

# RELAZIONI COMMERCIALI CON LE PIATTAFORME DIGITALI

## Davide contro Golia? Prontuario sui rapporti tra Seller e Marketplace

Rapporti P2B – Ovvero, il commercio virtuale nell’era di Amazon, eBay, Alibaba ed altro ancora (Google)

Seminario organizzato da:

**Promos Italia**, in collaborazione con  
UnioncamereLombardia

**4 novembre 2021**

Ore 15:00 – 17:00

### Relatore: **Avv. Roberto Salini**

Consulente - Formatore di *Unioncamerelombardia*, *Promos Italia* e *DigitExport* in tema di contrattualistica e pagamenti internazionali; esperto in commercio on-line e diritto delle piattaforme digitali (autore dei *Modelli contrattuali sull’e-commerce B2C*, pubblicati nel 2020 per *UnioncamereLombardia* e *Regione Lombardia*).

A V V O C A T O  
R O B E R T O L  
S A L I N I X E  
■ ■ ■ A R S • L E X ■ ■ ■



**I** *INTRODUZIONE: ISTRUZIONI PER L'USO E NOZIONI PRELIMINARI*

---

- *Take it or leave it* - Posso difendermi da Golia?
- Qualche dato sui mercati rilevanti
- Norme e casistica rilevanti:
- Tutele in ambito antitrust (art. 3 Legge 287/90 - art. 102 TFUE)
- Casistica: Prov. Autorità Garante Concorrenza Mercato - FBA Amazon (A528)
- Esame del contratto Business Solution di Amazon Services Europe (1.10.2019 - 2.03.2021)
- Tutele Reg. UE 1150/2019 (cenni introduttivi sull'oggetto e ambito applicativo)

**II** *FORMAZIONE/CONTENUTO CONTRATTI TRA PIATTAFORME E UTENTI COMMERCIALI*

---

- *Termini e condizioni* nei contratti tra PMI e piattaforme digitali (art. 3 Reg. 1150/2019)
- Limitazione, sospensione e cessazione del contratto (art. 4 Reg. 1150/2019)
- Promozione/vendita dei prodotti e servizi accessori (art. 6 Reg. 1150/2019)
- Trattamenti differenziati in caso di concorrenza diretta (art. 7 Reg. 1150/2019)
- Clausole contrattuali specifiche (art. 8 Reg. 1150/2019)
- Accesso ai dati (art. 9 Reg. 1150/2019)
- Limitazioni all'offerta di condizioni diverse mediante altri mezzi (art. 10 Reg. 1150/2019)

**III** *REGOLE SUL POSIZIONAMENTO DEGLI UTENTI COMMERCIALI*

---

- Definizione di posizionamento (art. 2 Reg. 1150/2019)
- Posizionamento nell'ambito delle piattaforme digitali (art. 5 Reg. 1150/2019)
- Posizionamento nell'ambito dei motori di ricerca (art. 5 Reg. 1150/2019)

**IV** *CONCLUSIONI E QUESITI / INTERVENTI DEI PARTECIPANTI*

---

- Brevi considerazioni conclusive / Domande - Dibattito



## **INTRODUZIONE: ISTRUZIONI PER L'USO E NOZIONI PRELIMINARI**

*Take it or leave it - "Posso difendermi da Golia?"*

Qualche dato sui mercati rilevanti

Norme e casistica rilevanti:

Tutele in ambito antitrust (Art. 3 Legge 287/90 - Art. 102 T.F.U.E.)

Casistica: Provv. Autorità Garante Concorrenza Mercato - FBA Amazon (A528)

Esame del contratto Business Solution di Amazon Services Europe (1.10.2019)

Tutele Reg. UE 1150/2019 (cenni introduttivi sull'oggetto e ambito applicativo)

***Take it or leave it***

***Posso difendermi da Golia?***



Gian Lorenzo Bernini, *David*, 1623-24. Roma, Galleria Borghese.

Prima fionda



## ***Normativa Antitrust***

Seconda fionda



## ***Regolamento 1150/2019***

## Introduzione

E' indubbio che le piattaforme online siano le chiavi di accesso al mercato digitale. Oltre un milione di imprese in Europa opera sui mercati online per raggiungere i propri consumatori e si stima che oltre il 60% del consumo privato ed il 30% di quello pubblico concernente l'acquisto di beni e servizi relativi all'economia digitale, avvenga attraverso transazioni per il mezzo di intermediari online (\*).

### Posizione di forza di marketplace (social media e motori di ricerca): le relative ragioni

Queste attività di intermediazione online beneficiano di solito di importanti effetti di rete, diretti ed indiretti, basati **sui dati e sulle informazioni che vengono ceduti e trattati durante le relative operazioni**. Detti effetti di rete possono tra l'altro avere le conseguenze di condurre gli utenti ad operare su un numero limitato di piattaforme di successo. La crescita delle transazioni che avvengono attraverso l'intermediazione delle piattaforme online, combinata con forti effetti di rete, alimentati dai vantaggi dei dati delle piattaforme online, porta ad una accresciuta dipendenza del mercato dalle piattaforme online che posso essere considerate per certi versi i custodi dei consumatori e dei mercati.

L'asimmetria tra la forza che ha sul mercato un piccolo numero di piattaforme online (non necessariamente dominanti ai sensi del diritto della concorrenza), è amplificata dalla **frammentazione della offerta**, costituita da migliaia di piccoli utenti commerciali (\*).

(\*) C. CAVACEPPI, *La tutela dei consumatori delle piattaforme digitali*, in *Le piattaforme digitali – Profili giuridici e tecnologici nel nuovo ecosistema* (a cura di A. CONTALDO), Pisa, 2021, pagg. 157-158.

**Normativa Antitrust sul divieto di Abuso di posizione dominante:**

- **Articolo 102 Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea T.F.U.E.** (ex Articolo 82 T.C.E.).
- **Articolo 3 Legge Antitrust (Legge 287/1990).**

**Provvedimenti dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato – c.d. Antitrust (A.G.C.M.)**

**Procedura A528 - FBA AMAZON**

- Provvedimento n. 27623 del 10/04/2019 - Avvio istruttoria.
- Provvedimento n. 28190 del 17/03/2020 - Proroga dei termini.
- Provvedimento n. 28439 del 10/11/2020 - Proroga dei termini.
- Provvedimento n. 28586 del 23/02/2021 - Proroga dei termini.
- Provvedimento n. 29674 del 18/05/2021 - Proroga dei termini.
- Termine ultimo per la chiusura del procedimento A.G.C.M.: **19 novembre 2021** (salve ulteriori proroghe).

**Normativa comunitaria a maggior tutela dell'equità e trasparenza nelle relazioni B2B (P2B)**

- **REGOLAMENTO (UE) 2019/1150 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 20 giugno 2019 che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online** (in G.U.U.E. 2019/L 186/57).
- **COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE Orientamenti sulla trasparenza del posizionamento a norma del regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio** (in G.U.U.E. 2020/C 424/01).

Articolo 102

Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (T.F.U.E.)

**Abuso di posizione dominante**

(ex Articolo 82 T.C.E.)

È incompatibile con il mercato interno e vietato, nella misura in cui possa essere pregiudizievole al commercio tra Stati membri, lo sfruttamento abusivo da parte di una o più imprese di una posizione dominante sul mercato interno o su una parte sostanziale di questo.

Tali pratiche abusive possono consistere in particolare:

- a) nell'imporre direttamente od indirettamente prezzi d'acquisto, di vendita od altre condizioni di transazione non eque;
- b) nel limitare la produzione, gli sbocchi o lo sviluppo tecnico, a danno dei consumatori;
- c) nell'applicare nei rapporti commerciali con gli altri contraenti condizioni dissimili per prestazioni equivalenti, determinando così per questi ultimi uno svantaggio per la concorrenza;
- d) nel subordinare la conclusione di contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari, che, per loro natura o secondo gli usi commerciali, non abbiano alcun nesso con l'oggetto dei contratti stessi.



Articolo 3  
Legge 287/1990

**Abuso di posizione dominante**

È vietato l'abuso da parte di una o più imprese di una posizione dominante all'interno del mercato nazionale o in una sua parte rilevante, ed inoltre è vietato:

- a) imporre direttamente o indirettamente prezzi di acquisto, di vendita o altre condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose;
- b) impedire o limitare la produzione, gli sbocchi o gli accessi al mercato, lo sviluppo tecnico o il progresso tecnologico, a danno dei consumatori;
- c) applicare nei rapporti commerciali con altri contraenti condizioni oggettivamente diverse per prestazioni equivalenti, così da determinare per essi ingiustificati svantaggi nella concorrenza;
- d) subordinare la conclusione dei contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari che, per loro natura e secondo gli usi commerciali, non abbiano alcuna connessione con l'oggetto dei contratti stessi.

## Accusa: "approfittare" del marketplace online per "occupare" la logistica e-commerce

Onnipresenti e ormai indispensabili, le piattaforme digitali gestiscono, o meglio caratterizzano da circa un ventennio, i mercati virtuali, testimoni dell'ascesa di *player* tutt'altro che locali. Non pochi gli effetti connessi a simili presenze, causa dell'evoluzione/involuzione nelle abitudini e preferenze dei consumatori, e non solo. Analoga sorte è toccata, infatti, anche al *Business-to-Business*. Presidiato online da attori quali *Amazon*, *Alibaba* ed altri ancora, il B2B si è così smaterializzato cedendo il passo alla sua versione digitale, oggi indicata come **P2B (Platform-to-Business)**.

Poche le norme di settore - tra cui il Regolamento UE 2019/1150 emanato, da ultimo - per disciplinare rapporti tra imprese altrimenti dimenticati, pur se spesso al vaglio delle *Autorità antitrust*. E proprio sul ring della concorrenza, si innesta l'istruttoria in commento, la cui procedura, avviata nel 2019, sfocerà a breve nell'attesa decisione dell'*Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato* (A.G.C.M.).

**Due le questioni di fondo, strettamente connesse, su cui l'Authority dovrà pronunciarsi:**

**1** innanzitutto, la stessa dovrà provare, in virtù di riscontri tutt'altro che lineari, **l'esistenza di una posizione dominante** in capo ad *Amazon* (o meglio al relativo gruppo) nell'ambito del mercato dei *marketplace* online;

**2** ciò provato, spetterà poi ancora all'*Authority* il non semplice compito di **valutare gli abusi imputati al colosso Nordamericano**, accusato di varie "scorrettezze" finalizzate ad estendere il dominio dal rinomato *marketplace* all'annessa logistica.

Aspettando la decisione finale – attesa da centinaia di PMI clienti di *Amazon* – a seguire, un breve prontuario sul caso di specie, in vista dell'ormai prossimo verdetto, in calendario, salvo proroghe, per il 19 novembre prossimo.

