



UNIONCAMERE

FAQ

Digital Services Act- DSA

Regolamento (UE) 2022/2065

Digital Markets Act- DMA

Regolamento (UE) 2022/1925

Sommario

1	FAQ SUL DSA (DIGITAL SERVICES ACT)	3
1.1.	Che cos'è il DSA?	3
1.2.	A quali soggetti si applicano gli obblighi del DSA?.....	3
1.3.	Cosa si intende per “destinatario del servizio” ai sensi del DSA?	3
1.4.	Cosa si intende per “piattaforma online” secondo il DSA?.....	3
1.5.	Gestisco un giornale online che offre anche la possibilità di commentare le notizie da parte degli utenti: devo considerarlo una “piattaforma online” ai sensi del DSA?	4
1.6.	Gestisco un sito che eroga contenuti di e-learning, in cui i singoli utenti possono caricare i propri corsi, e renderli disponibili: devo considerarlo una “piattaforma online” ai sensi del DSA?	4
1.7.	Quali sono le Piattaforme Online Molto Grandi (VLOP) e i motori di ricerca molto grandi (VLOSE)?	4
1.8.	Il DSA si applica ugualmente anche alle piattaforme e marketplace che non hanno sede nell'Unione europea?	4
1.9.	Gli obblighi previsti dal DSA si applicano indifferentemente a tutti gli intermediari?.....	4
1.10.	Quali obblighi ulteriori si applicano ai servizi di memorizzazione delle informazioni (hosting)?	5
1.11.	Quali sono gli obblighi ulteriori previsti per le piattaforme online?	5
1.12.	Quali sono gli obblighi ulteriori per i marketplace?	5
1.13.	Gli obblighi previsti per gli intermediari, i servizi di hosting, le piattaforme e i marketplace si applicano anche alle micro e piccole imprese?.....	5
1.14.	Gestisco un negozio all'interno di un marketplace online, dove vendo i miei prodotti e servizi a consumatori. Il fornitore del marketplace mi può richiedere un documento di identificazione, i recapiti, il conto di pagamento e i dati di iscrizione al registro delle imprese?	6
1.15.	Ho accertato che all'interno di una piattaforma sono presenti delle pubblicità ingannevoli, che potrebbero “sviare” la mia clientela, o dei prodotti che usano illecitamente un marchio molto simile al mio o ne sono l'imitazione servile. Come posso tutelarli?	6
1.16.	È lecito che, senza alcuna motivazione o avviso, dei video, dei contenuti o degli account vengano sospesi, rimossi o demonetizzati, o ne venga ridotta la visibilità? Se dovesse succedere, cosa è possibile fare?	6
1.17.	Se un prestatore di servizi (ad esempio una piattaforma o un marketplace) viola uno degli obblighi previsti dal DSA (ad esempio sospendendo un account senza motivazione) si può chiedere il risarcimento dei danni?	6
1.18.	Se un prestatore di servizi (ad esempio una piattaforma o un marketplace) viola uno degli obblighi previsti dal DSA (ad esempio sospendendo un account senza motivazione), oltre all'autorità giudiziaria, ci si può anche rivolgere ad un'autorità indipendente?.....	7
1.19.	Le previsioni del DSA sono già applicabili?.....	7
2.	FAQ relative al DMA.....	7

2.1.	Cosa è il DMA?	7
2.2.	Quali sono gli obblighi per le imprese?	7
2.3.	Cosa fare se il DMA mi attribuisce un diritto, ma la piattaforma non me lo riconosce?	7
2.4.	Gli obblighi di interoperabilità, trasparenza, comunicazione eccetera, si applicano anche alle imprese?	8
2.5.	Quali sono le opportunità che il DMA apre alle imprese?	8
2.6.	Quando entra in vigore il DMA?	8
2.7.	Qual è la finalità del DMA se nessuna società europea è gatekeeper?	8
2.8.	Sono previsti dei meccanismi antielusione per il DMA?	8
2.9.	Ci sono dei meccanismi di tutela per chi segnala?	8

