



Diritto e innovazione

La regolamentazione delle piattaforme online

di [Elisa Arbia](#)

20 novembre 2020

Digital package: verso la regolamentazione delle piattaforme online

di Elisa Arbia

sommario: 1. Introduzione. – 2. I mercati digitali. – 3. Attuale quadro normativo. – 4. Verso una regolamentazione dei *gatekeeper*: il *Digital Package* – 4.1. Piattaforme come canali per la diffusione di contenuti, beni e servizi illeciti – 4.2. Regolamentazione *ex ante* – 5. Considerazioni finali

1. Introduzione

A partire dall'inizio del XXI secolo abbiamo assistito allo sviluppo e diffusione delle grandi piattaforme online quali potenti mezzi per sfruttare appieno la tecnologia internet. Attualmente più di un milione di imprese europee raggiunge i propri clienti attraverso tali piattaforme, e si stima che circa il 60% dei consumi privati e il 30% dei consumi pubblici di beni e servizi legati all'economia digitale complessiva siano processati attraverso intermediari online^{[\[1\]](#)}.

Se da una parte, come accade sempre nelle economie di mercato, le imprese pioniere sono state premiate con l'acquisizione di un solido potere di mercato e dei relativi profitti, dall'altra il mondo digitale presenta delle specificità che rendono tale potere difficile da contrastare. In

generale, la principale peculiarità di queste piattaforme è quella di creare, a partire dalle proprie competenze di base, interi ecosistemi in cui sono in grado di controllare l'accesso e la permanenza sul mercato delle imprese e indirizzare le scelte dei consumatori.

La crescente intermediazione nelle transazioni commerciali da parte di queste piattaforme, come si vedrà nel proseguo, combinata con forti effetti indiretti di rete, e alimentata dai vantaggi competitivi estratti dallo sfruttamento dei dati, porta ad una sempre maggiore dipendenza delle imprese dalle piattaforme online, che finiscono per operare quasi come "guardiani"(c.d. *gatekeepers*) dei mercati e dei consumatori.

Non a caso, in dottrina, si è parlato delle piattaforme online non solo come *gatekeepers* ma anche di veri e propri “stati nazionali”[\[2\]](#): *“Nella complessità dei problemi di governance che devono affrontare, le grandi piattaforme assomigliano agli stati nazionali. Con oltre 1,5 miliardi di utenti, Facebook supervisiona una “popolazione” più grande di quella cinese. Google gestisce il 64% delle ricerche online negli Stati Uniti e il 90% di quelle in Europa, mentre Alibaba gestisce più di 1 trilione di yuan (162 miliardi di dollari) di transazioni all'anno e rappresenta il 70% di tutte le spedizioni commerciali in Cina. Le piattaforme online di queste dimensioni controllano sistemi economici più grandi di molte economie nazionali [...]”*.

È evidente, allora, come la pressione sulle autorità di concorrenza e sui legislatori europei sia sempre più forte, e i tempi potrebbero essere maturi per una prima vera regolamentazione dei mercati digitali, in linea, peraltro, con le priorità europee individuate dalle linee guida politiche tracciate dal presidente della Commissione Europea, Ursula von der Leyen[\[3\]](#).

Il *Digital Service Act Package*[\[4\]](#), atteso per i primi di dicembre, è rivolto proprio a questo obiettivo, nel tentativo di rafforzare il mercato unico per i servizi digitali e innalzare il livello di innovazione e concorrenza nell'orizzonte europeo online.

Dopo una breve disamina delle caratteristiche dei mercati digitali (paragrafo 2) il presente contributo intende fornire un quadro generale dell'attuale normativa europea (paragrafo 3), per poi illustrare la proposta al momento al vaglio della Commissione Europea (paragrafo 4).

2. I mercati digitali

I mercati digitali presentano una serie di caratteristiche comuni[\[5\]](#), destinate ad avere un impatto positivo su consumatori e imprese. Permettono una maggiore scelta e una più facile comparazione per i consumatori, che possono godere di prodotti innovativi; aiutano le imprese

agevolando il commercio intra e transfrontaliero; facilitano l'accesso sul mercato di nuovi operatori. Senonché sono proprio queste caratteristiche a sollevare perplessità sotto un profilo concorrenziale e di tutela dei consumatori.