## I mercati rilevanti

Come spesso accade, specie in caso di abuso di posizione dominante, l'Authority si sforza, innanzi tutto, di definire, in senso restrittivo, i mercati geografici e merceologici di riferimento. Con ciò indicando - tecnicismi a parte - l'ambito territoriale e di settore in cui opera *Amazon*, nel cui contesto giudicare la condotta incriminata, misurandone gli effetti, in virtù, anche, del potere di mercato dei concorrenti, nonché dell'indagata stessa. E sul punto pare subito evidente come quanto più stringenti e limitati saranno i confini geografici-operativi dell'ambito preso a riferimento, tanto maggiori saranno, di norma, le quote di mercato dei relativi attori, specie, se, come nel caso in esame, il mercato sia ristretto su ambedue i fronti sopra indicati.

Ebbene, ciò premesso, la scelta d'imputare al gruppo *Amazon* elevate quote di mercato (indice di una sua presunta posizione dominante) è senz'altro correlata all'opzione dell'*Authority* di delimitare mercati di riferimento ristretti sia in senso merceologico, come sul fronte geografico-spaziale.

Quanto al primo, soprattutto, l'opzione in questione pare penalizzare, e non poco, le cinque società indagate. Il mercato merceologico rilevante risulta, infatti, circoscritto ai soli servizi d'intermediazione offerti tramite *marketplace* orizzontali (ovvero le piattaforme generaliste, o *full-range*, di *Amazon*, *e-Bay*, *Alibaba* ed altri ancora); con ciò escludendo dai riflettori *antitrust* tanto i *marketplace* verticali (le piattaforme tematiche di *Zalando*, *Lion's Home* e *AutoScout24*), quanto gli stessi e-commerce dei produttori/rivenditori dedicati ai consumatori.

Altrettanto restrittiva, infine, anche la scelta del mercato geografico di riferimento, per assunto iniziale, circoscritto al solo ambito nazionale, estromettendo così dall'indagine il più ampio mercato comunitario. Scelta questa, come quella merceologica, certamente ponderata e sorretta da evidenti riscontri economico-giuridici, ma non per questo inattaccabile, specie alla luce del relativo impatto - assai penalizzante - per il gruppo, incentivato, perciò, a battaglia sul punto.

## Le accuse dell'Autorità Antitrust (sintesi)

Entrando nel merito del caso, pare utile procedere, innanzitutto, dalle accuse mosse contro *Amazon*, il cui *business* nazionale pare gestito da un gruppo di **5 società** (\*), oggi tutte indagate.

Secondo l'A.G.C.M., approfittando della nota piattaforma online, il gruppo riserverebbe ai seller aderenti alla sua logistica ("Fulfillment by Amazon") importanti vantaggi in termini di visibilità e miglioramento delle vendite su Amazon.com, "scordandosi", per così dire, dei non aderenti alla citata logistica, esclusi da simili benefici. Secondo l'Authority, l'indagata *Amazon* parrebbe così concretizzare l'intento di sfruttare indebitamente il suo dominio nell'intermediazione online, e ciò per limitare la concorrenza vuoi sul mercato della gestione del magazzino e delle spedizioni in genere (logistica), vuoi su quello dei marketplace in questione. Questi, in breve, gli assunti di partenza, in attesa di riscontro.

(\*) Amazon EU S.à r.l., Amazon Services Europe S.à r.l., Amazon Europe Core S.à r.l., Amazon Italia Services S.r.l. e Amazon Italia Logistica S.r.l.

## Conclusioni: le ipotizzate condotte abusive (nel dettaglio)

In attesa della decisione finale, almeno un dato appare, comunque, per ora certo: pesanti sono le accuse mosse al gruppo *Amazon*, indagato per abuso di posizione dominante ai sensi del Trattato UE (art. 102 T.F.U.E.), e non già della legge nazionale (art. 3 L. 287/90).

Secondo l'*Authority*, le indagini svolte proverebbero l'esistenza di evidenti vantaggi conferiti dall'indagata ai venditori dell'affermato *marketplace*, fruitori **anche del servizio "Logistica di Amazon"**, a tutto svantaggio dei *seller* che gestiscono gli ordini autonomamente, o tramite terzi.

**Tre**, nella specie, i **vantaggi** riservati ai *seller* **clienti della piattaforma Amazon, come della relativa logistica**; e in particolare:

I) innanzitutto, **una diversa e ben più "permissiva" valutazione dei disservizi legati alla qualità dei prodotti e seguenti resi**, quanto ad ulteriori *performance* dell'impresa, agevolando così una proficua e pacifica collaborazione con la stessa *Amazon*;

II) in secondo luogo, una **maggiore velocità e un'elevata facilità nell'acquisto dei prodotti, attraverso la selezione degli stessi nella BuyBox**, opzione che consentirebbe ai consumatori di eseguire l'acquisto con un semplice *click*;

III) ed infine, **un miglior posizionamento** e dunque una maggiore visibilità dei prodotti in questione nella pagina dei risultati di ciascuna ricerca.

## Conclusioni: le ipotizzate condotte abusive (nel dettaglio)

E proprio in merito a quest'ultimo punto, l'A.G.C.M. osserva come **un venditore non affiliato alla logistica-Amazon appaia decisamente penalizzato nel ranking dei risultati e nell'"accesso" ai consumatori della piattaforma Amazon.com**; e ciò – come ben descritto – solo per il fatto che un concorrente sia anche cliente della logistica Amazon. Condotte, queste, che, a giudizio dell'Antitrust, paiono proprie non già di un sano confronto concorrenziale fra produttori/venditori attivi sulla piattaforma online, quanto, piuttosto, sulla possibilità di Amazon di discriminare sulla base dell'adesione, o meno, dei *seller* al proprio servizio di logistica per e-commerce ("*self-preferencing*").

In conclusione, Amazon, concedendo un "trattamento preferenziale" ai *seller* aderenti all'intero "pacchetto servizi", sarebbe in grado di ostacolare i concorrenti sul mercato nazionale sia della logistica per e-commerce, come, potenzialmente, su quello dei servizi d'intermediazione online, estendendo e/o consolidando così il suo dominio su tali mercati, in aperta violazione delle norme comunitarie.

Prossimamente, l'esito finale dell'interessante istruttoria (...*continua*).

## Condizioni, contratti e linee guida Amazon

### Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe

- Condizioni Generali
- Condizioni di Vendita su Amazon
- Condizioni del Servizio di Logistica
- Condizioni del Servizio Annunci Sponsorizzati  
(Amazon Advertising Agreement - 5 ottobre 2021)
- Condizioni API dei Partner di Vendita

### Contratto Amazon Payments

### Politiche dei programmi

### Contratti di vendita internazionale

### Linee guida aggiuntive

## Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe (02.03.2021)

### I - Condizioni generali

1. Iscrizione
  2. Pagamento delle commissioni di servizio
  - 3. Durata e scioglimento**
  - 4. Licenza**
  5. Dichiarazioni
  - 6. Risarcimento danni**
  7. Limitazione di responsabilità
  8. Assicurazione
  9. Questioni fiscali
  10. Auto-fatturazione
  - 11. Riservatezza e Dati Personali**
  12. Forza maggiore
  13. Relazioni fra le Parti
  14. Suggerimenti e Altre Informazioni
  - 15. Modifiche**
  16. Sicurezza password
  - 17. Varie**
- Definizioni

### II - Condizioni di vendita su Amazon

- S-1. [Inclusione nel catalogo e Ordini del Suo Prodotto](#)
- S-1.1 Prodotti e informazioni sul prodotto**
- S-1.2 Inclusione nel catalogo prodotti; Merchandising; Evasione degli ordini**
- S-1.3 Spese di Spedizione e Gestione**
- S-2. Vendita e gestione dell'ordine, Rimborsi e Resi
- S-2.1 Vendita e gestione dell'ordine**
- S-2.2 Cancellazioni, Resi e Rimborsi.**
- S-3. Problemi con i Suoi Prodotti
- S-3.1 Errori di consegna e difformità; richiami.
- S-3.2 Garanzia dalla A alla Z**
- S-4. Compenso
- S-5. I Siti Web di Amazon e i Servizi
- S-6. Questioni fiscali
- Definizioni di Vendita su Amazon

### III - Condizioni servizio logistica

- (Linee guida logistica)
- F.1. I Suoi Prodotti**
- F.2. Informazioni sul Prodotto e sulla Spedizione
- F.3. Spedizione ad Amazon**
- F.4. Stoccaggio
- F.5. Gestione degli ordini**
- F.6. Resi ai clienti
- F.7. Resi in Suo favore e attività di disposizione
- F.8. Assistenza Clienti**
- F.9. Compenso
- F.9.1. Commissioni
- F.9.2. Spedizione e confezioni regalo
- F.9.3. Ricavi
- F.10. Indennizzi
- F.11. Effetto della Risoluzione
- F.12. Questioni fiscali
- F.13. Ulteriori Dichiarazioni**
- Definizioni Logistica di Amazon

### IV - Condizioni del Servizio Annunci Sponsorizzati

Unica norma di rinvio ad «Amazon Advertising Agreement» (5.10.2021)

**Sunto dei principali contenuti del Contratto Business Solutions di Amazon Services Europe**

### V - Condizioni API dei Partner di Vendita

- API-1 Descrizione delle API dei Partner di Vendita**
- API-2 Licenza e relativi requisiti
- API-2.1 Aspetti generali**
- API-2.2 Limitazioni della licenza**
- API-2.3 Nessuna licenza per accesso diretto
- API-2.4 Identificativi e credenziali di accesso dell'account
- API-2.5 Sicurezza dei Suoi Materiali e delle Informazioni riservate
- API-3 Cessazione del Suo accesso alle API dei Partner di Vendita e ai Materiali API
- API-4 Modifiche alle API dei Partner di Vendita e ai Materiali API



## Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe (02.03.2021)

### I - Condizioni generali <sup>(1/6)</sup>

#### Art. 3. Durata e scioglimento

Il presente Contratto avrà efficacia a partire dalla data in cui completi la tua registrazione per l'utilizzo di un Servizio di vendita e continuerà fino a quando non sarà terminato da noi o da te, come specificato di seguito.

Potrai terminare in ogni momento ed immediatamente il Suo utilizzo di qualsiasi Servizio di vendita, dandocene notizia tramite Seller Central, e-mail, il modulo Contattaci o mezzi simili.

**Potremo terminare** il Suo utilizzo dei Servizi di vendita a nostra discrezione dandoti un **preavviso di 30 giorni**.

**Potremo sospendere o terminare immediatamente** il Suo utilizzo dei Servizi di vendita nel caso in cui riteniamo che:

- (a) tu sia stato inadempiente in modo sostanziale al Contratto e non vi abbia posto rimedio nel termine di 7 giorni da una notifica in tal senso, salvo che il Suo inadempimento ci esponga a responsabilità verso terzi, nel qual caso abbiamo il diritto di ridurre o revocare il termine di cui sopra a nostra ragionevole discrezione;
- (b) il Suo account sia stato utilizzato o potrebbe essere utilizzato per attività ingannevoli o fraudolente o illegali; o
- (c) il Suo utilizzo dei Servizi di vendita abbia danneggiato o potrebbe danneggiare altri venditori, clienti finali o il legittimo interesse di Amazon.

