

# INDICE

|                        |      |
|------------------------|------|
| Introduzione . . . . . | XIII |
| Gli Autori . . . . .   | XIX  |

## Parte I

### IL *DIGITAL SERVICES ACT* (DSA)

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. Il <i>Digital Services Act</i> e la libertà d'impresa . . . . .</b>   | <b>3</b>  |
| di Luca Bolognini   |           |
| 1. La libertà d'impresa come diritto fondamentale . . . . .   | 3         |
| 2. Bilanciamento tra diritti, libertà, interessi . . . . .  | 3         |
| 3. L'impatto del DSA sul mercato . . . . .  | 4         |
| 4. Una normativa non neutrale, da rivalutare periodicamente . . . . .   | 6         |
| <b>2. L'interazione tra DSA e GDPR . . . . .</b>  | <b>9</b>  |
| di Enrico Pelino  |           |
| 1. Valutazioni predittive e profilazione . . . . .  | 9         |
| 2. Sistemi di raccomandazione . . . . .   | 10        |
| 3. Pubblicità mirata . . . . .  | 11        |
| 4. Moderazione dei contenuti e trasparenza . . . . .  | 13        |
| 5. <i>Dark pattern</i> . . . . .  | 14        |
| <b>3. Coordinamento tra DSA e disciplina consumeristica . . . . .</b>   | <b>15</b> |
| di Antonio Landi  |           |
| 1. Introduzione . . . . .   | 15        |
| 2. Contrasto ai "contenuti illegali" . . . . .  | 16        |
| 3. Il concetto di "esenzione di responsabilità" (come beneficiarne) . . . . .   | 17        |
| 4. Procedura di risoluzione extragiudiziale delle controversie . . . . .  | 19        |
| 5. Tracciabilità degli operatori commerciali . . . . .  | 21        |
| 6. Conformità dal momento della progettazione . . . . .   | 24        |
| <b>4. L'interazione del DSA con altre regole sui servizi digitali . . . . .</b>   | <b>29</b> |
| di Andrea Michinelli  |           |
| 1. Il puzzle: un <i>framework</i> tra normative, <i>soft law</i> , autoregolamentazione e co-regolamentazione . . . . . | 29        |
| 2. La tutela del diritto d'autore si interseca con il DSA . . . . .   | 31        |

|   | pag.      |
|---|-----------|
| <b>5. Oggetto, obiettivi e ambito di applicazione del <i>Digital Services Act</i>.</b>  | 37        |
| di Luca Bolognini   |           |
| 1. Oggetto . . . . .  | 37        |
| 2. Obiettivi . . . . .  | 38        |
| 3. Applicazione territoriale . . . . .  | 39        |
| 4. Rappresentanti legali . . . . .  | 40        |
| 5. Applicazione materiale . . . . .   | 42        |
| <b>6. I servizi intermediari della società dell'informazione . . . . .</b>  | <b>45</b> |
| di Andrea Michinelli  |           |
| 1. Definizione e ambito dei servizi della società dell'informazione . .   | 45        |
| 2. Definizione e ambito dei servizi intermediari . . . . .  | 50        |
| 3. La suddivisione nelle tre categorie del DSA circa la responsabilità<br>dei <i>provider</i> e il c.d. " <i>safe harbour</i> " . . . . . | 52        |
| 4. L'integrato " <i>duty of care</i> " richiesto al <i>provider</i> . . . . .   | 54        |
| 5. Prima categoria di intermediari ( <i>non-hosting</i> ): semplice trasporto<br>(" <i>mere conduit</i> ") . . . . .                      | 57        |
| 6. Seconda categoria di intermediari ( <i>non-hosting</i> ): memorizzazione<br>temporanea (" <i>caching</i> ") . . . . .                  | 58        |
| 7. Terza categoria di intermediari: memorizzazione durevole (" <i>hosting</i> ") . . . . .  | 59        |
| 8. L'impatto degli adempimenti di base per gli intermediari . . . . .   | 60        |
| <b>7. I fornitori di servizi di intermediazione molto grandi . . . . .</b>  | <b>63</b> |
| di Antonio Landi  |           |
| 1. Obiettivi di facilitazione della concorrenza ravvisabili nel DSA . . .   | 63        |
| 2. Parametri utilizzati per la qualifica di "Piattaforme online di dimen-<br>sioni molto grandi" . . . . .                                | 65        |
| 3. <i>Risk assessment</i> e misure di mitigazione dei rischi . . . . .  | 69        |
| 4. Procedura d'imposizione di azioni di risposta alle crisi causate da<br>gravi minacce . . . . .   | 78        |
| 5. Modalità di svolgimento degli <i>audit</i> . . . . .   | 81        |
| 6. Tenuta del registro per la pubblicità online "trasparente" . . . . .   | 84        |
| 7. Modalità di accesso ai dati per garantire la conformità al Regola-<br>mento . . . . .  | 86        |
| 8. Ruolo dei responsabili della funzione di controllo della conformità .  | 91        |
| 9. Documentazione da produrre per essere conformi agli obblighi di<br>comunicazione trasparente . . . . .                                 | 93        |
| 10. Contributo per le attività di vigilanza svolte . . . . .  | 95        |

