterritorialmente (Art 1 (3)) ma non a qualsiasi altro servizio che non sia definito come un servizio "intermediario" (Art 1 (4)).
- Il **capo II** contiene disposizioni sull'esenzione di responsabilità dei fornitori di servizi di intermediazione online. Più specificamente, include le condizioni in base alle quali i fornitori di semplici conduit - semplice trasporto - (Articolo 3), caching - prestatori di servizi di memorizzazione temporanea - (Articolo 4) e servizi di hosting - prestatori di servizi di memorizzazione di informazione - (Articolo 5) sono esenti da responsabilità per le informazioni di terze parti che trasmettono e memorizzano. Tali condizioni sono identiche a quelle previste dalla Direttiva sul commercio elettronico ad eccezione dei servizi di hosting che non godono di esenzioni per questioni relative alla tutela dei consumatori quando vengono stipulati contratti a distanza. Sul modello americano, si prevede che tali esenzioni vengano applicate anche quando questi soggetti realizzano indagini volontarie di propria iniziativa o conformi alla legge (articolo 6) e si prevede un divieto di monitoraggio generale o obblighi di accertamento attivo dei fatti per tali fornitori (Articolo 7). Infine, impone un obbligo ai fornitori di servizi di intermediazione rispetto ad ordini delle autorità giudiziarie o amministrative nazionali di agire contro contenuti illegali (Articolo 8) e fornire informazioni (articolo 9).
- Il **capo III** stabilisce gli obblighi di due diligence per un ambiente online trasparente e sicuro, in cinque diverse sezioni:
  - La sezione 1 stabilisce gli obblighi applicabili a **tutti i fornitori di servizi di intermediazione**, in particolare: l'obbligo di stabilire un unico punto di contatto per facilitare la comunicazione con le autorità degli Stati membri, la Commissione e il consiglio di amministrazione (articolo 10); l'obbligo di designare un rappresentante legale nell'Unione per i fornitori non stabiliti in uno Stato membro, ma che offrono i propri servizi nell'Unione (articolo 11); l'obbligo di chiarire nei loro termini e condizioni qualsiasi restrizione che possono imporre all'uso dei loro servizi e agire in modo responsabile nell'applicare e far rispettare tali restrizioni (articolo 12); e obblighi di informativa sulla trasparenza in relazione alla rimozione delle informazioni considerate contenuto illegale o contrarie ai termini e alle condizioni dei fornitori (articolo 13).
  - La sezione 2 stabilisce obblighi, aggiuntivi rispetto a quelli di cui alla sezione 1, applicabili ai **fornitori di servizi di hosting**. In particolare, tale sezione obbliga tali fornitori a mettere in atto meccanismi per consentire a terzi di notificare la presenza di presunti contenuti illeciti (articolo 14). Inoltre, se un

fornitore decide di rimuovere o disabilitare l'accesso a informazioni specifiche, impone l'obbligo di fornire a tale destinatario una motivazione (articolo 15).