Ti daremo notizia di tale cessazione o sospensione via email o simili mezzi, inviati a te personalmente, e su Seller Central, indicandone il motivo e qualsiasi opzione di riesame, eccetto nella misura in cui abbiamo ragione di ritenere che fornire questa informazione possa ostacolare le indagini o la prevenzione di attività ingannevole, fraudolenta o illegale o che possa permetterti di eludere le nostre misure di salvaguardia.

Qualsiasi sospensione del Suo utilizzo dei Servizi di vendita durerà fino a quando non avrà fornito prove soddisfacenti di aver risolto la causa della sospensione e di aver attuato le modifiche necessarie, eccetto i casi di sospensione basati sul punto (b) o (c) di cui sopra, in cui termineremo o non ripristineremo il Suo utilizzo dei Servizi di vendita alla luce di tali attività ingannevoli, fraudolenti o illegali. (*Omissis*)

## Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe (02.03.2021)

### I - Condizioni generali (2/6)

#### 4. Licenza

Lei si impegna a concederci il diritto e la licenza, gratuita, non esclusiva, valida per tutto il mondo, per la durata dei Suoi diritti di proprietà intellettuale, originali e derivati, di usare tutti i Suoi Materiali per i Servizi o gli altri prodotti o servizi Amazon, e a concedere in sub-licenza i diritti di cui sopra, alle nostre Affiliate ed agli operatori di Amazon Associated Properties, rimanendo inteso che non possiamo alterare nessuno dei Suoi Marchi Registrati nel formato da Lei indicato (se non unicamente ridimensionarli nella misura che sia necessaria per la presentazione, purché le proporzioni relative di tali marchi registrati rimangano le stesse) e ci impegniamo a osservare le richieste di rimozione per quanto riguarda gli usi specifici dei Suoi Materiali, (a condizione che Lei sia in grado di farlo utilizzando funzionalità standard messe a sua disposizione tramite il Sito o i Servizi Amazon applicabili); rimanendo inteso che nulla di quanto indicato nel presente Contratto, impedisce o limita il nostro diritto di usare i Suoi Materiali senza il Suo consenso, nella misura in cui tale uso è possibile senza una licenza concessa da Lei o dalle Sue Affiliate ai sensi della normativa applicabile (ad es. uso equo ai sensi delle leggi in materia di diritto d'autore, uso referenziale ai sensi della normativa sui marchi, o una valida licenza da terzi).

## Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe (02.03.2021)

### I - Condizioni generali (3/6)

#### 6. Risarcimento danni

6.1 I Suoi obblighi di indennizzo. Dovrai difendere, indennizzare e manlevare Amazon e i rispettivi funzionari, direttori, dipendenti e agenti da qualsiasi pretesa di terzi, perdita, danno, transazione, costo, spesa o altro obbligo (comprese, a titolo esemplificativo e non esaustivo, le spese legali) (ciascuna, una "Pretesa") derivanti da o relativi a

- (a) il Suo inadempimento delle leggi applicabili;
- (b) i Suoi Prodotti, includendo l'offerta, la vendita, la distribuzione (fatta eccezione per qualsiasi Suo Prodotto legittimamente distribuito utilizzando il servizio Logistica di Amazon), il rimborso, la cancellazione, il reso, o le relative modifiche, nonché qualsiasi danno alla persona, morte (nella misura in cui il danno o la morte non siano causati da Amazon) o danno alle cose a essi correlato; o
- (c) le tue imposte e dazi o la riscossione, il pagamento, o la mancata riscossione o il mancato pagamento delle tue imposte e dazi; o
- (d) la violazione effettiva o presunta, ove basata su specifiche indicazioni, di qualsiasi dichiarazione che hai effettuato.

6.2 Obblighi di indennizzo di Amazon. Amazon difenderà, indennizzerà e manleverà Lei e i Suoi funzionari, direttori, dipendenti e agenti da qualsiasi Pretesa di terzi derivante da o relativa a: (a) l'inadempimento di Amazon delle leggi applicabili; o (b) allegazioni secondo cui l'operatività dei siti Amazon viola o costituisce appropriazione indebita dei diritti di proprietà intellettuale di tali terzi.

6.3 Procedimento. Nel caso in cui qualsiasi Pretesa oggetto di indennizzo si possa ripercuotere negativamente su di noi, potremo, nella misura consentita dalla legge applicabile, intervenire volontariamente nei procedimenti a nostre spese. Nessuna parte può acconsentire alla registrazione di qualsiasi sentenza o alla stipula di qualsiasi accordo transattivo in merito ad una Pretesa oggetto di indennizzo senza il preventivo consenso scritto dell'altra parte, che non può essere irragionevolmente negato; fermo restando, tuttavia, che una parte può transare qualsiasi pretesa che sia esclusivamente diretta a tale parte e che coinvolga esclusivamente tale parte.

## Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe (02.03.2021)

### I - Condizioni generali (4/6)

#### 11. Riservatezza e Dati Personali

Durante il corso del Suo uso dei Servizi, Lei potrebbe venire a conoscenza di Informazioni Riservate. Lei conviene che per la durata del Contratto e per i 5 anni successivi alla sua cessazione:

- (a) tutte le Informazioni Riservate rimangono di proprietà esclusiva di Amazon, eccetto per i dati personali dei clienti riferiti agli stessi;
- (b) Lei e le sue affiliate Vi impegnate a usare le Informazioni Riservate unicamente secondo quanto sia ragionevolmente necessario perché Lei possa usufruire dei Servizi;
- (c) si impegna a non divulgare, e farà in modo che le Sue affiliate, direttamente o indirettamente (anche tramite terze parti) non divulgino le Informazioni Riservate ad alcun individuo, società o altri terzi eccetto quanto previsto dalla legge; e
- (d) si impegna ad adottare misure ragionevoli per proteggere le Informazioni Riservate da qualsiasi uso o divulgazione non espressamente consentiti dal presente Contratto; e
- (e) si impegna a conservare le Informazioni Riservate solamente per un tempo lungo tale che il suo uso sia reso necessario per usufruire dei Servizi o per adempiere alle obbligazioni stabilite per legge (es. tasse) e in tutti i casi eliminerà tali informazioni su terminazione o non appena non sia più richiesto per l'adempimento agli obblighi stabiliti per legge.

Quanto appena menzionato non restringe il Suo diritto a condividere Informazioni Riservate con un'autorità pubblica che abbia giurisdizione su di Lei, nella misura in cui Lei limita la divulgazione al minimo necessario e esplicitamente indica la natura confidenziale delle informazioni condivise agli enti pubblici.

Lei non può emettere comunicati stampa o fare qualsiasi dichiarazione pubblica relativa ai Servizi, né può usare il nostro nome, i marchi registrati o i loghi in nessun modo (neppure su materiale promozionale) senza il nostro preventivo permesso scritto, né può in alcun modo esprimersi in termini peggiorativi o migliorativi relativamente alla nostra relazione commerciale. Lei potrà utilizzare il logo "Disponibile su Amazon" come definito nelle Linee guida sull'uso del marchio disponibili in Seller Central ed esclusivamente in conformità alle stesse; non potrà usare il nostro nome, i nostri marchi o loghi in alcun modo (compresi i materiali promozionali) che non sia previsto dalle Linee guida sull'uso del marchio senza il nostro preventivo consenso scritto.

Noi agiamo in qualità di titolari del trattamento dei dati personali dei clienti acquisiti attraverso i Servizi di vendita. Lei è titolare del trattamento dei dati personali dei clienti che sono strettamente necessari per distribuire gli ordini e non potrà utilizzare nessuno dei dati personali dei clienti (comprese le informazioni di contatto) per qualsiasi finalità diversa dalla distribuzione degli ordini o dall'assistenza clienti relativamente a un Servizio di vendita. In generale, non potrà utilizzare tali dati in modo non conforme alla legge applicabile. Lei dovrà conservare i dati personali dei clienti in qualsiasi momento (il summenzionato limite di tempo di 5 anni non si applica ai dati personali dei clienti).

## Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe (02.03.2021)

### I - Condizioni generali <sup>(5/6)</sup>

#### 15. Modifiche

Le forniremo un **preavviso minimo di 15 giorni** in conformità con la Sezione 17 in caso di modifiche al Contratto.

Tuttavia, potremo cambiare o modificare il Contratto in qualsiasi momento con **effetto immediato**

- (a) per ragioni di natura legale, regolamentare, di prevenzione delle frodi e degli abusi, o di sicurezza;
- (b) per modificare funzionalità esistenti o aggiungere funzionalità aggiuntive ai Servizi di vendita (ove ciò non pregiudichi in modo sostanziale l'uso dei Servizi di vendita); o
- (c) per limitare l'offerta di prodotti o attività che riteniamo non sicuri, inappropriati od offensivi. La informeremo circa qualsiasi cambiamento o modifica ai sensi della Sezione 17.

Il Suo utilizzo continuativo dei Servizi di vendita successivamente alla data effettiva di qualsiasi modifica del presente Contratto ai sensi della presente Sezione 15 costituirà la tua accettazione di tale modifica.

Nel caso in cui qualsiasi cambiamento o modifica sia per te inaccettabile, l'unico rimedio a tua disposizione consiste nel terminare il Contratto ai sensi della Sezione 3.

## Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe (02.03.2021)

### I - Condizioni generali (6/6)

#### 15. Varie

*(Legge applicabile e Foro competente e altro ancora)*

Il presente Contratto e tutti i termini e condizioni ivi contenuti sono regolati e dovranno essere interpretati ai sensi delle **leggi del Granducato di Lussemburgo** con espressa esclusione delle disposizioni sul conflitto di leggi o della Convenzione delle Nazioni Unite sui Contratti di Vendita Internazionale di Merci.

Qualsiasi controversia che dovesse insorgere in relazione al Suo uso dei Servizi o al presente Contratto sarà soggetta alla giurisdizione non esclusiva dei **Tribunali del distretto della Città di Lussemburgo**.

*(Omissis)*

Amazon mantiene il diritto di bloccare immediatamente qualsiasi transazione, impedire o limitare l'accesso ai Servizi o prendere qualsiasi provvedimento per limitare l'accesso o la disponibilità di un inventario non accurato, di articoli inseriti in una categoria errata, di tutti gli articoli illeciti o degli articoli altrimenti proibiti ai sensi della Politiche del programma vigenti.