1 FAQ SUL DSA (DIGITAL SERVICES ACT)

1.1. Che cos'è il DSA?

Il Digital Services Act (DSA) è il Regolamento sui servizi digitali 2022/2065, che, assieme al Digital Markets Act (Regolamento 2022/1925, DMA), costituisce il “Digital Services Package”, un ambizioso corpus di norme che, secondo la Commissione europea, **ha due principali obiettivi: creare uno spazio digitale più sicuro** in cui siano tutelati i diritti fondamentali di tutti gli utenti dei servizi digitali, e **creare condizioni di parità per promuovere l'innovazione, la crescita e la competitività**, sia nel mercato unico europeo che a livello globale.

Il DSA si propone quindi di creare un **quadro comune, per il mercato unico, che disciplini le obbligazioni e le responsabilità degli intermediari**, nella mutata dimensione, garantendo allo stesso tempo la tutela dei diritti fondamentali all'interno dell'Unione europea (compresa la libertà d'impresa).

Il testo completo è disponibile su:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:32022R2065>

1.2. A quali soggetti si applicano gli obblighi del DSA?

Il DSA si applica ai soggetti che forniscono servizi digitali e che agiscono come intermediari. Vi rientrano, ad esempio: servizi cloud, motori di ricerca, marketplace, piattaforme social, piattaforme di condivisione di contenuti, app store, portali di viaggi, servizi DNS, servizi VoIP, servizi di interscambio internet, reti private virtuali, autorità di certificazione che rilasciano certificate digitali, servizi di comunicazione interpersonale (messaggistica), servizi per i nomi a dominio, Internet service provider, servizi di posta elettronica, servizi di proxy. Per le piattaforme molto grandi e per i motori di ricerca molto grandi (VLOP e VLOSE) si applicano degli obblighi specifici e più stringenti.

1.3. Cosa si intende per “destinatario del servizio” ai sensi del DSA?

Il “destinatario del servizio” è qualsiasi persona fisica o giuridica che utilizza un servizio intermediario, in particolare per ricercare informazioni o renderle accessibili. Sono da considerarsi “destinatari”, pertanto, non solo i consumatori che condividono le proprie informazioni attraverso una piattaforma, ma anche le imprese che aprano un negozio online all'interno di un marketplace.

1.4. Cosa si intende per “piattaforma online” secondo il DSA?

Le piattaforme online sono quei servizi che, su richiesta dei destinatari, memorizzano e diffondono informazioni al pubblico, tranne qualora queste attività siano una funzione minore e puramente accessoria.

L'esempio tipico è costituito dai social network, dove i destinatari (gli utenti) caricano dei contenuti, e questi contenuti possono essere messi a disposizione a tutti gli utenti della piattaforma.

Se manca la caratteristica della diffusione (vale a dire la possibilità che il contenuto caricato venga reso disponibile, a richiesta del destinatario, a una collettività tendenzialmente indeterminata), il servizio non può essere considerato una piattaforma online.

Per esempio, un servizio di messaggistica o di posta elettronica non è normalmente qualificabile come piattaforma, in quando manca l'attività di diffusione delle informazioni stesse, quale messa a disposizione ad una collettività indeterminata di soggetti (come accade invece per i social).

1.5. Gestisco un giornale online che offre anche la possibilità di commentare le notizie da parte degli utenti: devo considerarlo una “piattaforma online” ai sensi del DSA?

In linea di massima no, perché la funzione di memorizzazione e diffusione delle informazioni a richiesta dei destinatari è meramente accessoria rispetto al servizio principale, costituito appunto dalla pubblicazione di notizie.

1.6. Gestisco un sito che eroga contenuti di e-learning, in cui i singoli utenti possono caricare i propri corsi, e renderli disponibili: devo considerarlo una “piattaforma online” ai sensi del DSA?

Occorre valutare, in concreto, se sussistano entrambi i requisiti prescritti dal DSA, vale a dire se la piattaforma consente ai destinatari (siano essi utenti o enti) di memorizzare informazioni (ad esempio caricare i corsi), e se queste informazioni siano diffuse al pubblico, vale a dire possano essere rese disponibili, a richiesta dei destinatari stessi, a un numero potenzialmente indeterminato di soggetti.