- La sezione 3 stabilisce gli obblighi applicabili a tutte le **piattaforme online**, oltre a quelli delle Sezioni 1 e 2. Non si applica alle piattaforme online che sono micro o piccole imprese. La sezione stabilisce l'obbligo per le piattaforme online di fornire un servizio interno di gestione dei reclami in relazione alle decisioni prese in merito a presunti contenuti illegali o informazioni incompatibili con i loro termini e condizioni (articolo 17). Obbliga anche le piattaforme a impegnarsi con organismi di risoluzione extragiudiziale delle controversie certificati per risolvere qualsiasi controversia con gli utenti dei loro servizi (articolo 18). Obbliga inoltre le piattaforme online a garantire che le notifiche inviate da entità a cui è stato concesso lo stato di segnalatori attendibili siano trattate con priorità (Articolo 19) e stabilisce le misure che le piattaforme online devono adottare contro gli abusi (articolo 20). Inoltre, questa sezione include l'obbligo di informare le autorità competenti nel caso vi sia sospetto di reati gravi che comportino una minaccia per la vita o l'incolumità di persone (articolo 21). La sezione obbliga inoltre le piattaforme online a ricevere, archiviare informazioni, fare sforzi ragionevoli per valutare l'affidabilità dei commercianti ("*know your business costumer*") che utilizzano i loro servizi laddove tali piattaforme online consentono ai consumatori di concludere a distanza contratti con tali operatori (articolo 22). Queste piattaforme online sono obbligate a organizzare la loro interfaccia nel rispetto del diritto dell'Unione sulla sicurezza dei consumatori e dei prodotti (Articolo 22 bis). Le piattaforme online hanno anche l'obbligo di pubblicare report sulle loro attività relative alla rimozione e la disabilitazione di informazioni considerate contenuti illegali o contrarie ai loro termini e condizioni (articolo 23). La sezione include anche obblighi di trasparenza per quanto riguarda la pubblicità online (articolo 24).
- La sezione 4 stabilisce obblighi, aggiuntivi rispetto agli obblighi di cui alle sezioni da 1 a 3, per le **piattaforme online molto grandi** (come definite dall'articolo 25) per gestire i rischi sistemici. Tali piattaforme online hanno l'obbligo di effettuare valutazioni del rischio sui rischi sistemici determinati da o in relazione al funzionamento e all'uso dei loro servizi (articolo 26) e di prendere ragionevoli misure efficaci volte a mitigare tali rischi (articolo 27). Devono anche sottoporsi a audit esterni e indipendenti (articolo 28). Inoltre, la sezione stabilisce le condizioni alle quali piattaforme online di grandi dimensioni forniscono l'accesso ai dati al Coordinatore dei servizi digitali o alla Commissione (Articolo 31), l'obbligo di nominare uno o più responsabili per garantire la conformità con gli obblighi previsti dal Regolamento (art. 32) e obblighi di informativa sulla trasparenza (articolo 33).

- La sezione 5 contiene disposizioni trasversali in materia di obblighi di due diligence, vale a dire i processi per i quali la Commissione sosterrà e promuoverà lo sviluppo e attuazione di norme europee armonizzate (articolo 34); il framework per l'elaborazione di codici di condotta (articolo 35); e il quadro per lo sviluppo di codici di condotta specifici per la pubblicità online (articolo 36). C'è anche una disposizione per affrontare circostanze straordinarie che incidono sulla sicurezza o salute pubblica.

- Il **capo IV** contiene le disposizioni riguardanti l'attuazione e l'applicazione di questo Regolamento. La sezione 1 stabilisce le disposizioni relative alle autorità nazionali competenti, compreso il Coordinatore dei servizi digitali, autorità nazionale designata dallo Stato membro per l'applicazione coerente del presente regolamento (articolo 38). Le sanzioni in caso di mancato rispetto del presente regolamento non devono superare il 6% del fatturato annuo; la sanzione per la mancata fornitura di informazioni corrette a sostegno delle indagini non deve superare l'1% del fatturato annuo. La giurisdizione da applicare è quella dello Stato membro in cui il fornitore ha la sede principale (Articolo 40). Gli Stati membri devono stabilire norme sulle sanzioni applicabili in caso di violazione degli obblighi da parte dei fornitori di servizi di intermediazione ai sensi del presente regolamento (articolo 42).
  La sezione 2 stabilisce le disposizioni relative al Comitato europeo per i servizi digitali, un gruppo consultivo indipendente dei coordinatori dei servizi digitali (articolo 47).
  La sezione 3 riguarda la supervisione, l'indagine, l'applicazione e il monitoraggio di piattaforme online di grandi dimensioni. Fornisce anche la possibilità per la Commissione di intervenire in caso di infrazioni che persistono (articolo 51). In caso di non conformità al presente Regolamento, la Commissione può adottare sanzioni pecuniarie fino al 6 per cento del fatturato globale (articolo 59) e penalità di mora (articolo 60).
  La sezione 4 include le disposizioni sull'esecuzione.
  La sezione 5 riguarda l'adozione di atti delegati e di esecuzione.

3. Digital Markets Act

Il Digital Markets Act (DMA) mira ad introdurre regole armonizzate volte a garantire mercati equi e contendibili nel settore digitale, definendo e vietando determinate pratiche sleali poste in essere dalle "*gatekeepers platforms*", indipendentemente dal luogo di stabilimento o residenza delle stesse (applicazione extraterritoriale).