*(Omissis)*

## Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe (02.03.2021)

### II - Condizioni di Vendita su Amazon (1/5)

#### S-1. Inclusione nel catalogo e Ordini del Suo Prodotto

**S-1.1 Prodotti e informazioni sul prodotto.** Ai sensi delle Politiche del Programma vigenti, Lei è tenuto a fornire le Informazioni Necessarie sul Prodotto per ciascun prodotto o servizio di cui richiede l'inclusione nel catalogo di vendita mediante uno qualsiasi dei siti Amazon e ad aggiornare prontamente tali informazioni perché siano sempre accurate e complete. Lei è altresì tenuto ad assicurarsi che i Suoi Materiali, i Suoi Prodotti (compreso l'imballaggio), la sua offerta e la vendita degli stessi su uno qualsiasi dei siti Amazon rispettino tutte le Leggi (compresi i requisiti minimi di età, di marchiatura ed etichettatura), non contengano materiali che siano esplicitamente erotici (ad eccezione di quanto permesso ai sensi delle nostre Politiche del Programma applicabili), ovvero materiali diffamatori o osceni e non violino alcun diritto d'autore, marchio registrato, design, database o diritti di terzi.

**S-1.2 Inclusione nel catalogo prodotti; Merchandising; Evasione degli ordini.** Noi inseriremo in catalogo i Suoi Prodotti per la vendita su un determinato sito Amazon alla Data di Lancio di Vendita su Amazon, eseguiremo merchandising e promozione dei Suoi Prodotti in conformità con il Contratto di Business Solutions (anche tramite le Proprietà Associate di Amazon o altre funzioni, caratteristiche, pubblicità o programmi del Sito Amazon specificato o in connessione con lo stesso). Potremo usare meccanismi che valutano o permettono agli acquirenti di valutare i Suoi Prodotti e/o la Sua performance come venditore e Amazon potrà rendere pubbliche tali valutazioni e feedback.

**Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe** (02.03.2021)**II - Condizioni di Vendita su Amazon** (2/5)

**S-1.3 Spese di Spedizione e Gestione.** Per quei Suoi prodotti venduti su o tramite un Sito Amazon che non sono gestiti da Logistica di Amazon, Lei dovrà determinare i costi di spedizione e gestione, ove applicabili, mediante la nostra funzione e le categorizzazioni standard «del» Sito Amazon e subordinatamente a queste, nonché subordinatamente alle Politiche del programma in materia di spese di gestione per il sito Amazon.

Per quei Suoi prodotti i cui ordini sono gestiti utilizzando Logistica di Amazon, si prega di fare riferimento ai Termini del Servizio Logistica di Amazon.



## Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe (02.03.2021)

### II - Condizioni di Vendita su Amazon (3/5)

**S-2.1 Vendita e gestione dell'ordine.** Fatti salvi i casi descritti nelle Condizioni del servizio Logistica di Amazon (se Lei utilizza il Servizio Logistica di Amazon), per ciascun sito Amazon sul quale si registra o decida di usare il Servizio Vendita su Amazon, **Lei sarà tenuto a:**

- (a) ricercare, vendere, evadere, spedire e consegnare i Suoi prodotti che non sono stati gestiti tramite Logistica di Amazon, e ricercare e vendere i Suoi prodotti che sono stati gestiti tramite Logistica di Amazon, ai sensi delle relative Informazioni sugli Ordini, delle presenti Condizioni e del Contratto di Business Solutions, oltre a tutte le Condizioni da Lei fornite e pubblicate sul sito Amazon specificato al momento dell'ordine e di cui Lei sarà l'unico responsabile assumendo ogni rischio a Suo carico;
- (b) imballare ciascuno dei Suoi Prodotti in maniera corretta dal punto di vista commerciale e spedirli alla Data di Spedizione Prevista o prima;
- (c) recuperare le Informazioni sugli Ordini almeno una volta ogni giorno lavorativo;
- (d) non cancellare nessuna delle Sue Transazioni se non quando sia permesso ai sensi dei Suoi termini e condizioni come pubblicati sul Sito Amazon specificato al momento dell'ordine (termini e condizioni che devono ottemperare al Contratto di Business Solutions) o secondo quanto richiesto dal Contratto di Business Solutions;
- (e) spedire e fornire i Suoi Prodotti nel paese del sito Amazon (ad eccezione di ove ciò sia proibito dalla Legge o dal Contratto di Business Solutions);
- (f) fornire ad Amazon informazioni riguardanti la spedizione, la fornitura e lo stato dell'ordine e i dettagli di spedizione (ove siano disponibili), in ciascun caso da noi richiesto usando i processi da noi designati, che possiamo rendere disponibili al pubblico;
- (g) osservare tutte le istruzioni riguardanti la Data di lancio;
- (h) fatta salva qualsiasi altra disposizione dei presenti Termini di Servizio, rassicurarsi di essere il venditore dei prodotti e servizi immessi nel catalogo per la vendita ai sensi del presente atto;
- (i) includere una distinta di imballaggio specifica con ciascuna spedizione dei Suoi Prodotti e, ove applicabile, eventuali fatture fiscali;
- (j) identificarsi come il venditore del prodotto su tutte le distinte di imballaggio o altre informazioni incluse o fornite in connessione con i Suoi Prodotti e come la persona a cui un cliente può restituire il prodotto in oggetto; e
- (k) non inviare al cliente e-mail di conferma dell'ordine, della spedizione o fornitura dei Suoi Prodotti (eccetto nella misura in cui i Suoi prodotti sono idonei al pagamento in un momento diverso dal momento in cui si verifica la spedizione, nel qual caso Lei sarà tenuto a inviare ai clienti e-mail di conferma della spedizione dei Suoi Prodotti in un formato e maniera da noi accettabile). Per eventuali Suoi prodotti che sono gestiti tramite Logistica di Amazon, le Condizioni del Servizio Logistica di Amazon si applicano allo stoccaggio, alla gestione degli ordini e alla consegna di tali prodotti.

## Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe (02.03.2021)

### II - Condizioni di Vendita su Amazon (4/5)

#### S-2.2 Cancellazioni, Resi e Rimborsi.

Per tutti i Suoi Prodotti che **non sono gestiti da Logistica di Amazon**, Lei accetta di gestire le richieste dei clienti relative a cancellazioni, resi, rimborsi e rettifiche, in conformità ai presenti Termini di servizio e alle Politiche di Rimborso Amazon e alle Politiche del Programma per il sito Amazon applicabile pubblicate al momento del relativo ordine e noi potremo informare i clienti dell'applicazione di tali politiche alla vendita dei Suoi Prodotti.

Fatto salvo quanto altrimenti stabilito nelle Politiche del Programma, Lei sarà tenuto a determinare e calcolare l'ammontare dei rimborsi e delle rettifiche (comprese imposte, spese di spedizione e gestione o altre spese) o gli altri importi da corrispondere ai clienti in relazione alle Sue Transazioni.

## Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe (02.03.2021)

### II - Condizioni di Vendita su Amazon (5/5)

#### S-3.2 Garanzia dalla A alla Z.

Se La informassimo che abbiamo ricevuto una richiesta di risarcimento ai sensi della "Garanzia dalla A alla Z" offerta su un determinato sito Amazon, o ogni altra contestazione relativa ad offerte, vendite o gestione del/dei Suo/i Prodotto(i) (diversa dai chargeback), riguardanti una delle Sue Transazioni, Lei avrà 30 giorni per contestare la nostra decisione del reclamo. Se, dopo avere svolto un'indagine, riscontriamo che il reclamo, il chargeback, o la contestazione sono conseguenza della Sua responsabilità, Lei

- (i) non farà ricorso nei confronti del cliente e
- (ii) sarà tenuto a rimborsare APE o APUK (se applicabile) dell'importo pagato dal cliente (incluse le tasse e spese di spedizione e gestione, ma escludendo qualsiasi Commissione per segnalazione trattenuta come definita nella Sezione S-4) e tutte le altre commissioni e spese associate all'acquisto originario (quali, quelle relative alla carta di credito, bancarie o di elaborazione, ripresentazione e/o penali) e tutti i chargeback o rimborsi, in ciascun caso nella misura pagata da noi.

Lei non è responsabile del rimborso ad APE o APUK (a seconda dei casi) nel caso in cui il cliente non Le abbia rispedito i Prodotti. Tuttavia, i clienti non saranno tenuti a rispedire i Suoi Prodotti e Lei sarà responsabile di sostenere i costi in caso di rischio per la sicurezza o la salute, di violazione di diritti di proprietà intellettuale o di attività fraudolente legate ai suoi Prodotti, o qualora Lei abbia accettato di non richiedere la restituzione dei Prodotti. Nel caso in cui riteniamo che un reclamo, un chargeback o una controversia sia di Sua responsabilità e il cliente abbia restituito il Prodotto, Lei sarà responsabile del rimborso delle spese di spedizione per la restituzione. Solo i reclami che noi determiniamo essere di Sua responsabilità saranno presi in considerazione per calcolare i Suoi indicatori di performance.

## Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe (02.03.2021)

### III - Condizioni del Servizio Logistica di Amazon (1/2)

Logistica di Amazon gestisce l'evasione degli ordini e l'esecuzione dei servizi associati ai Suoi Prodotti.

#### F.3. Spedizione ad Amazon

**F.3.1.** Fatto salvo quanto altrimenti indicato nella Sezione F-5, per ciascun sito Amazon sul quale Lei ha registrato i Suoi prodotti, questi ultimi saranno spediti **soltanto ai clienti del Paese di quel sito Amazon.** Lei è tenuto a spedirci articoli ai sensi delle Politiche del programma applicabili per il determinato sito Amazon sul quale Lei ha registrato i Suoi prodotti. Deve assicurarsi che:

- (a) tutti gli articoli siano correttamente imballati in maniera da essere protette dai danni e dal deterioramento durante lo stoccaggio e la spedizione;
- (b) i Termini di trasporto siano "Trasporto e assicurazione pagati", ("Carriage and Insurance Paid") nel caso in cui la provenienza della spedizione sia nazionale, effettuata all'interno dei confini del Paese del sito Amazon, e "Reso sdoganato" ("Delivery Duty Paid) nel caso in cui la provenienza della spedizione sia internazionale, effettuata al di fuori dei confini del Paese del sito Amazon; e
- (c) tutte gli articoli seguano le indicazioni di Amazon in materia di etichettatura e altri requisiti.

**F.3.3.** Se Lei spedisce gli articoli ai Centri di Logistica da paesi al di fuori dell'UE, dovrà registrarsi come importatore/destinatario e nominare un agente di dogana. Qualora Amazon fosse menzionata sui documenti di importazione, Amazon si riserva il diritto di rifiutare gli articoli relativi ai documenti di importazione ed eventuali costi sostenuti da Amazon saranno addebitati sulla Sua carta di credito, sul Suo conto corrente, sul Suo conto di pagamento di Vendita su Amazon APE o sul Suo conto di pagamento di Vendita su Amazon APUK, dedotti dalle somme a Lei dovute o tramite qualsiasi altro metodo di nostra scelta.

