



# *REGOLAMENTO "PLATFORM TO BUSINESS"*

Jessica D'Andrea  
Francesca Pesolillo  
Marina Sergi  
Federica Vicaretti  
Ulyana Bobak

# In che contesto si è sviluppato il regolamento P2B?

L'economia digitale, basata sulle tecnologie informatiche, comprende tutte le attività economiche che si sono sviluppate sulle tecnologie digitali e che ad esse fanno riferimento.

Tra le varie forme che può assumere l'economia digitale vi è l'e-commerce, una forma di commercio e vendita di beni o servizi che si effettua attraverso Internet, con piattaforme IT di diverso genere e struttura.

Internet si è trasformato in un enorme mercato globale grazie ad un grande varietà di prodotti e servizi che oggi sono offerti e scambiati online.

L'impatto dell'e-commerce diviene sempre più importante perché ci sono sempre più persone che acquistano online, attratte da vasti assortimenti, da offerte e prezzi convenienti, dalla comodità di poter ordinare da casa e da quella di poter ricevere la merce ordinata e acquistata al proprio domicilio.

# Le motivazioni che hanno portato al regolamento

Nell'ambito del commercio elettronico di notevole importanza sono le **piattaforme digitali**.

La contestazione da parte di utenti "business" di questi servizi che in svariate occasioni hanno lamentato un deficit di chiarezza e trasparenza ha portato l'UE a prefissarsi l'obiettivo di migliorare queste situazioni di deficit e assicurare la possibilità di avvalersi di idonei meccanismi di ricorso in ambito comunitario.

A tali esigenze risponde il **regolamento UE 2019/1150** del 20 giugno 2019 (pubblicato in Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea l'11 luglio 2019)

**PIATTAFORME DIGITALI:** infrastrutture digitali in grado di connettere tra loro i sistemi diversi ed esporli agli utenti mediante interfacce semplificate ed integrate.

## Alcuni dati:

- più di 1 milione di imprese dell'UE utilizza piattaforme digitali;
- 60% dei consumi privati e 30% dei consumi pubblici di beni e servizi si effettuano tramite intermediari finanziari



# REGOLAMENTO EUROPEO PLATFORM TO BUSINESS

È entrato in vigore il 12 luglio 2020

*A chi si applica?*

## I DESTINATARI

- Servizi di intermediazione online;
- Motori di ricerca online.

## SONO ESCLUSI

- Servizi di pagamento online;
- Strumenti di pubblicità online;
- Scambi pubblicitari online.

## QUAL È L'OBIETTIVO PRIMARIO?

Stabilire un quadro giuridico che garantisca termini e condizioni trasparenti per gli utenti commerciali delle piattaforme online, nonché mezzi effettivi di ricorso in caso di mancato rispetto di tali termini e condizioni.



## SERVIZI DI INTERMEDIAZIONE ONLINE

Piattaforme digitali che consentono agli utenti commerciali di offrire i propri beni e servizi ai consumatori finali.

Il loro scopo è quello di mettere in contatto e facilitare la transazione diretta tra questi due soggetti.

Le piattaforme costituiscono uno strumento utile per le imprese e sempre più utilizzato.

Un report *Eurobarometro* dell'aprile 2016 ha stimato che circa il 42% delle piccole/medie imprese dell'UE utilizza questi strumenti per portare i propri prodotti sul mercato online.



Esempi di servizi di intermediazione online:

**Marketplaces**  
(Amazon, Zalando, eBay)

**App stores**  
(Google Play, Apple App Store)

**Social media a scopi professionali**  
(Facebook, Instagram)



## Arma a doppio taglio:

- da un lato offrono un notevole potenziale in termini di **accesso efficiente ai mercati**
- dall'altro lato le imprese ne stanno diventando sempre più dipendenti ma **hanno dei vincoli** dovuti al fatto che non riescono a sfruttarne appieno il potenziale

Secondo l'impact assessment della *Commissione Europea* dell'aprile 2018 circa il **50% delle imprese** che utilizzano servizi di intermediazione online **incontrano problemi** che possono causare anche perdite economiche

## Le principali problematiche riscontrate sono:

- dal punto di vista dei **fruitori dei servizi**: pratiche commerciali potenzialmente dannose e mancanza di efficaci meccanismi di ricorso a livello europeo
- dal punto di vista dei **fornitori**: la forte frammentazione normativa europea rende difficile l'operare nei mercati online



# TRASPARENZA ED EQUITÀ

Il nuovo regolamento consentirà alle imprese dell'UE di sfruttare appieno i vantaggi dell'economia digitale.