La proposta della Commissione europea parte dall'assunto che l'economia digitale in Europa è dominata da un numero ristretto di grandi piattaforme online che, fungendo da attori chiave nell'intermediazione tra i business users e gli utenti finali e sfruttando le caratteristiche intrinseche dell'ecosistema digitale (ad esempio, l'effetto rete), molto spesso agiscono come *gatekeepers*. In altre parole, tali piattaforme, operando come *gateway* tra gli utenti commerciali e i clienti finali, rinforzano le barriere di accesso ai mercati e spingono i business users ad essere dipendenti dai loro servizi chiave, portando così all'emergere di pratiche sleali e ad una mancanza di contendibilità.

Questi effetti negativi – che si traducono in un'inefficienza del mercato in termini di prezzi, qualità e opzioni disponibili – si manifesterebbero con più frequenza e intensità quando sono interessati determinati servizi. La Commissione, per tale ragione, ha proposto di limitare l'applicabilità del Regolamento ai ***core platform services*** (CPS) in cui i problemi identificati sono più evidenti e rilevanti[1]:

- **Servizi di intermediazione online;**
- **Motori di ricerca online;**
- **Servizi di social networking;**
- **Servizi di condivisione video;**
- **Servizi di comunicazione interpersonali di tipo number-independent;**
- **Sistemi operativi;**
- **Servizi di cloud computing;**
- **Servizi di advertising**, incluse reti pubblicitarie, scambi pubblicitari o qualsiasi altro servizio di intermediazione di advertising, relativo a uno o più servizi di cui sopra.

La qualificazione di un servizio digitale come CPS, tuttavia, non comporta automaticamente l'emergere di pratiche scorrette e problemi di contendibilità in riferimento a tutti fornitori di tale servizio. Al contrario, secondo quanto sostenuto dalla CE, tali fenomeni si verificano con maggiore intensità e frequenza quando il fornitore del servizio è un *gatekeeper*. Per tale motivo, la Commissione europea ha deciso di restringere ulteriormente il **campo di applicazione del Regolamento**, destinandolo solo ai ***core platform service*** **forniti o**

[1] La Commissione ha considerato i seguenti criteri per individuare i *core platform services*: (1) servizi di piattaforma altamente concentrati, dove una o un numero ristretto di piattaforme digitali definisce le condizioni commerciali senza tenere in considerazione competitors, clienti e consumatori; (2) un numero limitato di piattaforme agisce come gateway per gli utenti commerciali per raggiungere i consumatori (e viceversa); (3) il *gatekeeper power* viene spesso utilizzato in modo improprio attraverso un comportamento sleale.

offerti da un *gatekeeper* ad un utente commerciale o finale stabiliti (o localizzati) nell'UE.

- **L'identificazione di un Gatekeeper**

Un fornitore di un *core platform service* viene indentificato come *gatekeeper* se:

1. Ha un significativo **impatto sul mercato interno**;
2. Il *core platform service* che gestisce, costituisce un **importante *gateway***, utilizzato dagli utenti commerciali per raggiungere gli utenti finali;
3. Gode di una **posizione consolidata e durevole nelle sue operazioni** o è prevedibile che possa detenere tale posizione nel prossimo futuro (i cd. *Gatekeepers* emergenti)

La CE prevede anche **soglie quantitative**, sulla base delle quali si presume che il fornitore soddisfi i requisiti di cui sopra. Nello specifico, ha un impatto sul mercato interno se: (a) l'impresa fornisce il servizio in almeno tre Stati membri; e (b) ha raggiunto, nell'area economica europea, un fatturato annuo maggiore o uguale a 6.5 miliardi negli ultimi tre anni finanziari o se la capitalizzazione media (oppure l'equivalente valore equo di mercato) dell'impresa ammonta a 65 miliardi nell'ultimo anno finanziario. Il requisito del gateway si presume soddisfatto se fornisce un CPS che ha: (a) più di 45 milioni di utenti finali, stabiliti o ubicati nell'UE, mensilmente attivi; e (b) più di 10.000 business users, stabiliti nell'Unione nell'ultimo anno finanziario, annualmente attivi (in seguito "soglie di gateway"). L'ultimo requisito, invece, si ritiene rispettato se le "soglie di gateway" sono soddisfatte in ciascuno degli ultimi tre anni finanziari. L'Esecutivo UE si riserva, inoltre, la competenza di adottare atti delegati volti a specificare la metodologia per determinare se le soglie siano soddisfatte e di adeguarle, ove necessario, alla luce dei progressi tecnologici e alle evoluzioni del mercato.