Per cui, non rientra nella definizione di “piattaforma online” il sito di e-learning in cui i contenuti siano creati dal gestore del sito stesso, o per suo conto, oppure il sito che consente agli utenti di creare i propri corsi, che poi vengono messi a disposizione di soggetti determinati.

Non si dovrebbe inoltre rientrare nel DSA laddove i corsi possano essere diffusi, ma tale funzione sia minore e puramente accessoria rispetto al servizio principale (l'erogazione di corsi a soggetti determinati).

Se invece la piattaforma è organizzata proprio al fine di consentire il caricamento dei contenuti degli utenti e la loro diffusione (sempre a richiesta degli utenti) a una platea potenzialmente indeterminata, allora con tutta probabilità essa rientrerà nella definizione di “piattaforma online”.

1.7. Quali sono le Piattaforme Online Molto Grandi (VLOP) e i motori di ricerca molto grandi (VLOSE)?

VLOP e VLOSE sono quelle piattaforme di grande portata e impatto, che raggiungono una porzione significativa della popolazione dell'UE (almeno 45 milioni di utenti attivi medi mensili), e sono individuate dalla Commissione europea.

L'elenco dei soggetti designati è disponibile su <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/list-designated-vlops-and-vloses>

1.8. Il DSA si applica ugualmente anche alle piattaforme e marketp lace che non hanno sede nell'Unione europea?

Sì, il DSA si applica anche a tutti i servizi che vengano offerti a destinatari situati nell'Unione europea. Ad esempio, una piattaforma gestita da una società non europea, ma che sia offerta in una lingua dell'Unione, consenta il pagamento in euro, o consenta l'acquisto di beni e servizi a cittadini europei, deve sottostare al DSA.

1.9. Gli obblighi previsti dal DSA si applicano indifferentemente a tutti gli intermediari?

No, il DSA prevede una gradazione degli obblighi a seconda della tipologia di intermediario e delle dimensioni del servizio. Vi sono però alcuni obblighi che si applicano a tutti gli intermediari, e, in particolare, quelli concernenti la trasparenza e chiarezza delle condizioni contrattuali, la designazione di un punto di contatto per gli utenti e per le Autorità, l'obbligo di agire in maniera diligente e nel rispetto dei diritti, il dovere di agire secondo quanto ordinato dalle autorità, e l'obbligo di rendere disponibile una relazione sulle attività di moderazione. Alcune eccezioni sono previste per le micro e piccole imprese, come specificato nella FAQ 1.13.

1.10. Quali obblighi ulteriori si applicano ai servizi di memorizzazione delle informazioni (hosting)?

Gli intermediari che offrono un servizio di memorizzazione delle informazioni (hosting), oltre ad essere soggetti agli obblighi che si applicano a tutti gli intermediari, sono tenuti anche a implementare meccanismi di segnalazione e azione, per consentire agli utenti di indicare contenuti illegali o incompatibili con le condizioni contrattuali, ad adottare una motivazione chiara e specifica per le restrizioni (ad esempio rimozione o disabilitazione delle informazioni, demonetizzazione, sospensione o cessazione del servizio o dell'account), e all'obbligo di notifica alle autorità competenti in caso di possibile commissione di reati gravi.