Si tratta, infatti, di mercati molto concentrati e trasparenti in cui è più facile monitorare le condotte dei concorrenti pervenendo a collusioni tacite e altre forme di coordinamento, facilitate altresì da un ampio uso di algoritmi che permettono l'adattamento alle condotte dei concorrenti anche attraverso meccanismi di riadeguamento automatico di prezzi.

Allo stesso tempo gli operatori dei mercati digitali possono godere di forti economie di scala ed effetti di rete alimentati dallo sfruttamento dei dati raccolti per mezzo di servizi per così dire "gratuiti". Questi meccanismi, che in questa sede non è possibile approfondire, sono alla base di scenari c.d. "*winner takes it all*" o "*winner takes the most*", in cui una volta acquisito il potere di mercato o, spesso, la dominanza, tale posizione è molto difficile da contrastare per gli altri operatori.

Il *loop* positivo è ben noto. Le piattaforme digitali collegano molte aziende con molti consumatori attraverso i loro servizi. A loro volta questi servizi permettono alla piattaforma di accedere a grandi quantità di dati, che possono essere sfruttati per migliorare ulteriormente i propri servizi o sviluppare nuovi servizi nei mercati adiacenti.

In questo scenario il successo di qualsiasi tentativo di sfidare un operatore consolidato nel mercato, c.d. *incubent*, dipenderà dalla capacità di un potenziale rivale di attrarre una massa critica di utenti e quindi di generare i propri effetti positivi di rete.

Alla luce del quadro sinora delineato pare lecito domandarsi in che modo sia possibile depurare le piattaforme online dei richiamati effetti distorsivi sul mercato, assicurando il corretto dipanarsi del gioco della concorrenza sia *per* i mercati digitali (al fine di assicurare che le piattaforme dominanti competano nel merito) che *nel* mercato digitale (al fine di assicurare che all'interno di queste piattaforme gli operatori non subiscano discriminazioni o limitazioni).

3. Attuale quadro normativo

Il quadro normativo attualmente in vigore è connotato da un approccio fortemente settoriale e viene lasciato agli ordinari strumenti in materia di tutela della concorrenza il compito di adattarsi ai nuovi scenari digitali.

Più nello specifico, la disciplina dei c.d. “*information society service*” i.e., *internet service providers* e intermediari online, ruota intorno alla c.d. Direttiva E-Commerce^[6], adottata nel 2001 con lo scopo di rafforzare il mercato interno ponendo le basi per l’innovazione tecnologica attraverso un rafforzamento della fiducia dei consumatori nei confronti dei servizi digitali, migliorando la trasparenza e delineando i limiti alla responsabilità in capo agli *information society service provider* per quanto riguarda eventuali contenuti illeciti. Inoltre, la direttiva risponde alla finalità di armonizzare i principi che regolano la fornitura di servizi transfrontalieri.

Il quadro normativo è, poi, completato da una serie di strumenti legislativi, soft law non vincolanti, e forme di cooperazione facoltativa, che si rivolgono non solo alla tutela dei consumatori ma anche a profili inerenti all’utilizzo dei mercati digitali come nuovi canali per la Commissione di condotte illecite e, in particolare la diffusione di contenuti, beni e servizi illeciti ^[7].

Importante aggiornamento è rappresentato dal Regolamento sulla correttezza trasparenza nelle relazioni tra piattaforme online e imprese, c.d. P2B Regulation^[8] in vigore da luglio 2019. Il regolamento contribuisce al corretto funzionamento del mercato interno stabilendo norme intese a garantire che gli utenti commerciali di servizi di intermediazione online e gli utenti titolari di siti web aziendali che siano in relazione con motori di ricerca online dispongano di un adeguata trasparenza, di equità e di efficaci possibilità di ricorso.

In particolare, l’ambito soggettivo del regolamento è lo stesso della richiamata Direttiva *E-Commerce*, essendo riferito ai servizi di intermediazione *online* e ai motori di ricerca *online*. Sono invece esclusi dall’ambito di applicazione le piattaforme che gestiscono servizi di pagamento *online*, strumenti di pubblicità *online* o scambi pubblicitari *online* dal momento che non perseguono l’obiettivo di agevolare l’avvio di transazioni dirette e che non implicano una relazione contrattuale con i consumatori.

La P2B Regulation fornisce obblighi di trasparenza e di informazione agli utenti, con particolare riferimento, tra l’altro, alla modalità di accesso ai dati, che deve essere descritto nei termini e nelle condizioni contrattuali, ad eventuali trattamenti differenziati applicati o applicabili, e alla formulazione di condizioni in maniera trasparente e comprensibile.