#### F.5. Gestione degli ordini

(Omissis). Se sceglie di partecipare ai nostri servizi di gestione per l'esportazione in connessione con un determinato sito Amazon, spediremo anche i Suoi Prodotti che, a nostro giudizio, risultano essere idonei (ciascuno un "Prodotto idoneo per l'estero") agli Indirizzi Stranieri in paesi che riteniamo idonei alle spedizioni estere, nei limiti delle Condizioni aggiuntive sulle spedizioni all'Estero di cui alle Linee Guida Logistica di Amazon del Sito Amazon rilevante.

## Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe (02.03.2021)

### III - Condizioni del Servizio Logistica di Amazon (2/2)

#### F.8. Assistenza Clienti

F.8.1. (Omissis). Lei dovrà assicurare che tutte le politiche riguardanti la spedizione dei Suoi Prodotti e la gestione degli ordini e i relativi messaggi inviati ai Suoi clienti, riflettano le nostre politiche e requisiti, compresi quelli riguardanti i metodi di spedizione, i resi e l'assistenza clienti; Lei dovrà pubblicare chiaramente sui Suoi siti Web, nei messaggi di posta elettronica e in altri media o comunicazioni, tutte le specifiche notifiche, messaggi, comunicazioni e politiche da noi richiesti.

#### F.13. Ulteriori Dichiarazioni

Oltre alle dichiarazioni e garanzie di cui alla Sezione 5 del Contratto di Business Solutions, Lei dichiara e garantisce:

- (a) di detenere la proprietà legale degli articoli e tutti i necessari diritti per distribuirle ed eseguire quanto previsto dalle presenti Condizioni di Logistica di;
- (b) di consegnarci tutti articoli nuovi (o nelle condizioni da Lei altrimenti descritte nelle relative offerte dei Suoi Prodotti) e in condizioni di commerciabilità;
- (c) che tutti gli articoli e il relativo imballaggio riporteranno tutte le indicazioni, etichette e altri requisiti richiesti dalla Legge;
- (d) che nessun articolo è o verrà prodotto, in tutto o in parte, mediante lavoro minorile o lavoro carcerario o lavoro forzato;
- (e) che Lei e tutti i Suoi contraenti, agenti e fornitori coinvolti nella produzione o consegna degli articoli, vi impegnate ad aderire rigorosamente a tutte le norme applicabili (comprese le leggi nei paesi in cui gli articoli sono prodotti o consegnati, riguardanti il funzionamento dei loro impianti e la disciplina aziendale e di lavoro, comprese le condizioni lavorative, i salari, l'orario e l'età minima dei lavoratori); e
- (f) che tutti i Prodotti idonei per l'Estero (i) possono essere legittimamente esportati dal Paese del sito Amazon applicabile senza licenza o altra autorizzazione e (ii) che possono essere legittimamente importati in tutti i Paesi ove sono diretti e di cui devono osservare tutte le norme.

## Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe (02.03.2021)

### IV - Condizioni del Servizio Annunci Sponsorizzati (1/1)

Annunci Sponsorizzati, tra cui Prodotti Sponsorizzati e Marca Sponsorizzata ("Annunci Sponsorizzati"), è un servizio che Le consente di pubblicizzare i Suoi prodotti su Amazon Network Properties. L'utilizzo di Annunci Sponsorizzati è regolato dall'Accordo pubblicitario Amazon.

L'utente accetta l'Accordo pubblicitario Amazon stipulato con la parte contraente di Amazon di riferimento (come definito nell'Accordo pubblicitario Amazon). Questo può essere aggiornato periodicamente da parte di Amazon in conformità con i suoi termini.

L'accordo pubblicitario Amazon è consultabile all'indirizzo: <https://advertising.amazon.co.uk/terms> (\*)

In caso di discrepanza tra i Termini generali o le Norme del programma e l'Accordo pubblicitario Amazon per quanto riguarda i servizi pubblicitari, l'Accordo pubblicitario Amazon prevarrà.

(\*) Amazon Advertising Agreement (5.10.2021)

## Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe (02.03.2021)

### V - Condizioni API dei Partner di Vendita (1/3)

#### API-1 Descrizione delle API dei Partner di Vendita

Le "API dei Partner di Vendita" consentono ai Suoi sistemi di interfacciarsi con determinate funzioni o funzionalità che vi mettiamo a disposizione. Le presenti Condizioni API dei Partner di Vendita riguardano e si applicano solo al Suo utilizzo delle API dei Partner di Vendita, eccetto ove diversamente specificato.

Ai sensi delle Condizioni API dei Partner di Vendita, Lei può autorizzare le parti che

- (a) sviluppano Applicazioni per supportarLa nell'utilizzo delle API dei Partner di Vendita o dei Materiali API,
- (b) si sono registrate con noi come Sviluppatori e
- (c) hanno accettato il **Contratto per sviluppatori** ("Sviluppatori"),

ad accedere alle Informazioni riservate e ai Suoi Materiali tramite le API dei Partner di Vendita, a condizione che, in ogni caso in cui le Informazioni riservate siano divulgate agli Sviluppatori, Lei avrà la responsabilità degli atti o delle omissioni di tali Sviluppatori come se tali atti od omissioni fossero originati da Lei.

Se desidera utilizzare direttamente le API dei Partner di Vendita o sviluppare un software o un sito Internet che si interfacci con le API dei Partner di Vendita o con i Materiali API (un'"Applicazione"), deve registrarsi come Sviluppatore.

## Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe (02.03.2021)

### V - Condizioni API dei Partner di Vendita (2/3)

#### API-2 Licenza e relativi requisiti

##### API-2.1 Aspetti generali

Le concediamo una **licenza limitata, revocabile, non esclusiva, non concedibile in sublicenza e non trasferibile per tutta la durata del Contratto** al fine di consentire agli Sviluppatori di accedere alle Informazioni riservate e ai Suoi materiali e di utilizzarli tramite le API dei Partner di Vendita e i Materiali API esclusivamente per supportare il Suo utilizzo dei Servizi oggetto dal presente Contratto.

Noi o i nostri licenzianti **deteniamo tutti i diritti, la titolarità e gli interessi sulle Informazioni riservate**, sulle API dei Partner di Vendita, sui Materiali API, su qualsiasi specifica tecnica e operativa, sui protocolli di sicurezza e su altri documenti o altre politiche fornite o messe a disposizione da noi relativamente alle API dei Partner di Vendita o ai Materiali API (le "Specifiche API dei Partner di Vendita"), nonché sui nostri sistemi data center interni, sui server, sulle attrezzature di networking e sui sistemi software host che rientrano nel nostro o nel loro ragionevole controllo e che sono utilizzati per fornire le API dei Partner di Vendita o i Materiali API (la "Rete Amazon").



## Contratto di Business Solutions di Amazon Services Europe (02.03.2021)

### V - Condizioni API dei Partner di Vendita (3/3)

#### API-2.2 Limitazioni della licenza.

Può autorizzare gli Sviluppatori ad accedere alle Informazioni riservate e ai Suoi Materiali tramite le API dei Partner di Vendita e i Materiali API solo tramite le API documentate e comunicate da noi in conformità con qualsiasi specifica API dei Partner di Vendita applicabile.

Non può e non potrà autorizzare alcuna terza parte ad eseguire le azioni seguenti con le Informazioni riservate, le API dei Partner di Vendita e con i Materiali API:

- (a) eseguire attività di reverse engineering, decompilarli o smontarli;
- (b) modificarli o creare lavori derivati basati su di essi in tutto o in parte;
- (c) distribuire copie degli stessi;
- (d) rimuovere qualsiasi avvertenza o etichetta proprietaria apposta sugli stessi;
- (e) utilizzare qualsiasi Software pubblico in qualsivoglia modo che richieda, ai sensi della licenza applicabile a tale Software pubblico, di divulgare, concedere in licenza, distribuire o rendere diversamente disponibili a chiunque le Informazioni riservate, le API dei Partner di Vendita e i Materiali API;
- (f) rivenderli, affittarli, noleggiarli, trasferirli, concederli in sub-licenza o trasferire in altro modo diritti sugli stessi;
- (g) accedervi o utilizzarli in modo tale da evitare di incorrere in qualsiasi tariffa applicabile o da eccedere i limiti o le percentuali di utilizzo;
- (h) accedervi o utilizzarli per qualsiasi scopo non correlato al tuo utilizzo dei Servizi di vendita; oppure
- (i) accedervi o utilizzarli per attività fraudolente o illegali o per attività che violano le nostre politiche o che sono altrimenti dannose per noi o per terzi.

## Il Regolamento in pillole:

### Art. 3

Innanzitutto, i fornitori di servizi d'intermediazione on-line dovranno assicurare che le relative condizioni contrattuali risultino:

- a) comprensibili, in quanto scritte in forma semplice e chiara;
- b) facilmente disponibili in ogni fase del rapporto commerciale, inclusa quella precontrattuale;
- c) complete ed esaustive, includendo, in particolare, specifiche su:
  - i) sospensione, cessazione o limitazione dei servizi on-line;
  - ii) canali distributivi aggiuntivi, o eventuali programmi affiliati per commercializzare i beni e i servizi on-line;
  - iii) diritti di proprietà intellettuale degli utenti aziendali e relativo controllo.

È, inoltre, imposto un preavviso minimo per le modifiche contrattuali, pari a 15 gg. decorrenti dalla data in cui verranno prospettate le variazioni in questione (Art. 3 Reg. P2B).

### Art. 4

Fermo l'obbligo d'individuare - nelle condizioni di contratto, o altrove - le ipotesi di cessazione del servizio d'intermediazione on-line, le stesse andranno comunicate almeno 30 giorni prima dell'interruzione del servizio, fornendo agli interessati, via e-mail, o altro supporto durevole, i motivi di una simile decisione (Art. 4 Reg. P2B).

### Art. 5

Quanto a trasparenza, alle piattaforme, come ai motori di ricerca web, s'impone l'onere di chiarire - con linguaggio semplice, comprensibile, e modalità facilmente accessibili - i principali parametri a fondamento del ranking on-line, inclusi i motivi dell'importanza relativa dei criteri prescelti. Se fra questi figurasse la possibilità d'influire sul ranking tramite corrispettivo - sia diretto, che indiretto - l'eventualità andrebbe chiaramente illustrata, indicandone gli effetti sul posizionamento degli utenti on-line (Art. 5 Reg. P2B).

## Il Regolamento in pillole:

### Art. 6

Qualora l'intermediario on-line, o terzi, offrissero ai consumatori prodotti e servizi accessori, inclusi quelli finanziari, le condizioni contrattuali dovranno specificare e descrivere tali accessori, chiarendo, inoltre, se, e a quali condizioni, l'utente commerciale possa offrire i suoi accessori tramite il canale d'intermediazione on-line (Art. 6 Reg. P2B).