1.11. Quali sono gli obblighi ulteriori previsti per le piattaforme online?

Le piattaforme online sono tenute ad adottare un sistema interno di decisione dei reclami e di risoluzione extragiudiziale delle controversie. Va inoltre implementato un processo di gestione prioritaria per le segnalazioni provenienti dai "segnalatori attendibili", specifiche misure a protezione contro gli abusi, sia perpetrati dagli utenti che con frequenza forniscano contenuti manifestamente illegali, sia nel caso in cui dei soggetti presentino con frequenza segnalazioni o reclami manifestamente infondati. Le piattaforme sono poi soggette a obblighi ancor più puntuali di trasparenza, inclusa la necessità di pubblicare il numero medio mensile dei destinatari attivi. È previsto poi il divieto di utilizzare, nelle interfacce, i cosiddetti "dark pattern", atti a ingannare o manipolare i destinatari, o a comprometterne la libertà di scelta, e delle regole di trasparenza della pubblicità online. Le piattaforme non possono inoltre proporre pubblicità profilata utilizzando dati particolari (ad esempio lo stato di salute o l'orientamento sessuale), e non possono neanche utilizzare pubblicità basata sulla profilazione nei confronti dei minori, in ordine ai quali occorre garantire un elevato livello di tutela. Si prevede, infine, in considerazione dell'importanza che l'organizzazione e la gerarchia delle informazioni presentate riveste, che si debbano indicare nelle condizioni contrattuali i principali parametri utilizzati per i sistemi di raccomandazione, e si dia all'utente la possibilità di selezionare e modificare le opzioni.

1.12. Quali sono gli obblighi ulteriori per i marketplace?

I marketplace sono soggetti a specifici obblighi di identificazione degli operatori commerciali, anche con verifiche preventive e successive, ed a comunicare ai consumatori l'eventuale scoperta che un operatore abbia offerto prodotti o servizi illegali.

1.13. Gli obblighi previsti per gli intermediari, i servizi di hosting, le piattaforme e i marketplace si applicano anche alle micro e piccole imprese?

Il DSA prevede significative esenzioni per le micro e piccole imprese, facendo riferimento alle definizioni contenute nella [Raccomandazione 2003/361/CE della Commissione, del 6 maggio 2003](#), secondo la quale per "piccola impresa" deve intendersi quella che occupa meno di 50 persone e realizza un fatturato annuo o un totale di bilancio annuo non superiori a 10 milioni di EUR, mentre per "microimpresa" un'impresa che occupa meno di 10 persone e realizza un fatturato annuo oppure un totale di bilancio annuo non superiori a 2 milioni di EUR.

Alle piccole imprese e alle microimprese si applicano comunque gli obblighi previsti per gli intermediari, descritti nella FAQ 1.9 (salvo l'obbligo di pubblicare la relazione sulle attività di moderazione), e per i servizi di hosting, sintetizzati nella FAQ 1.10. Le micro e piccole imprese non sono invece tenute a adempiere agli obblighi previsti per le piattaforme e i marketplace, salvo l'obbligo di fornire, a richiesta, il numero dei destinatari attivi del servizio, e a meno che non si rientri nella categoria delle piattaforme molto grandi. Se si perde la qualifica di micro o piccola impresa, gli obblighi si applicano decorsi dodici mesi dal momento della perdita stessa.

1.14. Gestisco un negozio all'interno di un marketplace online, dove vendo i miei prodotti e servizi a consumatori. Il fornitore del marketplace mi può richiedere un documento di identificazione, i recapiti, il conto di pagamento e i dati di iscrizione al registro delle imprese?

Sì, è previsto che i fornitori dei marketplace ottengano, entro dodici mesi, queste informazioni dagli operatori commerciali che alla data del 17 febbraio 2024 utilizzano i marketplace stessi per concludere contratti con i consumatori. Qualora queste informazioni non vengano tempestivamente rese disponibili, il fornitore del marketplace è tenuto a sospendere la prestazione dei servizi, fino a quando le informazioni non gli vengano messe a disposizione.

1.15. Ho accertato che all'interno di una piattaforma sono presenti delle pubblicità ingannevoli, che potrebbero "sviare" la mia clientela, o dei prodotti che usano illecitamente un marchio molto simile al mio o ne sono l'imitazione servile. Come posso tutelarmi?