La Direttiva su una migliore applicazione e modernizzazione delle norme UE a tutela dei consumatori ha, inoltre, aggiunto requisiti di trasparenza nell’ambito dei mercati online nei confronti dei consumatori, che dovrebbero diventare applicabili nel maggio 2022^[9].

Tra gli strumenti di soft law meritano invece di essere richiamati la comunicazione e la raccomandazione del 2018 della Commissione Europea destinate a piattaforme online e Stati membri per la lotta ai contenuti illegali online [\[10\]](#).

Diversi sono i documenti di analisi e monitoraggio della “*platform economy*” su iniziativa della Commissione Europea. Si tratta, in particolare, del gruppo di Esperti dell’Osservatorio sulle Piattaforme Online[\[11\]](#); la Comunicazione della Commissione Europea sulle piattaforme online nel mercato unico: opportunità e sfide[\[12\]](#); la consultazione pubblica lanciata sugli scenari regolatori delle piattaforme online, intermediari online, *cloud computing* e *collaborative economy* [\[13\]](#); e lo *Staff Working Document* sulle piattaforme online[\[14\]](#).

Infine, su richiesta del Parlamento europeo, la Commissione sta svolgendo un’analisi approfondita della trasparenza algoritmica e della connessa responsabilità. Il progetto pilota fornirà uno studio approfondito sul ruolo degli algoritmi nell’economia e nella società digitale. In particolare, come modellano, filtrano o personalizzano i flussi di informazioni[\[15\]](#).

A fianco al delineato quadro normativo si pongono le prassi decisionali delle autorità europee garanti della concorrenza e della Direzione per la Concorrenza della Commissione Europea nonché la giurisprudenza della Corte di Giustizia dell’Unione europea e delle corti nazionali che si trovano a dover adattare gli attuali strumenti a tutela della concorrenza alle mutate esigenze dei mercati digitali.

Uno degli aspetti di maggior problematicità con il quale i *public enforcers* si trovano a dover fare i conti è proprio quello di dominanza di queste piattaforme e della responsabilità sociale da essa derivante. Responsabilità sociale che, come proposto a più riprese a livello accademico, potrebbe sostanziarsi in veri e propri obblighi di autoregolazione all’interno del proprio microsistema, così come accade per esempio per le leghe sportive[\[16\]](#).

4. Verso una regolamentazione dei gatekeeper: il Digital Package

In questo contesto si inserisce il c.d. *Digital Package*[\[17\]](#) volto a rafforzare il mercato unico per i servizi digitali e innalzare il livello di innovazione concorrenza nell’orizzonte europeo online. Si tratta di un ambizioso pacchetto normativo previsto per i primi di dicembre.

Due sono i capisaldi dell’intervento, come si vedrà in maggior dettaglio nel proseguo.

Un primo focus è quello di regolare le piattaforme sotto il profilo della diffusione di beni/contenuti/servizi illeciti. In questo senso la proposta normativa si pone in continuità con l'esistente apparato normativo, fissando come obbiettivo una maggiore chiarezza nell'allocazione della responsabilità nell'ambito dei servizi digitali, nonché l'introduzione di un meccanismo che possa assicurare una migliore applicazione delle regole riguardanti i contenuti illeciti. Lo scopo è quello di proteggere in maniera più pregnante i diritti fondamentali degli utenti e limitare la diffusione di beni/contenuti e servizi illegali.

Un secondo focus, del tutto innovativo rispetto all'attuale quadro normativo, è quello volto all'individuazione di una prima regolamentazione sull'operato dei *gatekeeper* ai fini della tutela della concorrenza.

4.1. Piattaforme come canali per la diffusione di contenuti, beni e servizi illeciti

Sotto il primo profilo le soluzioni prese in considerazione sono quelle di aggiornare la Direttiva E-Commerce e rendere vincolanti le richiamate Raccomandazioni 2018 sui contenuti illeciti presenti sul web, o, in alternativa, adottare un sistema efficace di supervisione, applicazione e cooperazione normativa tra gli Stati membri, supportato a livello UE.