### Art. 7

È, inoltre, sancito l'obbligo di specifiche informazioni su eventuali trattamenti differenziati, indicando, per esempio, le ragioni in virtù delle quali il fornitore di servizi di intermediazione on-line tratti e classifichi diversamente i beni o servizi offerti – direttamente, o tramite controllate – rispetto al trattamento riservato agli indipendenti (Art. 7 Reg. P2B).

### Art. 8

Onere d'indicare - nelle condizioni generali di contratto, o altrove - ogni utile informazione sulle cause in virtù delle quali gli utenti commerciali potranno risolvere il rapporto commerciale con i fornitori di servizi d'intermediazione on-line (Art. 8 Reg. P2B).

### Art. 9

Puntuale descrizione delle politiche d'accesso (o, all'opposto, di denegato accesso) alle informazioni detenute dall'intermediario, sui dati personali, e non solo, forniti dai consumatori, come dagli utenti commerciali, in occasione dell'accesso al servizio di intermediazione on-line, o generati successivamente in automatico durante l'esecuzione del servizio web (Art. 9 Reg. P2B).

## Il Regolamento in pillole:

### Art. 10

Obbligo di descrivere e giustificare le principali restrizioni contrattuali, qualora il fornitore limiti la facoltà altrui di offrire condizioni diverse su altri canali, come nel caso in cui si precluda all'utente commerciale la promozione di beni e servizi a prezzi inferiori, o migliori condizioni contrattuali, tramite sito web aziendale, o diverso intermediario virtuale (Art. 10 Reg. P2B).

### Art. 11

Spetta, inoltre, agli intermediari on-line istituire un sistema di gestione interno dei reclami inoltrati dai relativi utenti commerciali. Tale sistema, facilmente accessibile e gratuito, dovrà garantire tempi ragionevoli nella gestione dei reclami - informati a trasparenza ed equità nel trattamento a parità di condizioni - specie in materia di disfunzioni tecnologiche sulla fruizione dei servizi d'intermediazione on-line (Art. 11 Reg. P2B).

### Art. 12

Gli intermediari virtuali dovranno, infine, indicare, nelle relative condizioni contrattuali, due o più mediatori disposti ad impegnarsi nella ricerca di un accordo con gli utenti commerciali sulla risoluzione extra-giudiziale di eventuali liti fra i fornitori di servizi on-line e i rispettivi clienti nell'ambito dell'intermediazione offerta (Art. 12 Reg. P2B).



## **FORMAZIONE/CONTENUTO CONTRATTI TRA PIATTAFORME E UTENTI COMMERCIALI**

Oggetto e ambito di applicazione (art. 1 Reg. 1150/2019)  
Termini e condizioni nei contratti tra PMI e piattaforme digitali (art. 3 Reg. 1150/2019)  
Limitazione, sospensione e cessazione del contratto (art. 4 Reg. 1150/2019)  
Promozione/vendita dei prodotti e servizi accessori (art. 6 Reg. 1150/2019)  
Trattamenti differenziati in caso di concorrenza diretta (art. 7 Reg. 1150/2019)  
Clausole contrattuali specifiche (art. 8 Reg. 1150/2019)  
Accesso ai dati (art. 9 Reg. 1150/2019)  
Limitazioni offerta condizioni diverse mediante altri mezzi (art. 10 Reg. 1150/2019)

Articolo 1

**Oggetto e ambito di applicazione**

1. La finalità del presente regolamento è contribuire al corretto funzionamento del mercato interno stabilendo norme intese a garantire che gli *utenti commerciali di servizi di intermediazione online* e gli *utenti titolari di siti web aziendali* che siano in relazione con motori di ricerca online dispongano di un'adeguata **trasparenza**, di **equità** e di **efficaci possibilità di ricorso**.
2. Il presente regolamento si applica ai servizi di intermediazione online e ai motori di ricerca online, **a prescindere dal luogo di stabilimento o di residenza del fornitore** di tali servizi e dal diritto altrimenti applicabile, forniti o proposti per essere forniti, rispettivamente, agli utenti commerciali e agli utenti titolari di siti web aziendali, che hanno il luogo di stabilimento o di residenza nell'Unione e che, tramite i servizi di intermediazione online o i motori di ricerca online, offrono beni o servizi a consumatori nell'Unione.
3. Il presente regolamento **non si applica ai servizi di pagamento online** o agli **strumenti di pubblicità online** né agli scambi pubblicitari online che non sono forniti con l'obiettivo di agevolare l'avvio di transazioni dirette e che non implicano una relazione contrattuale con i consumatori.
- 4. Il presente regolamento non pregiudica** la legislazione nazionale che, secondo il diritto dell'Unione, vieta o sanziona i comportamenti unilaterali o le pratiche commerciali sleali nella misura in cui gli aspetti pertinenti non sono contemplati dal presente regolamento. Il presente regolamento non pregiudica il diritto civile nazionale, segnatamente il diritto contrattuale, nella fattispecie le norme sulla validità, la formazione, gli effetti o la risoluzione di un contratto, nella misura in cui le norme nazionali di diritto civile sono conformi al diritto dell'Unione e gli aspetti pertinenti non sono contemplati dal presente regolamento.
- 5. Il presente regolamento non pregiudica** il diritto dell'Unione, in particolare il diritto dell'Unione applicabile nei settori della cooperazione giudiziaria in materia civile, della concorrenza, della protezione dei dati, della protezione dei segreti commerciali, della protezione dei consumatori, del commercio elettronico e dei servizi finanziari.

Articolo 3

**Termini e condizioni** (1/3)

- 1) I fornitori di servizi di intermediazione online **garantiscono che i loro termini e le loro condizioni:**
  - a) siano redatti in un **linguaggio semplice e comprensibile**;
  - b) siano **facilmente reperibili** dagli utenti commerciali in tutte le fasi del loro rapporto commerciale con il fornitore di servizi di intermediazione online, **anche in fase precontrattuale**;
  - c) enuncino le ragioni che giustificano le decisioni di **sospendere, cessare o limitare** in altro modo, in tutto o in parte, **la fornitura dei servizi** di intermediazione online agli utenti commerciali;
  - d) comprendano informazioni su eventuali **canali di distribuzione aggiuntivi e potenziali programmi affiliati** attraverso i quali i fornitori di servizi di intermediazione online possano commercializzare i prodotti e i servizi offerti dagli utenti commerciali;
  - e) contengano informazioni generali sugli effetti dei termini e delle condizioni sulla **proprietà** e il **controllo** dei diritti di **proprietà intellettuale** degli utenti commerciali.

Articolo 3

**Termini e condizioni** (2/3)

2) I fornitori di servizi di intermediazione online **comunicano su supporto durevole** agli utenti commerciali interessati **qualunque modifica** proposta dei loro termini e delle loro condizioni.

Le modifiche proposte non devono essere applicate prima della scadenza di un termine di preavviso ragionevole e proporzionato alla natura e alla portata di tali modifiche e alle loro conseguenze per gli utenti commerciali interessati. Detto **termine di preavviso** deve essere di **almeno 15 giorni** dalla data in cui il fornitore di servizi di intermediazione online informa gli utenti commerciali delle modifiche proposte. I fornitori di servizi di intermediazione online concedono periodi di preavviso più lunghi quando ciò è necessario per consentire agli utenti commerciali di effettuare adeguamenti tecnici o commerciali per conformarsi alle modifiche.

L'utente commerciale interessato ha il **diritto di risolvere il contratto** con il fornitore dei servizi di intermediazione online prima della scadenza del termine di preavviso. Tale risoluzione ha effetto entro 15 giorni dal ricevimento della notifica ai sensi del primo comma, a meno che il contratto non preveda un termine più breve.

In qualsiasi momento dopo il ricevimento del preavviso ai sensi del primo comma l'utente commerciale interessato può **rinunciare al termine di preavviso** di cui al secondo comma per mezzo di una **dichiarazione scritta** o di un **azione chiara e affermativa**.

Durante il periodo di preavviso, **l'offerta di nuovi beni o servizi** su servizi di intermediazione online è considerata una chiara azione positiva di rinuncia al termine di preavviso, tranne nei casi in cui il termine di preavviso ragionevole e proporzionato è superiore a 15 giorni perché le modifiche dei termini e delle condizioni impongono all'utente commerciale di apportare adeguamenti tecnici significativi ai propri beni o servizi. In tali casi, il fatto che l'utente commerciale presenti nuovi beni e servizi non è considerato una rinuncia automatica al termine di preavviso.



Articolo 3

**Termini e condizioni** (3/3)

- 3) I termini e le condizioni, o le loro disposizioni specifiche, non conformi alle prescrizioni di cui al paragrafo 1, così come le modifiche dei termini e delle condizioni, applicate da un fornitore di servizi di intermediazione online in violazione delle disposizioni di cui al paragrafo 2, sono **nulle** e prive di validità.
- 4) Il **termine di preavviso** di cui al paragrafo 2, secondo comma, **non si applica** quando un fornitore di servizi di intermediazione online:
  - a) è tenuto ad adempiere a un **obbligo normativo o regolamentare** che gli impone di modificare i suoi termini e le sue condizioni in un modo che non consente di rispettare il periodo di preavviso di cui al paragrafo 2, secondo comma;
  - b) deve modificare in via eccezionale i propri termini e condizioni per far fronte a **un pericolo imprevisto e imminente** connesso alla **difesa dei servizi** di intermediazione online, dei suoi **consumatori** o di altri utenti commerciali da frodi, malware, spam, violazioni dei dati o rischi per la sicurezza informatica.
- 5) I fornitori di servizi di intermediazione online garantiscono che **l'identità dell'utente commerciale** che fornisce i beni o servizi su servizi di intermediazione online sia **chiaramente visibile**.

Articolo 4

**Limitazione, sospensione e cessazione** (1/2)

- 1) Un fornitore di servizi di intermediazione online che decida di **limitare o sospendere** la fornitura dei suoi servizi di intermediazione online a un determinato utente commerciale in relazione a singoli beni o servizi offerti da tale utente commerciale, **comunica** a quest'ultimo, preventivamente o al momento in cui la limitazione o la sospensione o prende effetto, **le motivazioni di tale decisione** usando un supporto durevole.
- 2) Un fornitore di servizi di intermediazione online che decida di **cessare** completamente la fornitura dei suoi servizi di intermediazione online a un determinato utente commerciale comunica a quest'ultimo, **almeno 30 giorni prima che la cessazione prenda effetto**, le motivazioni di tale decisione usando un supporto durevole.
- 3) In caso di limitazione, sospensione o cessazione, il fornitore di servizi di intermediazione online fornisce all'utente commerciale l'opportunità di chiarire i fatti e le circostanze nell'ambito del processo interno di gestione dei reclami di cui all'articolo 11. Qualora la **limitazione, la sospensione o la cessazione sia revocata** dal fornitore di servizi di intermediazione online, quest'ultimo reintegra senza indugio l'utente commerciale, compreso l'eventuale accesso all'utente commerciale ai dati personali o ad altri dati, o a entrambi, derivanti dall'uso dei pertinenti servizi di intermediazione online prima che la limitazione, la sospensione o la cessazione avesse effetto.