Il provvedimento si muove su **due direttrici**:

1. **Equità**: garantire pari condizioni agli utenti
2. **Trasparenza**:
  - delle disposizioni contrattuali
  - dei criteri di posizionamento
  - dei "conflitti d'interesse"



# IL REGOLAMENTO (UE) 2019/1150 “PLATFORM TO BUSINESS”: Considerazioni alla base del regolamento

La costituzione del regolamento “P2B” fonda le proprie ragioni sull’importanza dei servizi di intermediazione online che:

→ possono contribuire a migliorare il benessere dei consumatori e sono sempre più utilizzati nei settori sia privato che pubblico;

→ costituiscono elementi determinanti per l’imprenditorialità, per nuovi modelli di business, per il commercio e l’innovazione offrendo accesso a nuovi mercati e opportunità commerciali.

I beneficiari di tali vantaggi sono i consumatori che godono di una maggiore possibilità di scelta di beni e servizi nonché di una molteplicità di offerte a prezzi competitivi online.

Tuttavia, occorre tenere presente che:

- l’incremento delle intermediazioni e delle transazioni attraverso i servizi di intermediazione online, alimentati da forti effetti indiretti di rete, conduce ad un aumento della dipendenza da tali servizi degli utenti commerciali (in particolare le microimprese e le PMI), per raggiungere i consumatori;

- dato l’aumento della dipendenza, i fornitori di tali servizi godono spesso di un potere contrattuale superiore, che consente loro di agire di fatto unilateralmente in maniera iniqua danneggiando gli interessi legittimi dei loro utenti commerciali e, indirettamente, anche dei consumatori dell’Unione.

**Il regolamento affronta tali frizioni potenziali nell’economia delle piattaforme online.**



**Negli ultimi anni i consumatori hanno accolto favorevolmente l'utilizzo dei servizi di intermediazione online e per il loro benessere è quindi essenziale garantire un ecosistema online competitivo, equo e trasparente, in cui le imprese agiscono in modo responsabile, contribuendo indirettamente a migliorare la fiducia dei consumatori nell'economia delle piattaforme online.**

### **Elementi critici nel raggiungimento di tale obiettivo sono:**

- **i motori di ricerca online**

Costituiscono importanti fonti di traffico Internet per le imprese che offrono beni o servizi ai consumatori mediante i siti web ed influiscono per tale ragione sul successo commerciale degli utenti titolari di siti web aziendali che offrono i loro beni/servizi online sul mercato interno con un impatto notevole sulla scelta del consumatore.

- **ampia gamma di relazioni fra impresa e consumatore intermediata online da fornitori che effettuano servizi multilaterali.**

Si tratta dei c.d. servizi di intermediazione online caratterizzati dall'obiettivo di facilitare l'avvio di transazioni dirette tra utenti commerciali e consumatori, indipendentemente dal fatto che le transazioni siano sostanzialmente concluse online, sul portale online del fornitore di servizi di intermediazione online in questione o su quello dell'utente commerciale, offline, o non lo siano affatto.

## I TERMINI E CONDIZIONI DEI CONTRATTI DEI FORNITORI DI SERVIZI DI INTERMEDIAZIONE ONLINE

Aspetto importante riguardante i fornitori di servizi di intermediazione online sono i termini e le condizioni che questi utilizzano nei rapporti contrattuali.

**È diffuso l'utilizzo di termini e condizioni generali pre-formulati.**

Quest'ultimi dovrebbero:

- essere redatti in un linguaggio semplice e comprensibile, non vago o non dettagliato, soprattutto su questioni commerciali importanti;
- consentire (tramite il rispetto del punto precedente) agli utenti commerciali di determinare le condizioni commerciali per l'utilizzo, la cessazione e la sospensione dei servizi di intermediazione online, e di ottenere la prevedibilità riguardo alla loro relazione commerciale;
- garantire la loro trasparenza al fine di promuovere relazioni commerciali sostenibili e prevenire comportamenti sleali a discapito degli utenti commerciali.