|   | pag. |
|---|------|
| <b>8. Definizione e disciplina di: "destinatario", "hosting", "piattaforma" e "motori di ricerca"</b> . . . . .                     | 97   |
| di Federica De Stefani  |      |
| 1. Premessa . . . . .   | 97   |
| 2. Destinatario del servizio . . . . .  | 99   |
| 3. Tutela dei minori . . . . .  | 105  |
| 4. La lingua . . . . .  | 109  |
| 5. Il <i>legal design</i> . . . . .   | 110  |
| 6. La pubblicità e l'accertamento dell'età . . . . .  | 114  |
| 7. <i>Hosting</i> . . . . .   | 117  |
| 8. Piattaforme . . . . .  | 121  |
| 9. Motori di ricerca . . . . .  | 127  |
| 10. La pubblicità online . . . . .  | 128  |
| <br>  |      |
| <b>9. La gestione dei contenuti: illegali e non, la loro moderazione</b> . . . . .  | 131  |
| di Andrea Michinelli  |      |
| 1. Obblighi e responsabilità generali (" <i>due diligence</i> ") dei <i>provider</i> . . . . .                                      | 131  |
| 2. Definizioni applicabili ai contenuti . . . . .   | 133  |
| 3. L'assenza di un obbligo generale di sorveglianza e le iniziative volontarie (" <i>principio del Buon Samaritano</i> ") . . . . . | 137  |
| 4. Gli ordini delle autorità rivolti ai <i>provider</i> in merito ai contenuti illeciti . . . . .                                   | 141  |
| 5. Punti di contatto per le autorità e i destinatari . . . . .  | 146  |
| 6. La moderazione dei contenuti, illeciti e non . . . . .   | 147  |
| 7. Termini e condizioni contrattuali generali sulle restrizioni d'utilizzo. . . . .   | 154  |
| 8. Obblighi di relazione trasparente da parte degli intermediari . . . . .  | 157  |
| 9. I segnalatori attendibili (" <i>trusted flaggers</i> ") . . . . .  | 160  |
| <br>  |      |
| <b>10. Esenzione di responsabilità, libero pensiero e manipolazione dei contenuti</b> . . . . .                                     | 165  |
| di Enrico Pelino  |      |
| 1. Esenzione di responsabilità degli intermediari: l'origine del concetto . . . . .   | 165  |
| 2. Condizione essenziale: neutralità degli intermediari . . . . .   | 168  |
| 3. Algoritmi e manipolazione delle informazioni . . . . .   | 170  |
| 4. Concentrazione di potere, forza contrattuale, opacità nelle risposte . . . . .   | 174  |
| 5. Fonti di censura: segnalatori attendibili e risposta alle crisi . . . . .  | 175  |