Da un punto di vista operativo, se un fornitore di *core platform services* rispetta le soglie quantitative ha l'obbligo di inviare, non oltre tre mesi dopo aver realizzato il proprio status di *gatekeeper*, una notifica alla Commissione europea in cui specifica le informazioni rilevanti per ciascun CPS interessato. La Commissione, entro 60 giorni dalla ricezione delle informazioni, assegna al fornitore lo status di *gatekeeper*, a meno che quest'ultimo non presenti comprovati argomenti tali da dimostrare la mancata sussistenza dei tre requisiti.

Oltre alla designazione “quantitativa” appena descritta, la proposta di regolamento prevede anche una designazione “qualitativa”[2].

La procedura di designazione qualitativa può anche essere attivata dalla richiesta di tre o più Stati membri, a ragione dell’esistenza di fondati sospetti che il fornitore di un CPS debba essere identificato come *gatekeeper*. In tal caso, la Commissione avrà sei mesi per valutare la richiesta ed eventualmente aprire l’indagine.

Infine, la CE, dopo aver individuato l’impresa a cui fa capo la *gatekeeper platform*, stilerà una lista contenente tutti i rilevanti *core platform services* forniti dall’impresa stessa.

- **Gli obblighi imposti ai gatekeepers**

Una volta identificato il *gatekeeper*, quest’ultimo è tenuto ad adempiere agli obblighi specificati dal Regolamento, entro sei mesi dall’inclusione del *core platform service* interessato alla lista redatta dalla Commissione europea. Nello specifico, la proposta prevede due categorie: (1) gli obblighi direttamente attuabili; e (2) quelli che, nonostante siano immediatamente applicabili, sono “suscettibili di essere ulteriormente specificati”. Prima di elencare tali doveri, appare utile chiarire che la proposta riconosce all’Esecutivo UE il potere di adottare, a seguito di un’indagine di mercato, atti delegati volti ad identificare gli obblighi addizionali necessari per far fronte a pratiche sleali o a problemi di contendibilità legate ad un determinato CPS.

(1) **Gli obblighi direttamente attuabili**

- Astenersi dal combinare i dati personali ottenuti attraverso il *core platform service* con quelli provenienti da ogni altro servizio offerto dal *gateekeeper* o da una terza parte; nel caso in cui tale operazione abbia luogo, *conditio sine qua non* è il consenso degli utenti finali.
- Consentire agli utenti commerciali di offrire gli stessi prodotti a prezzi/condizioni diverse rispetto a quelle concesse del servizio di intermediazione del gatekeeper.
- Permettere ai business users di promuovere offerte agli utenti raggiunti attraverso il *core platform services* e di concludere contratti con gli users al di fuori di detti servizi.
- Non impedire o limitare agli utenti commerciali di sollevare questioni relative alle pratiche poste in essere dal gatekeeper con le autorità pubbliche competenti.

[2] In tale caso la Commissione prenderà in considerazione: (1) la dimensione (incluso fatturato e capitalizzazione), le operazioni e la posizione del fornitore dei CPS; (2) il numero di utenti commerciali che dipendono dai CPS per raggiungere gli utenti finali oltre che il numero di questi ultimi; (3) le barriere d’ingresso prodotte dagli effetti rete e dai vantaggi derivanti dal possesso dei dati, in particolare in relazione all’accesso e alla raccolta di dati personali e non o alle capacità d’analisi; (4) gli effetti di scala e di perimetro, anche in relazione ai dati; (5) il lock-in dell’utente commerciale o finale; (6) altre caratteristiche strutturali del mercato. Inoltre, in fase di valutazione l’Esecutivo UE dovrà considerare anche i prevedibili sviluppi degli elementi di cui sopra.

- Non richiedere agli utenti commerciali di utilizzare, offrire (o interagire con) un servizio di identificazione fornito dal *gatekeeper*, nel contesto dei servizi offerti dal business user attraverso il CPS.
- Astenersi dall'imporre agli utenti di accedere ai *core platform service* solo dopo essersi abbonati o registrati ad un altro servizio offerto dal *gatekeeper*.
- Fornire agli inserzionisti e agli editori informazioni sul prezzo pagato dagli stessi per la pubblicazione di un determinato annuncio.

