COMMISSIONE
EUROPEA

Bruxelles, 6.3.2024
COM(2024) 106 final

# RELAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO E AL PARLAMENTO EUROPEO

## Relazione annuale sul regolamento (UE) 2022/1925 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo a mercati equi e contendibili nel settore digitale e che modifica le direttive (UE) 2019/1937 e (UE) 2020/1828 (regolamento sui mercati digitali)

## I. INTRODUZIONE

(1) La presente relazione è indirizzata al Parlamento europeo e al Consiglio dell'Unione europea, e illustra le attività intraprese dalla Commissione nel contesto del regolamento (UE) 2022/1925[1] ("regolamento sui mercati digitali" o "regolamento") nel 2023, come previsto dall'articolo 35 dello stesso[2].

(2) L'articolo 35 del regolamento sui mercati digitali prevede che la Commissione presenti una relazione annuale sull'attuazione del regolamento e sui progressi compiuti nel conseguimento dei relativi obiettivi. La presente relazione è la prima di questo tipo e riguarda il primo anno in cui il regolamento sui mercati digitali è diventato applicabile ed è stato attuato dalla Commissione.

(3) La sezione II della relazione fornisce una panoramica delle attività della Commissione nel 2023 nell'ambito del regolamento. La sezione III descrive le attività di monitoraggio svolte mentre la sezione IV descrive la cooperazione e il coordinamento con le autorità nazionali. Infine la sezione V illustra i compiti svolti dal gruppo ad alto livello per il regolamento sui mercati digitali.

## II. ATTIVITÀ DELLA COMMISSIONE NEL 2023

### a. Decisioni e documenti procedurali

*Regolamento di esecuzione*

(4) Il regolamento sui mercati digitali conferisce alla Commissione il potere di adottare atti di esecuzione che stabiliscono nel dettaglio le modalità di applicazione di quanto riportato all'articolo 46 dello stesso. Alcuni di tali poteri sono stati riuniti in un unico atto di esecuzione, il regolamento di esecuzione (UE) 2023/814 della Commissione ("regolamento di esecuzione")[3].

(5) La Commissione ha pubblicato un progetto di regolamento di esecuzione da sottoporre a consultazione pubblica tra il 9 dicembre 2022 e il 9 gennaio 2023. In base alle norme procedurali introdotte dal regolamento sui mercati digitali, il regolamento di esecuzione si ispira anche alle procedure utilizzate per l'applicazione del diritto della concorrenza e include elementi nuovi per garantire una procedura più snella ed efficace, data la natura dinamica dei mercati digitali. Ciò prevede in particolare una procedura più snella per accedere al fascicolo della Commissione, garantendo al contempo la certezza del diritto e i diritti di difesa delle imprese interessate.

(6) La Commissione ha presentato il progetto di regolamento di esecuzione, compresi i risultati della consultazione pubblica, al comitato consultivo per i mercati digitali[4] durante la sua riunione inaugurale tenutasi il 13 gennaio 2023. Sulla base delle risposte

[1] GU L 265 del 12.10.2022, pag. 1.
[2] La relazione si riferisce all'anno civile 2023; pertanto gli sviluppi più recenti, come la chiusura delle indagini di mercato avviate nel 2023 per iMessage, Bing, Edge e Microsoft Advertising, sono esclusi, cfr. https://digital-markets-act.ec.europa.eu/commission-closes-market-investigations-microsofts-and-apples-services-under-digital-markets-act-2024-02-13_en?prefLang=it&etrans=it.
[3] GU L 102 del 17.4.2023, pag. 6.
[4] Il comitato consultivo per i mercati digitali sostiene la Commissione nell'adozione degli atti di esecuzione ai sensi del regolamento sui mercati digitali. Esso è classificato come comitato ai sensi del regolamento (UE) n. 182/2011 e opera conformemente al suo regolamento interno.

alla consultazione pubblica, la Commissione ha semplificato la procedura di accesso al fascicolo prevista dal regolamento di esecuzione.

(7) Il 14 aprile 2023 la Commissione ha adottato il regolamento di esecuzione e i suoi due allegati, che comprendono il modulo che le imprese che soddisfano le soglie di cui all'articolo 3, paragrafo 2, del regolamento sui mercati digitali devono utilizzare per la notifica alla Commissione affinché siano designate come gatekeeper (il "modulo GD"), e specifiche sulla forma e la lunghezza dei documenti presentati ai sensi dello stesso regolamento.