Pertanto, in relazione a tali termini e condizioni, **i fornitori di servizi di intermediazione online dovrebbero assicurare:**

- la facile reperibilità a tutti i livelli del rapporto commerciale (Esempio: anche dagli utenti commerciali potenziali nella fase precontrattuale);
- la notifica agli utenti commerciali interessati di qualsiasi modifica a tali termini e condizioni su un supporto durevole entro un termine di preavviso ragionevole e proporzionato a seconda delle specifiche circostanze (**N.B.: il preavviso minimo è di 15 giorni** in modo che gli utenti commerciali possano risolvere il contratto dalla ricezione della notifica di una modifica)

Al fine di tutelare gli utenti commerciali e garantire la certezza del diritto per entrambe le parti, **i termini e le condizioni non conformi sono considerate nulle con effetti erga omnes**. Le disposizioni rimanenti restano valide e applicabili nei limiti in cui possono essere dissociate da quelle non conformi.

**Cosa tratta nel dettaglio il regolamento:** termini contrattuali specifici, in particolare in situazioni di squilibrio del potere contrattuale tra fornitori di servizi di intermediazione online e utenti commerciali, al fine di garantire che le relazioni contrattuali siano condotte in buona fede in maniera corretta.

**Sono stati individuati degli elementi a favore degli utenti commerciali a fronte di obblighi in capo ai fornitori di servizi di intermediazione online.**

In particolare, quest'ultimi devono:

- determinare con chiarezza per le condizioni in base alle quali la relazione contrattuale può essere terminata;
- garantire che le condizioni per la cessazione siano sempre proporzionate e possano essere messe in atto senza indebite difficoltà;
- far sì che gli utenti commerciali siano sempre pienamente informati in merito ad un eventuale accesso che i fornitori di servizi di intermediazione online mantengono, dopo la scadenza del contratto, alle informazioni che gli utenti commerciali forniscono utilizzando i loro servizi per sapere se il fornitore condivide con terze parti i dati che sono stati generati.

**POSTILLA:** in determinati casi i fornitori di servizi di intermediazione online possono limitare nei termini e nelle condizioni la capacità degli utenti commerciali di offrire prodotti o servizi ai consumatori in condizioni più favorevoli mediante mezzi diversi da tali servizi di intermediazione online.

In tali casi questi sono tenuti ad esporre le congrue ragioni con riguardo soprattutto alle principali valutazioni di ordine economico, commerciale o giuridico relative alle limitazioni.

## I SISTEMI INTERNI DI GESTIONE DEI RECLAMI

**Altro elemento** individuato dal regolamento a favore degli utenti commerciali (compresi quelli il cui utilizzo dei relativi servizi di intermediazione online viene limitato, sospeso o cessato) è il sistema interno di gestione dei reclami fornito dai fornitori dei servizi di intermediazione online.

### **Caratteristiche principali del sistema interno di gestione dei reclami:**

- **si basa sui principi di trasparenza e di parità di trattamento;**
- **assicurare la risoluzione di una quota significativa di reclami tra il fornitore di servizi di intermediazione online e l'utente commerciale entro un lasso di tempo ragionevole. Tuttavia, nel corso della durata del reclamo, i fornitori di servizi di intermediazione online possono comunque mantenere in vigore la decisione da essi adottata;**
- **consentono ai fornitori di servizi di intermediazione online un ragionevole grado di flessibilità nell'esercizio di tali sistemi e nell'affrontare i singoli reclami in maniera proporzionata (evitando qualsiasi tentativo di usare in mala fede tali sistemi da parte di alcuni utenti commerciali).**

Al fine di agevolare la mediazione i fornitori di servizi di intermediazione online dovrebbero identificare almeno due mediatori del settore pubblico o privato con i quali sono disposti ad impegnarsi in buona fede attraverso qualunque tentativo di mediazione condotto secondo quanto stabilito dal regolamento. Tale obbligo vale anche per gli utenti commerciali.

**La mediazione che si raggiunge tramite l'utilizzo di tali sistemi costituisce un mezzo per risolvere le controversie in modo soddisfacente stabilendo soluzioni il più possibile raggiungibili, eque, efficaci ed efficienti, senza dover ricorrere a tribunali con processi lunghi e costosi.**

## LA GIUSTA APPLICAZIONE DEL REGOLAMENTO “PLATFORM TO BUSINESS”: IL RUOLO DELLA COMMISSIONE

Per garantire l'efficace applicazione di tale regolamento si dovrebbe consentire alle organizzazioni e alle associazioni degli utenti commerciali di ricorrere ai giudici nazionali. Tali azioni giudiziarie nazionali mirano a bloccare le violazioni delle norme stabilite nel regolamento e a prevenire futuri danni che potrebbero compromettere le relazioni commerciali dell'economia delle piattaforme online.