Scopo è quello di risolvere alcune lacune della Direttiva E-Commerce. In particolare la proposta si rivolgerebbe a problematiche che, sebbene esistenti già al momento di adozione della Direttiva E-Commerce, si stanno diffondendo oggi in scala maggiore. Un esempio è rappresentato dalla maggiore diffusione di fenomeni di *hate speech*, ed in generale dall'utilizzo delle piattaforme per diffusione di contenuti e prodotti illegali. A fianco a queste si aprono poi nuove problematiche emergenti, sconosciute in fase di redazione della Direttiva E-Commerce. Primo fra tutti è il problema dell'accesso alle informazioni, e la diffusione di informazioni dannose e non veritiere sfruttando algoritmi per amplificare la diffusione del messaggio. La scala di impatto di questi problemi è particolarmente importante se solo si considera la portata di audience delle piattaforme online, veri e propri spazi pubblici nel mondo digitale.

Sotto questo profilo, nonostante le regolazioni di settore, alcuni aspetti rimangono scoperti, permanendo una certa frammentazione del mercato unico dal punto di vista della disciplina applicabile alle piattaforme online che evidenzia la necessità di una maggior cooperazione, e una più uniforme protezione dei diritti fondamentali online degli utenti, attraverso un aggiornamento della disciplina in vigore in materia di sicurezza dei prodotti, di profili giuslavoristici, e dei codici di condotta per il contrasto alla disinformazione e alle *fake news*.

4.2. Regolamentazione ex ante^[18]

Come anticipato è la regolazione *ex ante* a rappresentare l'elemento di maggior novità della proposta della Commissione, che nei documenti di “*impact assessment*” allegati ha valutato una serie di opzioni configurabili per una possibile regolazione delle piattaforme *gatekeepers*.

L'introduzione di una regolazione sovranazionale è a maggior ragione necessaria se solo si considera che alcuni paesi europei hanno iniziato a formulare una disciplina nazionale, con un conseguente rischio di frammentazione normativa. L'articolo 114 Trattato sul funzionamento dell'Unione Europea (TFUE) potrebbe dunque rappresentare la base giuridica su cui fondare un intervento sovranazionale volto ad affrontare in maniera armonizzata il problema della regolamentazione di servizi di intermediazione online di natura intrinsecamente e sistematicamente transnazionale, al contempo salvaguardando la contendibilità del mercato per imprese innovative e nuovi operatori del mercato².

In particolare, questo pilastro d'azione si rivolge a problematiche quali: (i) eccessiva dipendenza delle imprese da un numero limitato di piattaforme online, con conseguente perdita del potere di contrattazione nei confronti di concorrenti e utenti; (ii) difficoltà di innovare con conseguente riduzione della concorrenza e della scelta per i consumatori; (iii) capacità da parte delle piattaforme di estendere all'infinito la propria dominanza a macchia d'olio su mercati adiacenti.

Come evidente, le strade percorribili sono di due tipi. Optare per una regolazione di dettaglio volta ad un maggior controllo delle grandi aziende tecnologiche, richiedendo, la separazione delle loro linea di business principale dalle altre attività. In questo scenario si potrebbero vietare le pratiche di c.d. *self-preferencing*, e Amazon non potrebbe più vendere prodotti con i suoi marchi sul suo mercato, dove presumibilmente si concede un trattamento preferenziale, ivi compreso un migliore posizionamento nei risultati di ricerca. Oppure rinunciare ad un eccessivo interventismo e limitarsi ad una modifica delle leggi antitrust esistenti, che permetterebbe di riadattare un meccanismo di controllo *ex post* e trasversale.

Sotto il primo profilo, per essere efficaci, una scelta regolatoria deve prevedere strumenti sufficientemente elastici da potersi adattare a mercati in rapida evoluzione e cambiamento. Anche nel caso di adozione di una *black-list* di pratiche proibite l'approccio sarebbe dunque quello di formulare proibizioni di principio, es. divieto di pratiche di *self-preferencing* o il rifiuto di contrarre con imprese concorrenti, adattabili a mercati e piattaforme anche diverse tra loro.

Cionondimeno la Commissione sta valutando anche l'opportunità di adottare, caso per caso, le misure regolatorie più idonee alla luce delle specificità delle singole piattaforme. Una volta

mappati i rischi potrebbero essere valutate soluzioni *ad hoc*. Il rischio di una simile soluzione potrebbe essere, però, quello di un'eccessiva frammentazione regolatoria – che è proprio quella che vuole evitarsi – oltre al rischio di approcci non sempre uniformi da parte dei *public enforcers*, che potrebbero lasciare spazio a trattamenti diversificati a seconda della classificazione della piattaforma. Nelle loro peculiarità è infatti difficile individuare canoni univoci di classificazione delle piattaforme online, e il rischio è quello di lasciare vuoti normativi.

