

Il Regolamento UE sui Mercati Digitali – Digital Markets Act ‘DMA’

Prof. Pier Luigi Parcu
Istituto Universitario Europeo
29 Novembre 2024

Al fine di aumentare la **contendibilità** dei mercati digitali e l'**equità** nei rapporti commerciali tra BigTech e imprese, il DMA, basandosi sull'esperienza antitrust, impone obblighi nello svolgimento di funzioni di intermediazione delle BigTech tra imprese e utenti finali.

Il DMA impone **obblighi asimmetrici**, comportamentali e strutturali ,sui gatekeepers, ovvero le piattaforme riconosciute come punti d'accesso indispensabili ai mercati digitali.

Le imprese digitali che vogliono operare nella UE devono rispettare nuovi obblighi regolamentari mai testati prima.

- Il DMA si rivolge solo a imprese qualificate come **gatekeeper** che:
- a. hanno un impatto significativo sul mercato interno (presunto a fronte della presenza in almeno 3 Stati membri e fatturato annuale in UE di €7.5 mld o capitalizzazione di mercato media > €75 mld);
 - b. sono uno sbocco importante per gli utenti commerciali per raggiungere gli utenti finali (presunto per > 45 mln di utenti finali attivi mensili e > 10.000 utenti commerciali attivi su base annua in UE);
 - c. hanno o è prevedibile che avranno una posizione consolidata e duratura nell'ambito delle propria attività (presunta se le soglie di utenti sono raggiunge per tre anni consecutivi).

Il DMA si concentra su servizi digitali selezionati, i c.d. “**servizi di piattaforma di base**”:

- servizi di intermediazione online;
- motori di ricerca;
- social networks;
- servizi di comunicazione indipendenti dal numero;
- sistemi operativi, ecc...

Riconoscendo la dinamicità del settore digitale, la Commissione può proporre iniziative legislative per ampliare o restringere la lista dei servizi di piattaforma di base.



Gatekeeper Designations



Gatekeeper

- Alphabet
- Amazon
- Apple
- Booking
- ByteDance
- Meta
- Microsoft

Core Platform Service



Gli obblighi del DMA sono di due tipi **auto-esecutivi** e a “**dialogo regolatorio**”:

Tra gli **obblighi auto-esecutivi** sono all’art. 5:

- art. 5 par. 2: *obbligo di mantenere separati i dati personali derivanti dai diversi servizi* del gatekeeper e dai servizi di terzi disponibili attraverso il gatekeeper in assenza di specifico consenso dell’utente (c.d. “data silos” di cui al caso Facebook Germania 2019);

- art. 5 par. 3: *divieto di imporre clausole di parità di prezzo sugli utenti commerciali* (i.e., eredità dei casi nazionali contro le intese restrittive di Booking.com 2015);

- art. 5 par. 5: *obbligo di permettere la portabilità dei contenuti sui servizi di piattaforma di base* anche se acquistati da utenti commerciali terzi;

- art. 5 par. 7-8: *divieto di pratiche leganti tra i servizi dei gatekeepers* (ad es. tra servizi di identificazione o di pagamento di un gatekeeper e i servizi forniti dagli utenti commerciali accessibili tramite il gatekeeper, caso pendente della Commissione contro Apple)

Gli obblighi a **“dialogo regolatorio”** con la Commissione sono agli artt. 6 e 7:

art. 6 par. 2: ***divieto di usare i dati degli utenti commerciali per competere contro gli stessi utenti commerciali*** (i.e., caso Amazon 2022 chiuso dalla Commissione con accettazione di impegni);

art. 6 par. 3: ***obbligo di permettere la disinstallazione di app pre-installate e di cambiare le impostazioni di default*** su sistemi operativi, assistenti virtuali, browser web (i.e., caso Google Android 2018);

art. 6 par. 4-7: ***obbligo di consentire l’interoperabilità di app, negozi di app, servizi e hardware*** di terze parti con il sistema operativo, l’hardware e software del gatekeeper;

art. 6 par. 5: il ***divieto di “self-preferencing”***: “Il gatekeeper non garantisce un trattamento più favorevole, in termini di posizionamento e relativi indicizzazione e crawling, ai servizi e prodotti offerti dal gatekeeper stesso rispetto a servizi o prodotti analoghi di terzi;

art. 6 par. 12: ***obbligo di praticare condizioni “FRAND”*** (acronimo di “fair, reasonable and non-discriminatory”) per l’accesso degli utenti commerciali ai negozi di app, motori di ricerca e social network.

- art. 7: ***obbligo di permettere a titolo gratuito l'interoperabilità tra i servizi di comunicazione*** indipendenti dal numero del gatekeeper e quelli di terzi richiedenti mantenendo lo stesso livello di sicurezza e crittografia già fornito ai propri utenti finali:
- ***messaggi e contenuti fra due singoli utenti finali*** a partire dagli ordinari sei mesi dalla decisione di designazione come gatekeeper (2024?)
- ***messaggi e contenuti all'interno di gruppi di utenti*** entro due anni dalla decisione di designazione come gatekeeper (2025?)
- ***chiamate voce e video*** entro quattro anni dalla decisione di designazione come gatekeeper (2027?).