Per evitare conflitti di d'interesse, è opportuno evitare che tali organizzazioni ed associazioni siano soggette ad un'indebita influenza da parte dei fornitori di servizi di intermediazione online.

La Commissione dovrebbe monitorare costantemente l'applicazione del regolamento in collaborazione con gli Stati membri. Essa dovrebbe mirare a creare una rete di scambio di informazioni facendo leva su pertinenti organismi di esperti, su centri di eccellenza e sull'Osservatorio dell'economia delle piattaforme online. Gli Stati membri dovrebbero invece fornire alla Commissione tutte le informazioni di cui dispongono. Infine, questo esercizio dovrebbe beneficiare della maggiore trasparenza generale nelle relazioni commerciali tra utenti commerciali.

## ...ED I CODICI DI CONDOTTA

All'applicazione appropriata del presente regolamento possono contribuire i codici di condotta, i quali dovrebbero essere formulati in modo obiettivo e non discriminatorio dalle organizzazioni ed associazioni che rappresentano i fornitori di servizi.

La Commissione dovrebbe valutare periodicamente il regolamento e monitorarne attentamente gli effetti sull'economia delle piattaforme online, in particolare per stabilire la necessità di modificarlo in base agli sviluppi tecnologici.

Dovrebbe inoltre tener conto delle informazioni utili alla valutazione di tale regolamento fornite dai gruppi di esperti, oltre che dei pareri degli stessi. Quindi, dopo aver effettuato una valutazione complessiva può procedere per adottare le misure adeguate.

**GLI ARTICOLI  
DEL  
REGOLAMENTO  
“PLATFORM TO  
BUSINESS”**

---

## Articolo 1: Oggetto e ambito di applicazione

La finalità principale di questo regolamento è il corretto funzionamento del mercato attraverso la formulazione di norme volte a garantire equità e trasparenza.

Come abbiamo già visto, il Regolamento *si applica* ai servizi di intermediazione online e ai motori di ricerca online. Non si applica ai servizi di pagamento online o agli strumenti di pubblicità online.

Il presente regolamento non pregiudica la legislazione nazionale né quella dell'Unione, che vieta o sanziona i comportamenti unilaterali e le pratiche commerciali sleali nella misura in cui gli aspetti non sono previsti dal regolamento.

## Articolo 2: Definizioni

Vengono applicate poi una serie di definizioni, quali quella di *'utente commerciale'*, *'servizi di intermediazione online'*, *'fornitore di servizi di intermediazione online'*, *'consumatore'*, *'motore di ricerca'*...



### Articolo 3: Termini e condizioni

I fornitori di servizi di intermediazione online (aventi una chiara identificazione) garantiscono che i loro termini e le loro condizioni:

- siano redatti in un linguaggio semplice e comprensibile
- siano facilmente reperibili dagli utenti commerciali

I fornitori di servizi di intermediazione online comunicano agli utenti commerciali interessati qualunque modifica proposta dei loro termini e delle loro condizioni, le quali non possono essere applicate prima della scadenza di un termine di preavviso adeguato al tipo di modifica (il preavviso non è previsto in situazioni particolari)

### Articolo 4: Limitazione, sospensione e cessazione

Un fornitore di servizi di intermediazione online che decida di limitare o sospendere la fornitura dei suoi servizi ad un determinato utente commerciale, deve spiegare le motivazioni di tale scelta fornendo all'utente commerciale l'opportunità di chiarire i fatti.

Anche in questo caso valgono le regole del preavviso come nell'articolo 3.

## Articolo 5: Posizionamento

- I fornitori di servizi di intermediazione online stabiliscono nei loro termini e nelle loro condizioni i parametri che determinano il posizionamento e i motivi della loro importanza.
- Inoltre, individuano i principali parametri che, individualmente o collettivamente, sono più significativi per determinare il posizionamento rispetto ad altri.

## Articolo 6: Prodotti e servizi accessori

Quando il fornitore di servizi di intermediazione online offre ai consumatori prodotti e servizi accessori 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 autorizzato a offrire i propri prodotti e servizi accessori attraverso i servizi di intermediazione online.