Sotto il secondo profilo, nella proposta della Commissione emerge anche una possibile revisione delle regole di concorrenza con lo scopo di affrontare i problemi strutturali derivanti dall'assenza o distorsione della concorrenza.

Le soluzioni prese in considerazione in questa fase iniziale sono di due tipi. Un primo strumento potrebbe essere rivolto esclusivamente ai mercati particolarmente inclini a distorsione della concorrenza; un secondo tipo di strumento sarebbe invece volto a tutti i mercati, esattamente come accade oggi per gli articoli 101 e 102 del Trattato sul funzionamento dell'Unione Europea (TFUE). Altresì discusso è se lo strumento debba affrontare solo le problematiche di abuso di dominanza, o piuttosto identificare e affrontare tutti i problemi strutturali legati alla concorrenza.

Particolarmente interessante è poi l'opzione vagliata in sede di proposta di attribuire a specifiche autorità di regolazione la facoltà di raccogliere informazioni dai *gatekeeper*, relativamente a determinate pratiche commerciali e il loro impatto su consumatori e utenti, al fine di assicurare una più approfondita esamina delle dinamiche competitive ad esse associate.

5. Considerazioni finali

Se si osserva la questione in prospettiva politica pare che i tempi siano maturi per provare a seguire l'impervia strada di una regolazione *ex ante* [\[19\]](#). In questa direzione sembrano andare gli USA, dove, il 6 ottobre 2020, una Commissione del Congresso Americano ha pubblicato un rapporto su come l'America dovrebbe aggiornare la sua legge sulla concorrenza [\[20\]](#).

Un primo nodo che i paesi che vorranno seguire la via della regolazione dovranno sciogliere è allora quello di identificare una definizione di *gatekeeper* che possa essere univocamente applicabile, e che possa affiancarsi alla tradizionale categoria di “posizione dominante”. In questo senso l'introduzione di un parametro quantitativo sicuramente potrebbe aiutare a tracciare una chiara linea di demarcazione nello scopo soggettivo della riforma, sebbene diversi

potrebbero essere i valori presi in considerazione quali ad esempio il numero di utenti, le entrate, i dati accumulati (di più difficile misurazione).

Dall'altra parte, come a più riprese sollevato dai *tech giants* nelle loro osservazioni al progetto di regolazione europeo, il rischio da scongiurare è quello di intrappolare i *gatekeeper* in “una camicia di forza legale”, che potrebbe, in ultima istanza, limitare l'incentivo all'innovazione. È del resto questo il dilemma della regolazione.

Quel che è certo è che i mercati tecnologici in rapida evoluzione richiedono strumenti altrettanto rapidi ed elastici e l'elaborazione di regole efficaci richiederà tempo. Forse non meno tempo dei procedimenti antitrust. Ma come è stato correttamente osservato a più riprese sarebbe un'anomalia storica se la tecnologia non venisse regolata, come lo erano prima altri settori di importanza sistemica[21].

[1] Si veda *Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services* COM/2018/238, consultabile online https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/soteu2018-preventing-terrorist-content-onlineregulation-640_en.pdf.

[2] Parker, Van Alstyne e Choudary, *Platform Revolution*, richiamato in Crémer Yves, Montjoye, Schweitzer, *Competition policy for the digital era*, pagina 60 consultabile online <https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>

[3] Ursula von der Leyen, *Political guidelines, A Union that strives for more – My agenda for Europe*, consultabile online https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/political-guidelines-next-commission_en_0.pdf, pagina 13

[4] *Shaping Europe's digital future – The Digital Services Act package* consultabile online <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-services-act-package>

[5] Per un'analisi approfondita delle caratteristiche delle piattaforme online si rinvia a Commissione Europea, *Staff Working Document on Online Platforms, accompanying the document "Communication on Online Platforms and the Digital Single Market"* (COM(2016) 288) consultabile online: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-staff-working-document-online-platforms>

[6] Direttiva (Ue) 2000/31/Ce del Parlamento Europeo e del Consiglio dell'8 giugno 2000 relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno («Direttiva sul commercio elettronico») consultabile online:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0031&from=EN>

[7] Ne è un esempio la legislazione relativa a beni e contenuti illegali che comprende ad esempio il regolamento sulla sorveglianza del mercato; la direttiva sui servizi di media audiovisivi; la direttiva sul rispetto dei diritti di proprietà intellettuale; la direttiva sul diritto d'autore nel mercato unico digitale; il regolamento sulla sorveglianza del mercato e la conformità dei prodotti; la proposta di regolamento sulla prevenzione della diffusione di contenuti terroristici online; la direttiva sulla lotta contro l'abuso e lo sfruttamento sessuale dei minori e la pornografia infantile; il regolamento sulla commercializzazione e l'uso di precursori di esplosivi.