Articolo 4

**Limitazione, sospensione e cessazione (2/2)**

- 4) Il **termine di preavviso** di cui al paragrafo 2 **non si applica** quando un fornitore di servizi di intermediazione online:
- è **tenuto ad adempiere a un obbligo normativo o regolamentare** che gli impone di cessare la fornitura dell'insieme dei suoi servizi di intermediazione online a un determinato utente commerciale in un modo che non gli consente di rispettare il termine di preavviso; oppure
  - esercita un diritto di **recesso fondato su motivi imperativi a norma del diritto nazionale** in conformità con il diritto dell'Unione;
  - può dimostrare che l'utente commerciale interessato ha **ripetutamente violato i termini e le condizioni applicabili**, con conseguente cessazione della fornitura dell'insieme dei servizi di intermediazione online in questione.

Nei casi in cui non si applica il termine di preavviso di cui al paragrafo 2, il prestatore di servizi di intermediazione online fornisce all'utente commerciale interessato le motivazioni di tale decisione senza indebito ritardo usando un supporto durevole.

- 5) Le motivazioni di cui ai paragrafi 1 e 2 e al secondo comma del paragrafo 4 contengono un riferimento ai fatti o alle circostanze specifici, compreso il contenuto delle notifiche di terzi, che hanno portato alla decisione del fornitore di servizi di intermediazione online, nonché un riferimento alle pertinenti ragioni di cui all'articolo 3, paragrafo 1, lettera c).

Un prestatore di servizi di intermediazione online non è tenuto a fornire una motivazione se è soggetto all'obbligo normativo o regolamentare di non divulgare i fatti o le circostanze specifici oppure il riferimento alle pertinenti ragioni o se può dimostrare che l'utente commerciale interessato ha ripetutamente violato i termini e le condizioni applicabili, determinando la cessazione della fornitura dell'insieme dei servizi di intermediazione online in questione.

Articolo 6

**Prodotti e servizi accessori**

Quando il fornitore di servizi di intermediazione online o soggetti terzi offrono ai consumatori prodotti e servizi accessori, inclusi prodotti finanziari, tramite servizi di intermediazione online, i fornitori di servizi di intermediazione online predispongono, nei loro termini e nelle loro condizioni, una descrizione del tipo di prodotti e servizi accessori offerti e indicano se e a quali condizioni l'utente commerciale sia a sua volta autorizzato a offrire i propri prodotti e servizi accessori attraverso i servizi di intermediazione online.

Articolo 7

**Trattamento differenziato**

- 1) I **fornitori di servizi di intermediazione online** inseriscono nei loro termini e nelle loro condizioni una **descrizione** di qualunque trattamento differenziato che riservino o possano riservare ai prodotti o ai servizi offerti ai consumatori attraverso i servizi di intermediazione online dal fornitore di servizi stesso o da utenti commerciali controllati da detto fornitore, da un lato, e ad altri utenti commerciali, dall'altro. Tale descrizione fa riferimento alle principali considerazioni di ordine economico, commerciale o giuridico per tale trattamento differenziato.
- 2) I **fornitori di motori di ricerca online** predispongono una **descrizione** di qualunque trattamento differenziato che riservino o possano riservare ai prodotti o ai servizi offerti ai consumatori attraverso detti motori di ricerca online dal fornitore stesso di motori di ricerca o da utenti titolari di siti web aziendali controllati da detto fornitore, da un lato, e ad altri utenti titolari di siti web aziendali, dall'altro.
- 3) Le **descrizioni** di cui ai paragrafi 1 e 2 riguarda in particolare, se del caso, qualsiasi trattamento differenziato derivante da misure specifiche adottate dal fornitore di servizi di intermediazione online o dal fornitore di motori di ricerca online, o da un suo comportamento, relativamente ai seguenti elementi:
  - a) **accesso** che il fornitore, o gli utenti commerciali o gli utenti titolari di siti web aziendali controllati da tale fornitore, possono avere **ai dati personali o ad altri dati, o a entrambi, forniti dagli utenti commerciali, dagli utenti titolari di siti web aziendali o dai consumatori** per l'uso dei servizi di intermediazione online o dei motori di ricerca online in questione o generati tramite la fornitura di tali servizi;
  - b) **posizionamento** o altre impostazioni applicate dal fornitore che incidono sull'accesso dei consumatori ai beni o ai servizi offerti da altri utenti commerciali tramite tali servizi di intermediazione online, o da altri utenti titolari di tali siti web aziendali tramite motori di ricerca online;
  - c) qualunque **corrispettivo diretto o indiretto** addebitato per l'uso dei servizi di intermediazione online o dei motori di ricerca online in questione;
  - d) accesso, condizioni o qualunque **corrispettivo diretto o indiretto** addebitato per l'uso di servizi, funzionalità o interfacce tecniche rilevanti per l'utente commerciale o il titolare di un sito web aziendale e che sono direttamente connessi o complementari all'utilizzo del servizio di intermediazione online o del motore di ricerca online in questione.

Articolo 8

**Clausole contrattuali specifiche**

Al fine di garantire che le relazioni contrattuali tra i fornitori di servizi di intermediazione online e gli utenti commerciali siano condotte in **buona fede e con correttezza**, i fornitori di servizi di intermediazione online:

- a) non **impongono modifiche retroattive** dei termini e delle condizioni, tranne quando sono tenuti a rispettare un obbligo normativo o regolamentare o quando le modifiche retroattive sono vantaggiose per gli utenti commerciali;
- b) garantiscono che i loro termini e le loro condizioni includano informazioni sulle condizioni alle quali gli utenti commerciali possono **risolvere la relazione contrattuale con il fornitore di servizi di intermediazione online**; e
- c) inseriscono nei loro termini e nelle loro condizioni una descrizione relativa all'accesso tecnico e contrattuale, o alla mancanza di tale accesso, per quanto riguarda le informazioni fornite o generate dall'utente commerciale, che essi **conservano dopo la scadenza del contratto** tra il fornitore di servizi di intermediazione online e l'utente commerciale.

Articolo 9

**Accesso ai dati**

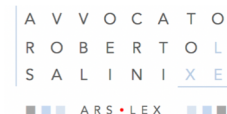
- 1) I fornitori di servizi di intermediazione online inseriscono nei loro termini e nelle loro condizioni **una descrizione** relativa all'accesso tecnico e contrattuale, o alla mancanza di tale accesso, da parte degli utenti commerciali ai dati personali o ad altri dati, o a entrambi, forniti dagli utenti commerciali o dai consumatori per l'uso dei servizi di intermediazione online in questione o generati tramite la fornitura di tali servizi.
- 2) Mediante la descrizione di cui al paragrafo 1, i fornitori di servizi di intermediazione online informano adeguatamente gli utenti commerciali in particolare dei seguenti aspetti:
  - a) la **possibilità o meno del fornitore** di servizi di intermediazione online di accedere ai dati personali o ad altri dati, o a entrambi, che gli utenti commerciali o consumatori forniscono per l'uso dei servizi di intermediazione online in questione o generati tramite la fornitura di tali servizi e, in caso di accesso, le categorie di dati interessate e le condizioni;
  - b) la **possibilità o meno di un utente commerciale** di accedere ai dati personali o ad altri dati, o a entrambi, da lui forniti in relazione all'uso dell'utente commerciale dei servizi di intermediazione online in questione o generati tramite la fornitura di tali servizi o forniti dai consumatori dei beni e servizi dell'utente commerciale e, in caso di accesso, le categorie di dati interessate e le condizioni;
  - c) a integrazione della lettera b), la possibilità o meno di un utente commerciale di accedere ai dati personali o ad altri dati, o a entrambi, **anche in forma aggregata**, forniti o generati mediante la fornitura di servizi di intermediazione online a tutti gli utenti commerciali e ai relativi consumatori e, in caso di accesso, le categorie di dati interessate e le condizioni; e
  - d) la **fornitura o meno a terzi dei dati di cui alla lettera a)**, assieme a, qualora la fornitura di tali dati a terzi non sia necessaria per il corretto funzionamento dei servizi di intermediazione online, l'informazione che specifica lo scopo di tale condivisione dei dati nonché le possibilità di cui dispongono gli utenti commerciali per esimersi da tale condivisione dei dati.
- 3) Il presente articolo non pregiudica l'applicazione del **regolamento (UE) 2016/679**, della direttiva (UE) 2016/680 e della direttiva 2002/58/CE.

Articolo 10

**Limitazioni all'offerta di condizioni diverse mediante altri mezzi**

- 1) Qualora, nell'ambito della fornitura dei loro servizi, i fornitori di servizi di intermediazione online **limitino la capacità degli utenti commerciali di offrire gli stessi beni e servizi ai consumatori a condizioni diverse tramite mezzi che non siano i suddetti servizi**, essi includono nei loro termini e nelle loro condizioni le ragioni di tale limitazione e le rendono facilmente accessibili al pubblico. Tra tali ragioni figurano le principali considerazioni di ordine economico, commerciale o giuridico.
- 2) L'obbligo di cui al paragrafo 1 non pregiudica eventuali divieti o limitazioni per quanto riguarda l'imposizione di simili restrizioni derivanti dall'applicazione di altri atti del diritto dell'Unione o del diritto degli Stati membri conformi al diritto dell'Unione e alle quali sono soggetti i fornitori di servizi di intermediazione online (?).





## **REGOLE SUL POSIZIONAMENTO DEGLI UTENTI COMMERCIALI**

- Introduzione relativa alla importanza del posizionamento online
- Definizione di posizionamento (art. 2 Reg. 1150/2019)
- Posizionamento nell'ambito delle piattaforme digitali (art. 5 Reg. 1150/2019)
- Posizionamento nell'ambito dei motori di ricerca (art. 5 Reg. 1150/2019)
- Sintesi della Comunicazione della Commissione UE - Orientamenti sulla trasparenza del posizionamento a norma del regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio (08.12.2020)

## Gli orientamenti della Commissione UE

Marketplace on-line, Social-media, come altri intermediari ancora – quali App, Search-engine ed Aste digitali – governano da anni l'economia e non solo digitale.

Arbitri dei mercati globali, come dei suoi attori, **modellano l'e-Business per algoritmi** che, in quanto segreti, dettano ranking imponderabili in perenne evoluzione.

Poste simili premesse, le regole di riferimento paiono orientate nel **garantire maggior trasparenza ed equità nei rapporti P2B** (Platform-to-Business), come da Regolamento UE 2019/1150, integrato, da ultimo, in tema di ranking online, dagli Orientamenti sul relativo articolo 5.