## Articolo 7: Trattamento differenziato

- I fornitori di servizi di intermediazione online inseriscono nei termini e condizioni la descrizione di un trattamento differenziato, facendo riferimento alle principali considerazioni economiche, commerciali e giuridiche per tale particolare trattamento.
- In particolare, qualsiasi trattamento differenziato deriva da specifiche misure adottate dal fornitore.

## Articolo 8: Clausole contrattuali specifiche

Al fine di garantire la **correttezza** e la **buona fede** tra fornitori di servizi di intermediazione online e gli utenti commerciali,  
i fornitori di servizi di intermediazione online:

- ✘ Non impongono modifiche retroattive dei termini e delle condizioni;
- ✔ Garantiscono le informazioni su come risolvere la relazione contrattuale;
- ✔ Inseriscono una descrizione relativa all'accesso tecnico e contrattuale → le informazioni fornite che essi conservano dopo la scadenza del contratto.

## Articolo 9: Accesso ai dati

I fornitori di servizi di intermediazione online inseriscono nei loro termini una descrizione relativa all'accesso tecnico e contrattuale ai dati personali o ad altri dati forniti dagli utenti commerciali o dai consumatori e devono informare gli utenti di:

- la possibilità di accedere da parte dei fornitori ai dati;
- la possibilità di accedere ai dati da parte degli utenti.

## Articolo 10: Limitazioni all'offerta di condizioni diverse mediante altri mezzi

I fornitori di servizi online, qualora decidano di limitare la capacità degli utenti di offrire gli stessi beni e servizi ai consumatori a condizioni diverse, tramite mezzi diversi, devono includere le ragioni di tali condizioni nei loro termini.

Fatta eccezione per limitazioni derivanti da atti del diritto dell'Unione o del diritto degli Stati membri

## Articolo 11: Sistema interno di gestione dei reclami

*Caratteristiche: **facilmente accessibile** e **gratuito**, basato sulla **trasparenza**.*

Permette agli utenti di presentare reclami direttamente al fornitore riguardanti:

- inadempienza degli obblighi;
- problemi tecnologici;
- comportamenti adottati dal fornitore.

I fornitori di servizi di intermediazione online:

- prestano **attenzione** ai reclami;
- trattano in modo **rapido** ed **efficace**;
- comunicano l'**esito**.

I fornitori di servizi predispongono nei loro termini informazioni sul funzionamento del sistema tra cui figurano:

- **numero** di reclami presentati;
- principali **tipologie** di reclami;
- **tempo** necessario per trattarli;
- dati aggregati relativi all'**esito** dei reclami.

Queste disposizioni non si applicano ai fornitori di servizi di intermediazione online che sono piccole imprese ai sensi dell'allegato della raccomandazione 2003/361/CE.

## Articolo 12: Mediazione

I fornitori di servizi di intermediazione online indicano due o più mediatori **facilmente raggiungibili** (fisicamente o virtualmente).

Requisiti: **imparzialità, indipendenza, conoscenza linguistica, tempestività, conoscenze di rapporti commerciali.**

I fornitori di servizi di intermediazione online e gli utenti commerciali hanno il diritto di promuovere un'azione giudiziaria in qualsiasi momento.

I fornitori di servizi di intermediazione online sostengono una parte **ragionevole** dei costi totali della mediazione (dipende dal caso)

Su richiesta di un utente commerciale i fornitori di servizi mettono a disposizione le informazioni sul **funzionamento e sull'efficacia** della mediazione

## Articolo 13: Mediatori specializzati

La Commissione incoraggia l'istituzione di **organizzazioni di servizi di mediazione** (che soddisfino i requisiti articolo 12), per agevolare la risoluzione extragiudiziale delle controversie con gli utenti commerciali (tenendo conto della natura **transfrontaliera** dei servizi di intermediazione online).

## Articolo 14: Procedimenti giudiziari da parte di organizzazioni rappresentative o di associazioni e da parte degli organismi pubblici

Per garantire l'efficace applicazione del presente regolamento, le organizzazioni che rappresentano gli utenti commerciali o gli utenti titolari di siti web aziendali hanno la possibilità di adire i giudici nazionali solo se soddisfano seguenti condizioni:

- costituite secondo il **diritto** di uno **Stato membro**;
- obiettivi nell'**interesse collettivo** di un gruppo di utenti;
- **non** hanno **scopo di lucro**;
- decisioni **non influenzate da finanziatori terzi** (motori di ricerca online) → organizzazioni e associazioni divulgano pubblicamente le informazioni sulla loro composizione e fonti di finanziamento.