(2) **Gli obblighi suscettibili di essere ulteriormente specificati**

- Non utilizzare i dati (raccolti attraverso le attività degli utenti commerciali che si esplicano con il *core platform service*) per offrire servizi in concorrenza con i business users.
- Consentire agli utenti finali di disinstallare le applicazioni preinstallate sul *core platform service.*
- Consentire l'installazione e l'effettivo utilizzo di applicazioni o app store.
- Non trattare in modo più favorevole, in termini di ranking, i servizi e i prodotti offerti dallo stesso *gatekeeper*.
- Permettere agli utenti finali di passare ad altre applicazioni di software o servizi.
- Garantire che il sistema operativo, l'hardware e il software disponibili o utilizzati dal *gatekeeper* siano accessibili a (e interoperabili con) i servizi accessori offerti da terzi.
- Fornire gratuitamente agli inserzionisti e agli editori l'accesso agli strumenti di misurazione delle prestazioni del *gatekeeper* e alle informazioni necessarie per effettuare una verifica indipendente relativa all'inventario degli annunci.
- Garantire la portabilità dei dati, previo consenso, ove richiesto.
- Consentire agli utenti commerciali di accedere gratuitamente ai dati da essi generati.
- Offrire, su richiesta, l'accesso ai dati relativi ai ranking, alle query, ai click e alle visualizzazioni generati con l'utilizzo dei servizi di intermediazione o dei motori di ricerca.
- Garantire agli utenti commerciali condizioni eque e non discriminatorie di accesso ai *core platform services*.

A questi si aggiungono, varie clausole di anti-elusione e due ulteriori obblighi: informare la Commissione di ogni operazione di concentrazione, ai sensi del Regolamento 193/2004 (*Merger Regulation*), che coinvolga qualsiasi altro servizio fornito in ambito digitale; di presentare all'Esecutivo UE, entro sei mesi dalla designazione, una descrizione, soggetta ad audit indipendente, delle tecniche utilizzate per la profilazione dei consumatori.

Da un punto di vista operativo, i *gatekeepers* sono chiamati ad attuare misure di implementazione, funzionali a garantire l'efficace adempimento degli obblighi. Nel caso in cui la Commissione ritenga che le azioni intraprese non siano tali da assicurare un'efficace

osservanza degli obblighi contenuti nella seconda categoria (ovvero quelli suscettibili di ulteriori specifiche), la stessa può aprire una procedura nei confronti del *gatekeeper* e adottare, entro sei mesi dall'apertura, una decisione nella quale specifica le misure che il soggetto è chiamato ad implementare (in seguito "decisione di esecuzione"). La proposta prevede, inoltre, che l'iter possa essere avviato anche a seguito di una richiesta proveniente dal *gatekeeper*, se quest'ultimo è intenzionato ad avere una certezza che le misure siano effettivamente conformi agli obblighi.

- **Sospensione ed esenzione dall'applicazione degli obblighi**

Nonostante gli obblighi debbano essere direttamente attuati, il Regolamento prevede diverse fattispecie attraverso cui un *gatekeeper* possa essere esentato, in modo temporaneo o permanente, dall'osservanza dei doveri. Nello specifico, la Commissione europea, su richiesta del soggetto interessato, può sospendere, in via eccezionale, l'applicazione di un obbligo se il *gatekeeper* dimostra che l'ottemperanza compromette la viabilità economica delle operazioni nell'Unione europea. La decisione di sospensione deve essere adottata entro tre mesi dal ricevimento della richiesta e riesaminata dopo un anno.

La proposta prevede, altresì, che l'Esecutivo UE possa, su iniziativa di un *gatekeeper* o *ex officio*, adottare una decisione che esenti, in tutto o in parte, il soggetto interessato dall'osservanza di determinati obblighi quando tale esenzione è giustificata da motivi di pubblico interesse (moralità, salute e sicurezza). Anche in questo caso, la decisione deve essere presa entro tre mesi dal recepimento delle informazioni.

