

# Legge sui mercati digitali: adozione in sessione plenaria

Nel dicembre 2020 la Commissione europea ha presentato una proposta di regolamento relativo a mercati equi e contendibili nel settore digitale, altrimenti denominato "legge sui mercati digitali". Durante la tornata di luglio 2022 il Parlamento dovrebbe procedere alla votazione sull'accordo politico raggiunto con il Consiglio dai suoi negoziatori.

## Contesto

Attualmente un numero limitato di piattaforme online controlla i principali canali di distribuzione digitali. Ciò è dovuto principalmente a forti effetti di rete (ovvero, è più probabile che gli utenti apprezzino e scelgano piattaforme con un'ampia base di utenti), al ruolo di intermediario delle piattaforme (ossia tra venditori e clienti) e alla loro capacità di accedere a grandi quantità di dati e di procedere alla loro raccolta (ad esempio, dati personali e non personali degli utenti e dati di vendita dei concorrenti). In questo modo, alcune grandi piattaforme che agiscono da gatekeeper controllano l'accesso ai mercati digitali, con comprovati effetti negativi sulla concorrenza. In questo contesto, nel dicembre 2020 la Commissione ha presentato una [proposta](#) per rendere più equi e competitivi i mercati digitali in cui operano i gatekeeper nell'UE.

## Accordo politico

A seguito di negoziati interistituzionali, nel marzo 2022 il Parlamento e il Consiglio hanno raggiunto un [accordo politico provvisorio](#) riguardo alla legge sui mercati digitali. Nel maggio 2022 la commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori (IMCO) del Parlamento ha [approvato](#) l'accordo provvisorio (con 43 voti favorevoli, 1 contrario e 1 astensione).

Le principali disposizioni della legge sui mercati digitali sono le seguenti.

- **Ambito di applicazione e individuazione dei gatekeeper:** le nuove norme della legge sui mercati digitali si applicano alle grandi imprese - designate come "gatekeeper" - che forniscono una serie di servizi, tra cui social network, condivisione di video, assistenti virtuali, browser web, motori di ricerca e pubblicità online. Le soglie quantitative affinché un'impresa rientri nell'ambito di applicazione della legge sui mercati digitali sono fissate a 7,5 miliardi di EUR di fatturato annuo e 75 miliardi di EUR di capitalizzazione di mercato. Le imprese dovrebbero inoltre fornire un servizio di piattaforma di base in almeno tre paesi dell'UE e avere almeno 45 milioni di utenti finali al mese, nonché oltre 10 000 utenti commerciali all'anno.
- **Obblighi e divieti:** la nuova normativa introduce una serie di obblighi per i gatekeeper, tra cui l'obbligo di fornire servizi di messaggistica interoperabili (l'interoperabilità dei social media sarà esaminata in occasione del prossimo riesame) e l'obbligo di garantire che gli utenti abbiano il diritto di annullare l'iscrizione ai servizi di piattaforma di base a condizioni analoghe a quelle di iscrizione. Inoltre, la legge sui mercati digitali vieta varie pratiche, quali l'autoagevolazione (ossia classificare i propri prodotti o servizi al di sopra di quelli di altri) e il riutilizzo dei dati privati raccolti durante la fornitura di un servizio ai fini di un altro servizio.
- **Applicazione:** la Commissione sarà l'unica autorità preposta all'applicazione del regolamento, con l'ausilio di un gruppo ad alto livello di regolatori in ambito digitale, in stretta cooperazione e in coordinamento con le autorità nazionali. I gatekeeper inadempienti saranno soggetti a sanzioni (fino al 20 % del fatturato mondiale in caso di reiterazione), ma anche a rimedi strutturali in caso di inosservanza sistematica (divieto a tempo determinato di acquisire altre imprese).



Relazione in prima lettura: [2020/0374\(COD\)](#); commissione competente: IMCO; relatore: Andreas Schwab (PPE, Germania). Per ulteriori informazioni si veda il [briefing](#) "Legislazione dell'UE in corso".

