

## L'adozione della legge sui servizi digitali

Nel dicembre 2020 la Commissione europea ha pubblicato una proposta di legge sui servizi digitali concepita per rinnovare le norme in materia di moderazione dei contenuti dell'UE e promuovere un ambiente online trasparente e più sicuro. In occasione della sessione plenaria di luglio 2022 il Parlamento voterà sull'accordo politico raggiunto con il Consiglio.

### Contesto

Le norme che disciplinano la fornitura di servizi digitali nell'UE sono rimaste sostanzialmente invariate dall'adozione della [direttiva sul commercio elettronico](#) nel 2000. Tuttavia, negli ultimi 20 anni, le piattaforme online sono diventate attori importanti nell'"[economia dell'attenzione](#)", poiché abbinano gli utenti alle informazioni per loro più rilevanti e spesso tentano di monetizzare il processo mediante pubblicità o transazioni. Inoltre, sono emerse nuove sfide per la società, come la diffusione di merci contraffatte, l'incitamento all'odio e la [disinformazione](#) online. In questo contesto, nel dicembre 2020 la Commissione ha presentato una [proposta](#) di legge sui servizi digitali volta a stabilire nuove "norme orizzontali".

### Accordo politico

A seguito di lunghi negoziati interistituzionali, nell'aprile 2022 il Parlamento e il Consiglio hanno raggiunto un [accordo politico provvisorio](#) riguardo alla legge sui servizi digitali. La commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori del Parlamento (IMCO) ha [approvato](#) l'accordo provvisorio (36 voti favorevoli, cinque contrari e un'astensione) il 16 giugno 2022. Le principali disposizioni della legge sui servizi digitali sono le seguenti:

- Le **piattaforme online** (ad es. social media e mercati) e i **motori di ricerca online** devono adottare misure per proteggere i propri utenti da contenuti, beni e servizi dannosi e illegali.
- Le piattaforme online devono essere più **trasparenti** e maggiormente **responsabili** (ad es. su come i contenuti sono consigliati ai propri utenti) e mettere in atto misure speciali per garantire la sicurezza online dei propri utenti. Non possono **indirizzare la pubblicità** sulla base di dati personali di minori o di dati sensibili (ad es. orientamento sessuale, religione ed etnia). Inoltre, non dovrebbero utilizzare la loro interfaccia online per influenzare il comportamento degli utenti, ad es. "**dark pattern**". I mercati online sono tenuti a compiere maggiori sforzi per garantire che le informazioni fornite dai commercianti online che utilizzano le loro piattaforme siano affidabili, anche attraverso **controlli a campione**.
- Le **piattaforme online di dimensioni molto grandi** e i **motori di ricerca online di dimensioni molto grandi** dovranno rispettare obblighi più rigorosi ai sensi della legge sui servizi digitali, alla luce dei notevoli rischi per la società che essi comportano quando diffondono contenuti illegali e dannosi, inclusa la disinformazione. Dovranno condurre una valutazione annuale del rischio dei loro servizi e adattare la progettazione o gli algoritmi per limitarne l'impatto. Inoltre, sono chiamati a intervenire per limitare le minacce alla salute o alla sicurezza pubblica che il loro funzionamento può comportare in tempi di crisi (ad es. disinformazione sulla COVID-19).
- Le **microimprese e piccole imprese** sono esentate da alcuni obblighi e dispongono di più tempo rispetto ad altre imprese per attuarne altri. La Commissione valuterà l'impatto delle nuove norme sulle piccole imprese.
- I poteri di **esecuzione** sono condivisi tra le autorità nazionali, che controllano le piattaforme più piccole, e la Commissione, che ha competenza esclusiva per le piattaforme e i motori di ricerca online di dimensioni molto grandi.



Relazione in prima lettura: [2020/0361\(COD\)](#); commissione competente: IMCO; relatrice: Christel Schaldemose (S&D, Danimarca). Per ulteriori informazioni si veda il [briefing](#) "Legislazione dell'UE in corso".