|  | pag. |
|--|------|
| <b>11. Commissione: ruolo, poteri, disciplina applicabile</b> . . . . .  | 179  |
| di Vito Michele Pavese   |      |
| 1. Introduzione . . . . .  | 179  |
| 2. I poteri della Commissione . . . . .  | 179  |
| 2.1. Indagine . . . . .  | 179  |
| 2.2. Avvio del procedimento e cooperazione nelle indagini . . .  | 181  |
| 2.3. Richieste di informazioni . . . . .   | 186  |
| 2.4. Potere di audizione e di raccogliere informazioni . . . . .   | 191  |
| 2.5. Potere di ispezione . . . . .   | 191  |
| 3. Compiti connessi agli obblighi di diligenza per i prestatori di servizi intermediari . . . . .  | 192  |
| 4. Atti delegati e atti di esecuzione . . . . .  | 196  |
| 5. Riesame . . . . .   | 196  |
| <b>12. Comitato: nozione, disciplina applicabile</b> . . . . .   | 199  |
| di Vito Michele Pavese   |      |
| 1. Introduzione . . . . .  | 199  |
| 2. Definizione . . . . .   | 199  |
| 3. Struttura . . . . .   | 200  |
| 4. Compiti . . . . .   | 200  |
| 5. Compiti connessi agli obblighi di diligenza per i prestatori di servizi intermediari . . . . .  | 202  |
| <b>13. Coordinatori dei servizi digitali, Commissione e sanzioni</b> . . . . .   | 203  |
| di Enrica Priolo   |      |
| 1. Autorità competenti e coordinatori dei servizi digitali . . . . .   | 203  |
| 1.1. Definizioni (art. 3 lett. <i>n</i> ) e <i>o</i> ) DSA, considerando 110 DSA) .  | 203  |
| 1.2. Rapporti tra coordinatori dei servizi digitali e autorità competenti (art. 49 DSA, considerando 110 e 112) . . . . .                  | 204  |
| 2. Radiografia del coordinatore dei servizi digitali: chi è e cosa può fare? (artt. 50 e 51 DSA, considerando 111, 113, 115 e 116 DSA) . . | 207  |
| 3. Le sanzioni (art. 52 DSA, considerando 117) . . . . .   | 210  |
| 4. Diritto di presentare un reclamo (art. 53 DSA, considerando 118) .  | 211  |
| 5. Relazioni sulle attività (art. 55 DSA, considerando 122) . . . . .  | 212  |
| 6. Competenze, indagini coordinate e meccanismi di coerenza . . . .  | 212  |
| 6.1. Meccanismi di coerenza . . . . .  | 212  |
| 6.2. Competenze . . . . .  | 213  |
| 6.3. Assistenza reciproca e indagini comuni (artt. 57 e 60 DSA, considerando 128) . . . . .  | 214  |

|  | pag.       |
|--|------------|
| 6.4. Cooperazione transfrontaliera tra coordinatori dei servizi digitali (art. 58 DSA) . . . . .   | 216        |
| 6.5. Deferimento alla Commissione (artt. 59 e 60, par. 3; considerando 129) . . . . .  | 217        |
| 7. Vigilanza, indagini, esecuzione e monitoraggio in relazione ai fornitori di piattaforme online e di motori di ricerca online di dimensioni molto grandi . . . . . | 218        |
| 7.1. Il ruolo della Commissione nell'ampio sistema di vigilanza . . . . .  | 218        |
| 7.2. Panoramica dei poteri di vigilanza esercitati dalla Commissione . . . . .   | 219        |
| 7.3. Poteri esperibili nel corso di un procedimento: misure provvisorie ed impegni (artt. 71 e 72 DSA; considerando 142) . . . . .                                   | 221        |
| 7.4. La decisione di non conformità (artt. 73, 75 e 79 DSA) . . . . .  | 222        |
| 7.5. Il procedimento . . . . .   | 222        |
| 7.6. Sulle pene (artt. 74, 76, 77 e 78 DSA; considerando 144) . . . . .  | 225        |
| 7.7. Restrizione dell'accesso e cooperazione con i giudici nazionali (art. 82 DSA) . . . . .   | 226        |
| <b>14. Entrata in vigore e applicazione del DSA . . . . .</b>  | <b>229</b> |
| di Luca Bolognini  |            |
| 1. Entrata in vigore e diretta applicazione . . . . .  | 229        |
| 2. Norme subito applicabili . . . . .  | 229        |
| 3. Casi di applicazione anticipata per fornitori di dimensioni molto grandi . . . . .  | 231        |

## Parte II

### IL *DIGITAL MARKETS ACT* (DMA)

|   |            |
|---|------------|
| <b>15. Lo scopo della regolamentazione . . . . .</b>  | <b>235</b> |
| di Maria Vittoria La Rosa   |            |
| 1. Cenni introduttivi . . . . .   | 235        |
| 2. Premessa . . . . .   | 238        |
| 3. L'ascesa e il consolidamento del potere commerciale delle grandi piattaforme: i principali studi . . . . .   | 247        |
| 4. I principali precedenti amministrativi e giurisprudenziali . . . . .   | 260        |
| 5. L'avvio delle consultazioni pubbliche, gli studi preparatori ed i risultati delle analisi . . . . .  | 270        |
| 6. Il DMA: obiettivi e strumenti . . . . .  | 277        |
| 7. Confronto con i precedenti in termini di regolamentazione di mercati e relative infrastrutture da parte del legislatore dell'Unione. Considerazioni conclusive . . . . . | 287        |