Gli Stati membri sono incoraggiati a scambiarsi **migliori pratiche** e **informazioni** sulla base dei registri degli atti illeciti.

Possono designare:

organizzazioni o associazioni, organismi pubblici istituiti sul proprio territorio, che soddisfano determinati requisiti richiesti.

Gli Stati membri comunicano alla Commissione il nome e le finalità di tali organizzazioni.

La Commissione compila un elenco → pubblicato nella **Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea** → come prova di capacità giuridica di tali organizzazioni.

Nel caso in cui la Commissione esprima dubbi sui requisiti → lo Stato membro svolge accertamenti (oppure revoca la designazione).

### Articolo 15: Applicazione

Ogni Stato membro garantisce l'adeguata ed **efficace applicazione** del regolamento.  
Gli Stati membri adottano le norme che stabiliscono le **misure (efficaci, proporzionate e dissuasive)** applicabili alle violazioni del regolamento.

### Articolo 16: Monitoraggio

Commissione e gli Stati membri, monitorano l'impatto del regolamento sulle relazioni tra i servizi di intermediazione online e i loro utenti commerciali e tra i motori di ricerca online e i titolari di siti web aziendali.

### Articolo 17: Codici di condotta

La Commissione incoraggia i fornitori a

- 1) elaborare i **codici di condotta** → per contribuire alla corretta applicazione del regolamento (in base alle specificità di ciascun settore) e dell'*articolo 5*.
- 2) Adottare e applicare codici di condotta settoriali.

## Articolo 18: Revisione

Entro il 13 gennaio 2022 (ogni 3 anni) la Commissione procede a una valutazione del regolamento → presentando una **relazione** al Parlamento europeo, al Consiglio e al Comitato economico e sociale europeo.

La valutazione è svolta allo scopo di:

- stabilire se gli **obblighi** (articoli 3 e 10) siano stati rispettati;
- valutare l'**efficacia** dei **codici di condotta** (equità, trasparenza);
- analizzare i **problemi** (da pratiche commerciali sleali);
- esaminare la **concorrenza** e l'utilizzo delle informazioni privilegiate;
- valutare gli **effetti** del presente regolamento su squilibri a livello delle relazioni commerciali;
- valutare se l'ambito di applicazione del regolamento non incoraggi il falso lavoro autonomo.

Le valutazioni stabiliscono se sono necessarie disposizioni supplementari per garantire che il contesto dell'attività commerciale online nel mercato interno sia **equo, prevedibile, sostenibile e sicuro**.

Nell'eseguire la valutazione del presente regolamento, la Commissione tiene conto anche delle relazioni presentate dal gruppo di esperti dell'osservatorio dell'economia delle piattaforme online.

## Articolo 19: Entrata in vigore e applicazione

Il presente regolamento entra in vigore il ventesimo giorno successivo alla pubblicazione nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*.

Esso si applica a decorrere dal 12 luglio 2020.

Il presente regolamento è obbligatorio in tutti i suoi elementi e direttamente applicabile in ciascuno degli Stati membri.



# SITOGRAFIA

## **Regolamento Platform to Business**

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019R1150&from=EN>

## **Confindustriaradiotv - 13 Luglio 2020:**

<https://confindustriaradiotv.it/ue-dal-12-luglio-si-applica-il-regolamento-platform-to-business/>

## **Puntoinformatico - 10 Luglio 2020:**

<https://www.punto-informatico.it/platform-to-business-piattaforme-online-regole/>

## **agendadigitale.eu - 22 Giugno 2020:**

<https://www.agendadigitale.eu/mercati-digitali/ecommerce/nuove-regole-per-gli-utenti-commerciali-delle-piattaforme-che-cambia-dal-12-luglio/>

<https://www.intesa.it/piattaforme-digitali-cosa-sono-e-a-cosa-servono/>

<https://www.ipsoa.it/documents/impresa/contratti-dimpresa/quotidiano/2019/09/04/commercio-digitale-nuove-regole-trasparenza-tutela-anche-imprese>

<https://www.ipsoa.it/documents/impresa/contratti-dimpresa/quotidiano/2019/09/04/commercio-digitale-nuove-regole-trasparenza-tutela-anche-imprese>

<https://www.consilium.europa.eu/it/press/press-releases/2019/06/14/eu-introduces-transparency-obligations-for-online-platforms/>