**Comunicazione della Commissione UE - Orientamenti sulla trasparenza del posizionamento a norma del regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio (08.12.2020).**

A seguire, alcuni spunti sul perché occuparsene e cosa sapere in proposito, affinché utenti e titolari di siti web aziendali ottimizzino l'offerta dei loro beni o servizi secondo algoritmi di piattaforme e motori di ricerca on-line.

## Articolo 2

### Definizioni

7) .....(*omissis*)

8) "**posizionamento**": la rilevanza relativa attribuita ai beni o ai servizi offerti mediante i **servizi di intermediazione online**, o l'importanza attribuita ai risultati della ricerca da **motori di ricerca online**, come illustrato, organizzato o comunicato, rispettivamente, dai fornitori di servizi di intermediazione online o dai fornitori di motori di ricerca online a prescindere dai mezzi tecnologici usati per tale presentazione, organizzazione o comunicazione;

9) .....(*omissis*)

## Articolo 5

**Posizionamento**

- 1) I **fornitori di servizi di intermediazione online** stabiliscono nei loro termini e nelle loro condizioni i principali parametri che determinano il posizionamento e i motivi dell'importanza relativa di tali parametri principali rispetto ad altri parametri.
- 2) I **fornitori di motori di ricerca online** indicano i principali parametri che, individualmente o collettivamente, sono i più significativi per determinare il posizionamento e specificano l'importanza relativa di tali parametri principali fornendo sui loro motori di ricerca online una descrizione facilmente e pubblicamente accessibile, redatta in un linguaggio semplice e comprensibile. Essi tengono aggiornata tale descrizione.
- 3) Qualora tra i parametri principali figurino la possibilità di influire sul posizionamento a fronte di un **corrispettivo** versato direttamente o indirettamente dall'utente commerciale o dall'utente titolare di un sito web aziendale al relativo fornitore, quest'ultimo illustra altresì tali possibilità nonché gli effetti di detto corrispettivo sul posizionamento conformemente a quanto prescritto ai paragrafi 1 e 2.
- 4) Qualora il fornitore di un motore di ricerca online abbia modificato l'ordine di posizionamento in un caso specifico o abbia rimosso un particolare sito web a seguito di una **segnalazione da parte di terzi**, tale fornitore offre all'utente titolare di un sito web aziendale la possibilità di prendere visione del contenuto della segnalazione.

## Articolo 5

**Posizionamento**

- 5) Le descrizioni di cui ai paragrafi 1, 2 e 3 devono essere tali da consentire agli utenti commerciali o agli utenti titolari di un sito web aziendale di comprendere chiaramente **se, come e in quale misura il meccanismo di posizionamento tiene conto dei seguenti elementi:**
- a) le caratteristiche dei beni e dei servizi offerti ai consumatori tramite i servizi di intermediazione online o il motore di ricerca online;
  - b) la pertinenza di tali caratteristiche per i suddetti consumatori;
  - c) per quanto riguarda i motori di ricerca online, le caratteristiche grafiche del sito web utilizzato da utenti titolari di un sito web aziendale.
- 6) I fornitori di servizi di intermediazione online e i fornitori di motori di ricerca online, nell'adempire alle prescrizioni del presente articolo, **non sono tenuti 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. Il presente articolo lascia impregiudicata la direttiva (UE) 2016/943.
- 7) Per aiutare i fornitori di servizi di intermediazione online e i fornitori di motori di ricerca online a conformarsi alle prescrizioni del presente articolo e per agevolare l'applicazione di dette prescrizioni, **la Commissione correda di orientamenti i requisiti in materia di trasparenza di cui al presente articolo.**

## Gli orientamenti della Commissione UE

Come anticipato, gli Orientamenti della Commissione si occupano esclusivamente del ranking on-line, disciplinato nell'articolo 5 del Reg. P2B.

Tale norma impone alle piattaforme digitali d'individuare e comunicare - con linguaggio semplice e comprensibile - i principali parametri a fondamento del ranking di beni e servizi offerti nel web, obbligando, in egual misura, gli altri intermediari virtuali - come i motori di ricerca on-line - a fornire analoghe indicazioni sui principali criteri che governano il posizionamento nei risultati delle ricerche in rete (si pensi, rispettivamente, all'elenco di beni/servizi offerti da Amazon, previa interrogazione del suo data-base, nel primo caso, e, nel secondo, all'esito in risposta ad una query digitata via Google).

Intuitiva l'importanza di quest'obbligo, come indicato nel Regolamento e seguenti Orientamenti, il cui paragrafo 12 precisa che **«il posizionamento dei beni e dei servizi da parte del fornitore ha un impatto importante sulla scelta del consumatore e, di conseguenza, sul successo commerciale degli utenti che offrono tali beni e servizi ai consumatori. La transizione dell'economia verso il mondo online attualmente in corso rende il posizionamento nei servizi di ricerca e di intermediazione online sempre più centrale per l'imprenditorialità, e il successo commerciale delle imprese dell'UE dipenderà sempre più dalla loro visibilità e reperibilità online»**.

Osservazioni, queste, ancor più vere alla luce dell'impennata digitale imposta dalla **pandemia in atto**, il cui contenimento, tramite distanziamento sociale, ha declinato il virtuale in ogni possibile sua forma.

Chiariti perimetri e finalità degli Orientamenti, eccone, in breve, una veloce sintesi.

## Suggerimenti della Commissione UE

Rivolgendosi alle piattaforme d'intermediazione *on-line*, come ai motori di ricerca in rete, la Commissione raccomanda politiche di massima trasparenza nei rapporti con l'utenza commerciale, suggerendo alcune soluzioni di massima afferenti, in particolare, ai seguenti macro-temi:

- a. innanzitutto, quali siano i principali parametri di *ranking* e come selezionarli e divulgarli, senza con ciò violare i segreti commerciali;
- b. in secondo luogo, dove e come descrivere i parametri selezionati ed applicati dagli operatori *on-line*;
- c. ed infine, come e quando modificare le pertinenti descrizioni, vista la perenne evoluzione degli algoritmi in questione.

Schematizzati i contenuti delle *Guidelines*, eccone, a seguire, una breve sintesi come da macro-temi indicati.

## I contenuti della Comunicazione

a. Quali sono i principali parametri di *ranking* e come selezionarli/divulgarli, senza violare i segreti commerciali

Partendo dal primo – ovvero dall’onere d’individuare i parametri di ranking on-line e come selezionarli – apprezzabile appare lo sforzo di elencare, in via esemplificativa, e descrivere negli Orientamenti, vari criteri di classificazione, tra cui: le *personalizzazioni* (§ 3.3.1.); il *comportamento e le intenzioni di ricerca dei consumatori* (§ 3.3.2.); la cronologia dell’utente (§ 3.3.3.); le presenze multiplatforma (§ 3.3.5.); le segnalazioni di terzi (§ 3.3.7.); la randomizzazione (§ 3.3.8.); il rapporto con i servizi accessori (§ 3.3.10); le valutazioni dei siti e le recensioni on-line (§§ 3.3.13. e 3.3.15.), come altri parametri ancora.

Utili anche gli esempi dell’**Allegato I**, che solo enumerando i possibili / plausibili criteri di ranking (oltre un centinaio), per varietà e ricchezza, “spacchetta” gli algoritmi rendendoli così “meno ostici e più comprensibili”. Altrettanto interessante, anche l’**Allegato II**, dedicato alle varie forme di possibili **corrispettivi richiesti/imposti** per scalare i ranking on-line.

La Commissione sottolinea, infine, come gli oneri informativi risultino, nella specie, adempiuti fornendo una descrizione dei soli parametri principali (nonché le ragioni della loro importanza relativa), senza con ciò svelare l’algoritmo stesso, patrimonio aziendale coperto da segreto commerciale (Direttiva UE 2016/943).



## I contenuti della Comunicazione

### b. Dove e come descrivere i parametri selezionati ed applicati dagli operatori *on-line*

Quanto al secondo tema – ossia in che modo e dove indicare i principali criteri di ranking – ciascun operatore dovrà valutare come “raccontare”, nelle proprie condizioni contrattuali, o altrove, purché facilmente accessibili, i principali parametri di posizionamento prescelti.

Nel far ciò, spiega la Commissione, non basterà un semplice elenco di criteri, occorrendo, invece, un **ulteriore livello di dettaglio**, in supporto degli utenti per agevolare una miglior comprensione dei meccanismi di classificazione divulgati.

I fornitori dovrebbero, infine, adottare un approccio conforme **all’utente medio**, in considerazione della sua natura, capacità tecniche, nonché delle relative esigenze, fornendo spiegazioni significative dei meccanismi di classificazione e dei principali parametri utilizzati, tramite un linguaggio semplice e chiaro, **senza sovraccaricare l’utente con descrizioni lunghe e complesse, e per questo incomprensibili.**

## I contenuti della Comunicazione

- c. Come e quando modificare le pertinenti descrizioni, vista la perenne evoluzione degli algoritmi in questione

Passando, infine, all'ultimo argomento – ovvero come e quando modificare le descrizioni dei criteri di posizionamento – si osserva, in proposito, come i fornitori siano tenuti ad un **costante aggiornamento delle descrizioni richieste**, la cui obsolescenza frustrerebbe l'esistenza del Regolamento, garante di trasparenza e prevedibilità on-line, incompatibili con informazioni datate e non effettive.

A tal fine, spetterà agli intermediari procedere periodicamente ad un'opera di costante aggiornamento, apportando, di volta in volta e se necessario, le opportune modifiche alle descrizioni richieste. Sarà onere degli intermediari mettere a punto adeguati sistemi interni per stabilire se, come e quando adempiere all'obbligo di aggiornamento, alla luce delle modifiche proposte, della loro frequenza e relativi effetti concreti, nonché del momento in cui le sperimentazioni, o altre tecniche automatizzate, modificheranno i criteri di posizionamento on-line.

## Brevi considerazioni conclusi sulla Comunicazione della Commissione UE

Qui solo abbozzati per sintesi, gli *Orientamenti* in commento, si presentano, in realtà, assai più complessi ed articolati, ricchi di esempi pratici, inclusi quelli negli allegati con una forte valenza orientativa (specie per i piccoli/medi utenti commerciali).

Pur se non vincolanti, le *Guidelines* mirano, comunque, a facilitare l'applicazione del Reg. P2B, presentandosi, in tal senso, quale valido supporto per piattaforme, operatori e autorità di controllo, artefici tutti – o almeno così si spera – di un unico mercato digitale in futuro sempre più prevedibile e trasparente.



A V V O C A T O  
R O B E R T O L  
S A L I N I X E

■ ■ ■ A R S • L E X ■ ■ ■

## IV

### ***CONCLUSIONI E QUESITI / INTERVENTI DEI PARTECIPANTI***

Brevi considerazioni conclusive in merito alle tutele antitrust e non solo

Domande /dibattito