- **Misure investigative e di enforcement**

La proposta di Regolamento attribuisce alla Commissione europea diversi poteri investigativi: può inviare una richiesta d'informazioni al *gatekeeper* al fine di monitorare l'applicazione del Regolamento (ad esempio, richiedendo informazioni relative al database e all'algoritmo), interrogare persone naturali o legali e condurre ispezioni presso i locali dell'impresa. Viene riconosciuto ai *gatekeeper* il diritto di essere ascoltati in riferimento a qualsiasi constatazione preliminare o misura che la CE intenda adottare.

In riferimento alle misure di *enforcement*, l'iniziativa prevede che la Commissione possa adottare una **decisione di *non-compliance*** dopo aver accertato che il *gatekeeper* interessato non si sia conformato: (1) agli obblighi contenuti nel Regolamento; (2) alla decisione di esecuzione; (3) ai rimedi strutturali o comportamentali imposti; (4) alle misure temporanee prescritte; e (5) agli impegni resi vincolanti.

I **rimedi strutturali o comportamentali** possono essere imposti al *gatekeeper* ad opera dell'Esecutivo UE, a seguito di una indagine di mercato (cd. di *systematic non-compliance*), da concludere entro 12 mesi, che accerti la sistematica violazione degli obblighi – ovvero

quando pendono in capo al soggetto almeno tre decisioni di non-compliance o sanzionatorie in relazione a qualsiasi CPS fornito, entro cinque anni dall'apertura dell'investigazione – o un rafforzamento dello status di *gatekeeper* dell'attore interessato – cioè quando il suo impatto sul mercato interno o la sua importanza come gateway siano aumentati.

Occorre, comunque, specificare che i rimedi strutturali si attivano solo *in extrema ratio*: se non esiste alcun rimedio comportamentale ugualmente efficace o se quest'ultimo risulta più oneroso rispetto a quello strutturale.

Nel contesto di una procedura di non-compliance, la Commissione europea può imporre al *gatekeeper* l'adozione di **misure temporanee**, nel caso in cui *prima facie* rilevi che una violazione possa produrre seri e irreparabili danni per gli utenti commerciali o finali. Altresì, può comminare una **sanzione**, che non ecceda il 10% del fatturato totale relativo al precedente anno finanziario, quando il *gatekeeper* non abbia, per negligenza o intenzionalmente, ottemperato alle cinque fattispecie sopra elencate, oltre che **sanzioni pecuniarie periodiche**.

Infine, se durante una indagine di mercato di *systematic non-compliance* o in riferimento all'apertura di una procedura di non conformità, l'attore interessato offre **impegni** per garantire l'osservanza degli obblighi o delle decisioni imposte, la Commissione può renderli vincolanti e concludere l'iter amministrativo. A determinare condizioni, tuttavia, la Commissione si riserva il potere di riaprirlo.

- **La Governance**

La Commissione europea è il solo organo competente a garantire l'effettiva esecuzione e applicazione delle regole contenute nel *Digital Market Act*. Per l'adozione di determinate decisioni, tuttavia, viene assistita dal *Digital Markets Advisory Committee*, il quale sarà chiamato ad esprimere un'opinione sul caso in esame[3].

4. Prossimi passi

Il Parlamento europeo e gli Stati membri discuteranno le proposte della Commissione nell'ambito della procedura legislativa ordinaria.

La Francia, in particolare, ha dichiarato che mira a raggiungere l'accordo sul DSA e sul DMA sotto la propria presidenza (gennaio/giugno 2022).

[3] In particolare, l'opinione sarà richiesta in riferimento alla sospensione o esenzione dall'applicazione di un obbligo, alla designazione "qualitativa", alla decisione di non conformità, di *systematic non-compliance* o quella relativa alle misure temporanee o volontarie.

Il DSA e il DMA verranno esaminati rispettivamente dal Gruppo "Mercato interno" e dal Gruppo "Concorrenza", entrambi nell'ambito del Consiglio Competitività.

Al Parlamento europeo, i due provvedimenti dovrebbero essere sottoposti all’esame della commissione Mercato interno e protezione dei consumatori (IMCO) e probabilmente Affari giuridici (JURI). Il Gruppo politico S&D dovrebbe avere la leadership sul DSA, mentre il PPE sul DMA.

BusinessEurope, dopo aver già definito un posizionamento con l’intento di influenzare le proposte della CE, intende rispondere puntualmente ai due Regolamento attraverso un nuovo documento di posizione al quale Confindustria contribuirà.