|   | pag. |
|---|------|
| <b>16. Il procedimento di designazione del <i>gatekeeper</i></b> . . . . .  | 297  |
| di Marco Scialdone  |      |
| 1. La centralità della figura del <i>gatekeeper</i> nel Digital Markets Act . .   | 297  |
| 2. Il procedimento di designazione . . . . .  | 301  |
| 3. La procedura di revisione . . . . .  | 308  |
| 4. Conclusioni . . . . .  | 310  |
| <br>  |      |
| <b>17. Gli obblighi dei <i>gatekeeper</i></b> . . . . .   | 315  |
| di Giorgio Afferni  |      |
| 1. Premessa . . . . .   | 315  |
| 2. Obblighi relativi ai dati personali degli utenti finali . . . . .  | 316  |
| 3. Obblighi relativi al <i>multi-homing</i> da parte degli utenti commerciali.  | 319  |
| 4. <i>Segue</i> : l'accesso ai dati generati dagli utenti commerciali . . . . .   | 322  |
| 5. Obblighi relativi al <i>multi-homing</i> da parte degli utenti finali . . . . .  | 324  |
| 6. <i>Segue</i> : portabilità dei dati degli utenti finali . . . . .  | 325  |
| 7. Divieto di imporre servizi obbligatori . . . . .   | 326  |
| 8. Accessibilità e pari condizioni nell'uso dei dati per i motori di<br>ricerca . . . . .   | 327  |
| 9. Obblighi di trasparenza nella fornitura dei servizi pubblicitari online.   | 328  |
| 10. Divieto di trattamento più favorevole . . . . .   | 330  |
| 11. Divieto di utilizzare i dati generati dagli utenti commerciali concor-<br>renti . . . . .   | 333  |
| 12. Obblighi relativi all'uso di applicazioni concorrenti . . . . .   | 335  |
| 13. Divieto di <i>lock-in</i> . . . . .   | 336  |
| 14. Obblighi relativi all'interoperabilità orizzontale . . . . .  | 336  |
| 15. Obblighi relativi all'interoperabilità verticale . . . . .  | 340  |
| 16. Obblighi relativi alle condizioni generali del servizio: i servizi di<br>intermediazione online . . . . .                                 | 342  |
| 17. <i>Segue</i> : i servizi di negozi di applicazioni <i>software</i> , motori di ricerca<br>online e <i>social network</i> online . . . . . | 344  |
| 18. Obblighi relativi alla limitazione, sospensione o cessazione del<br>rapporto . . . . .  | 347  |
| 19. Obbligo di prevedere un meccanismo di gestione dei reclami . . .  | 349  |
| 20. Obbligo di prevedere un meccanismo di ADR . . . . .   | 350  |
| 21. Divieto di impedimenti o limiti ai mezzi di ricorso . . . . .   | 352  |
| 22. Osservanza degli obblighi imposti ai <i>gatekeeper</i> . . . . .  | 354  |
| 23. Decisione di sospensione . . . . .  | 357  |
| 24. Decisione di esenzione . . . . .  | 358  |
| 25. Aggiornamento degli obblighi imposti ai <i>gatekeeper</i> . . . . .   | 359  |
| 26. Antielusione . . . . .  | 362  |

|   | pag.       |
|---|------------|
| <b>18. I poteri della Commissione europea nel <i>Digital Markets Act</i> . . . . .</b>  | <b>365</b> |
| di Massimiliano Nicotra   |            |
| 1. I compiti della Commissione europea nel DMA tra disciplina generale e disciplina particolare . . . . .                       | 365        |
| 2. I poteri di indagine di mercato . . . . .  | 369        |
| 3. Indagine di mercato per designazione di un <i>gatekeeper</i> . . . . .   | 372        |
| 4. Indagine di mercato su un'inosservanza sistematica . . . . .   | 373        |
| 5. Indagine di mercato su nuovi servizi e nuove pratiche . . . . .  | 375        |
| 6. I poteri di indagine della Commissione nel DMA: una visione generale . . . . .   | 376        |
| 7. Le richieste di informazioni . . . . .   | 380        |
| 8. Audizioni e dichiarazioni . . . . .  | 381        |
| 9. Le ispezioni . . . . .   | 382        |
| <b>19. Le sanzioni nel <i>Digital Markets Act</i> . . . . .</b>   | <b>387</b> |
| di Fulvio Sarzana di Sant'Ippolito  |            |
| 1. Le caratteristiche comuni e le differenze tra <i>Digital Markets Act</i> (DMA) e <i>Digital Services Act</i> (DSA) . . . . . | 387        |
| 2. L'attuazione ed esecuzione del DMA . . . . .   | 391        |