[8] Regolamento (Ue) 2019/1150 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 20 giugno 2019 che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online consultabile online:

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

[9] Direttiva (Ue) 2019/2161 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 Novembre 2019 che modifica la Direttiva 93/13/Cee del consiglio e le Direttive 98/6/Ce, 2005/29/Ce E 2011/83/Ue del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori consultabile online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L2161&from=EL>

[10] Recommendation on measures to effectively tackle illegal content online; Communication on stepping up efforts to tackle illegal content online, Settembre 2017, consultabile online <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-recommendation-measures-effectively-tackle-illegal-content-online>

[11] Decision on setting up the group of experts for the Observatory on the Online Platform Economy (Aprile 2018) consultabile online <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-decision-group-experts-observatory-online-platform-economy>

[12] Communication on online platforms and the Digital Single Market opportunities and challenges for Europe (Maggio 2016) consultabile online <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1466514160026&uri=CELEX:52016DC0288>

[13] Public consultation on [the regulatory environment for platforms, online intermediaries, data and cloud computing and the collaborative economy](#), Settembre 2015 – Gennaio 2016, consultabile online <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/public-consultation-regulatory-environment-platforms-online-intermediaries-data-and-cloud>

[14] Commissione Europea, *Staff Working Document on Online Platforms* (Maggio 2016) consultabile online <https://ec.europa.eu/digital-single-market/news-redirect/31576>

[15] Commissione Europea , *Algorithmic Awareness-Building*, consultabile online <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/algorithmic-awareness-building>

[16] *Inter alia* si veda Commissione Europea, Caso AT.39740 — Google Search (Shopping), 27.6.2017, Gazzetta Ufficiale 2018/C-9/08, del 12.1.2018, p. 1; Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato caso A542 – Aperta istruttoria nei confronti di Google per abuso di posizione dominante nel mercato italiano del display advertising *press release* del 28 ottobre 2020

[17] *Shaping Europe's digital future – The Digital Services Act package*, consultabile online <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-services-act-package>

[18] Digital Services Act package: Ex ante regulatory instrument for large online platforms with significant network effects acting as gate-keepers in the European Union's internal market, Giugno 2020

[19] Si rinvia a numerosi studi prodotti da diversi Paesi negli ultimi anni. *Inter alia*, UN IGF Dynamic Coalition on Platform Responsibility, United Nations Internet Governance Forum, *Platform Regulations How Platforms are Regulated and How They Regulate Us Official Outcome*, Ginevra 2017 consultabile online: https://juliareda.eu/wp-content/uploads/2019/09/Reda2017_Platform-regulations-how-platforms-are-regulated-and-how-they-regulate-us3.pdf; Australian Competition and Consumer Commission, *Digital platforms inquiry*, 2019, consultabile online <https://www.accc.gov.au/focus-areas/inquiries-ongoing/digital-platforms-inquiry>; French Competition Authority, *Contribution to the debate on competition policy and digital challenges*, 2020 consultabile online https://www.autoritedelaconcurrence.fr/sites/default/files/2020-03/2020.03.02_contribution_adlc_enjeux_numeriques_vf_en_0.pdf; German Commission 'Competition Law 4.0', *A new competition framework for the digital economy*, 2019, consultabile online https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/a-new-competition-framework-for-the-digital-economy.pdf?__blob=publicationFile&v=3; Stigler Committee for the Study of Digital Platforms, Market Structure and Antitrust Subcommittee 2019 consultabile online <https://research.chicagobooth.edu/stigler/events/single-events/antitrust-competition-conference/digital-platforms-committee> .

[20] Online Platforms and Market Power: Part 6: Examining the Dominance of Amazon, Apple, Facebook, and Google, 29 luglio 2020,

consultabile

online

https://judiciary.house.gov/uploadedfiles/competition_in_digital_markets.pdf .

[21] Sul punto interessante è l'articolo di approfondimento sulla situazione politica americana del The Economist, *Ex-antics Google, antitrust and how best to regulate big tech*, 7 ottobre 2020