E' possibile effettuare una segnalazione di questo contenuto e si ha il diritto di ottenere una decisione in tempi ragionevoli, si può anche proporre un reclamo contro questa decisione e ricorrere a un organismo di risoluzione extragiudiziale delle controversie. Infatti, oltre ai mezzi ordinari di tutela, il DSA prevede l'obbligo per i prestatori di servizi di memorizzazione delle informazioni e per le piattaforme di dotarsi di meccanismi di facile accesso che consentano la segnalazione di contenuti illegali, tra cui rientrano (tra l'altro) la vendita di prodotti non conformi o contraffatti e la vendita di prodotti o la prestazione di servizi in violazione della normativa sulla tutela dei consumatori. Il prestatore deve notificare la decisione sulla segnalazione senza indebito ritardo, e deve anche informare sulle possibilità di ricorso. Le piattaforme online devono poi adottare un sistema interno di gestione dei reclami che riguardi anche la decisione presa a seguito di segnalazione, e i destinatari hanno il diritto di sottoporre la questione a un organismo di risoluzione extragiudiziale delle controversie.

1.16. È lecito che, senza alcuna motivazione o avviso, dei video, dei contenuti o degli account vengano sospesi, rimossi o demonetizzati, o ne venga ridotta la visibilità? Se dovesse succedere, cosa è possibile fare?

Il DSA prevede espressamente che i prestatori di servizi (ad esempio i gestori di una piattaforma) debbano fornire una motivazione chiara e specifica per le restrizioni imposte, qualora i contenuti forniti dal destinatario siano ritenuti illegali o incompatibili con le proprie condizioni generali. La motivazione deve essere dettagliata e deve anche contenere le indicazioni sulle modalità di ricorso. La motivazione non è dovuta se si tratta di un ordine di un'autorità (ad esempio l'autorità giudiziaria) o se si tratta di contenuti commerciali ingannevoli ad ampia diffusione. Nel caso succeda, si può proporre gratuitamente reclamo contro la decisione (le piattaforme hanno l'obbligo di istituire un sistema interno di gestione dei reclami), ci si può rivolgere all'autorità giudiziaria, anche per il risarcimento dei danni, come indicato nella FAQ 1.17, o presentare un reclamo al Coordinatore dei servizi digitali, come specificato nella FAQ 1.18.

1.17. Se un prestatore di servizi (ad esempio una piattaforma o un marketplace) viola uno degli obblighi previsti dal DSA (ad esempio sospendendo un account senza motivazione) si può chiedere il risarcimento dei danni?

Sì, il DSA prevede espressamente la possibilità di richiedere il risarcimento dei danni (in conformità al diritto dell'Unione ed a quello nazionale) se un fornitore di servizi intermediari violi gli obblighi previsti dal Regolamento. Per il risarcimento del danno, ci si dovrà rivolgere all'autorità giudiziaria.

1.18. Se un prestatore di servizi (ad esempio una piattaforma o un marketplace) viola uno degli obblighi previsti dal DSA (ad esempio sospendendo un account senza motivazione), oltre all'autorità giudiziaria, ci si può anche rivolgere ad un'autorità indipendente?

Sì, in caso di violazione del DSA tutti i destinatari dei servizi (e quindi anche le imprese) possono presentare reclamo al Coordinatore dei servizi digitali del luogo ove sono situati o stabiliti. Per l'Italia, il ruolo di Coordinatore dei servizi digitali è stato attribuito all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM), la quale ha compiti di vigilanza, gestione dei reclami, accertamento e repressione degli illeciti, e può anche irrogare sanzioni amministrative pecuniarie.

1.19. Le previsioni del DSA sono già applicabili?

Il DSA è entrato in vigore il 16/11/2022, ma è diventato applicabile nella sua interezza il 17 /02/2024. L'obbligo (per le piattaforme) di pubblicare il numero medio mensile di destinatari attivi del servizio nell'Unione europea (eccettuate le micro e piccole imprese) è però già in vigore. Sono già parimenti in vigore svariati obblighi a carico delle piattaforme molto grandi.

2. FAQ relative al DMA

2.1. Cosa è il DMA?

Il DMA, Digital Markets Act, è il Regolamento (UE) 2022/1925 sui mercati digitali, ed è un insieme di norme di condotta per i *gatekeeper* nei settori rilevanti e di norme procedurali su come interagire e preservare la concorrenza, se del caso ricorrendo a procedure semplificate e preordinate, dando maggiore certezza del diritto. Per gli operatori non direttamente attinti da queste norme, dunque il resto del mondo che non è *gatekeeper*, conoscere la legislazione potrebbe sembrare poco importante, non dovendosi in prima persona confrontare con tali regole. In realtà conoscere le regole e le condotte imposte o vietate è fondamentale per poter esercitare appieno i diritti consentiti. Trascurarli significa perdere un'importante opportunità di sfruttare un fondamentale asset competitivo a costo incrementale nullo.

L'elenco dei *gatekeeper* è disponibile su:

https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en.

Il testo del DMA è disponibile su:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX:32022R1925>

2.2. Quali sono gli obblighi per le imprese?

A meno di non essere prossime alle soglie, decisamente alte, stabilite dal DMA, le imprese sono solo soggetti passivi. È interessante, tuttavia, notare che le imprese possono fornire informazioni utili alla Commissione, di propria iniziativa o rispondendo a market test.

2.3. Cosa fare se il DMA mi attribuisce un diritto, ma la piattaforma non me lo riconosce?

Per prima cosa, occorre stabilire se si tratti di un diritto o un divieto assoluto (*blacklist*) o relativo (*greylist*): nel secondo caso il gestore potrebbe avere motivi per giustificare una limitazione. Se si tratta di un obbligo in *blacklist* o si ritiene che la giustificazione non sia sufficiente, si può chiedere ufficialmente di ottenere un comportamento coerente, segnalare alla Commissione o all'autorità nazionale, fare causa per ottenere il diritto o un risarcimento monetario.

2.4. Gli obblighi di interoperabilità, trasparenza, comunicazione eccetera, si applicano anche alle imprese?

No, se non si è gatekeeper. Va però notato che si tratta spesso di principi antitrust stabiliti come abusivi a cui si è soggetti in caso di posizione dominante, che potrebbe essere individuata molto al di sotto della soglia e in mercati di nicchia. Ma in questo caso occorre una procedura diversa (nazionale o europea).

2.5. Quali sono le opportunità che il DMA apre alle imprese?

Vi sono in realtà diverse opportunità di creare nuove fonti di attività o di migliorare e rendere più efficienti quelle esistenti grazie a obblighi come quello dell'interoperabilità o la possibilità di accedere a condizioni paritarie alle informazioni sulle metriche della pubblicità, le quali richiedono un'attivazione da parte dell'operatore economico. Il tutto senza necessità di ricorrere in giudizio, salvo il caso di un rifiuto immotivato.

2.6. Quando entra in vigore il DMA?

Il DMA è già pienamente in vigore e sono già stati designati i *gatekeeper* che dovranno applicarlo. È probabile che l'adeguamento non sia ancora a regime.

2.7. Qual è la finalità del DMA se nessuna società europea è gatekeeper?

È un dato di fatto che le principali società designate quali *gatekeeper* siano quasi tutte USA, tranne una cinese, e nessuna EU. Tuttavia, il mercato interno è un mercato estremamente significativo e le condotte pregresse di molti di essi giustificano una protezione dei consumatori. Si tenga presente che in UE, a differenza degli USA, la protezione è della concorrenza, non dei concorrenti, a favore dell'innovazione tecnologica e a protezione dei consumatori e dell'economia.

2.8. Sono previsti dei meccanismi antielusione per il DMA?

Il DMA ha previsioni anti-elusione. La Commissione UE ha il potere di ritenere responsabile il *gatekeeper* anche in caso di elusione con strumenti tecnici, societari, procedurali, contrattuali. L'art. 13 e l'art. 18 consentono una ampia discrezionalità e sanzioni aumentate in caso di sistematica violazione.

2.9. Ci sono dei meccanismi di tutela per chi segnala?

In EU esistono presidi a tutela del segnalante e una condotta discriminatoria potrebbe essa stessa costituire una violazione del diritto EU. Al DMA è anche applicabile la direttiva (UE) 2019/1937 per la protezione dei segnalatori di infrazioni (persone fisiche), recepita in Italia con il D.lgs 24/2023.