(8) Oltre al modulo GD, la Commissione ha pubblicato una serie di altri modelli nel contesto dell'attuazione del regolamento sui mercati digitali al fine di garantire la certezza del diritto e l'applicazione uniforme delle comunicazioni e delle richieste presentate alla Commissione[5].

**b. Decisioni di designazione**

(9) L'articolo 3, paragrafo 3, del regolamento sui mercati digitali stabilisce che le imprese che forniscono servizi di piattaforma di base che raggiungono le soglie di cui all'articolo 3, paragrafo 2, dello stesso regolamento, notificano alla Commissione tale raggiungimento. Il 3 luglio 2023 la Commissione ha ricevuto le notifiche[6] di Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta, Microsoft e Samsung ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 3, primo comma, del regolamento sui mercati digitali. Il 5 settembre 2023 la Commissione ha designato Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta e Microsoft come gatekeeper di 22 servizi di piattaforma di base complessivi, come indicato nella tabella in appresso, e ha adottato una decisione relativa alla non designazione di Samsung come gatekeeper per il suo browser web[7].




[5] https://digital-markets-act.ec.europa.eu/legislation_en?prefLang=it.

[6] La Commissione ha avviato discussioni costruttive con imprese diverse da quelle che hanno effettuato la notifica, in vista di eventuali notifiche. Il regolamento sui mercati digitali si basa su un sistema di autovalutazione, in cui spetta alle imprese interessate notificare i propri servizi di piattaforma di base se raggiungono le soglie previste. La Commissione osserva che nessuna delle altre imprese con le quali ha discusso ha ritenuto di poter raggiungere le soglie per la notifica nel 2023.

[7] https://digital-markets-act-cases.ec.europa.eu/search.

(10) Le imprese che superano le soglie previste dall'articolo 3, paragrafo 2, del regolamento sui mercati digitali hanno avuto l'opportunità di presentare argomentazioni fondate per dimostrare che non dovrebbero essere designate come gatekeeper ("confutazione") ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 5, del regolamento sui mercati digitali. Delle dieci confutazioni ricevute[8] insieme alla prima ondata di notifiche, la Commissione ne ha accettate tre in toto[9], ne ha respinte tre[10] e ha ritenuto che quattro confutazioni[11] fossero sufficientemente fondate da indurla ad avviare indagini di mercato per valutare ulteriormente le argomentazioni in esse contenute.

(11) Parallelamente la Commissione ha avviato un'indagine qualitativa di mercato per stabilire se il sistema operativo iPadOS di Apple, pur non raggiungendo le soglie quantitative, debba essere considerato un punto di accesso (gateway) importante affinché gli utenti commerciali raggiungano gli utenti finali.

(12) Nella riunione del 10 ottobre 2023 la Commissione ha informato il comitato consultivo per i mercati digitali delle decisioni di designazione dei gatekeeper e delle indagini di mercato avviate. In tale occasione la Commissione ha delineato la tempistica e le procedure sia per le designazioni esistenti che per eventuali nuove designazioni, nonché la sequenza degli eventi delle indagini di mercato.

*Panoramica delle designazioni per impresa notificante*

(13) **Alphabet** ha notificato alla Commissione di raggiungere le soglie in relazione ai servizi di piattaforma di base seguenti: i) il servizio di intermediazione online Google Shopping; ii) il servizio di intermediazione online Google Play; iii) il servizio di intermediazione online Google Maps; iv) il motore di ricerca online Google Search; v) il servizio di piattaforma per la condivisione di video YouTube; vi) il servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero Gmail; vii) il sistema operativo Google Android; viii) il browser web Google Chrome; e ix) i servizi pubblicitari online. Con la sua notifica, Alphabet ha presentato argomentazioni volte a dimostrare che, sebbene il suo servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero Gmail raggiunga tutte le soglie, non soddisfa i requisiti elencati all'articolo 3, paragrafo 1, del regolamento sui mercati digitali in relazione a tale servizio di piattaforma di base e che, pertanto, tale servizio non dovrebbe essere indicato nella sua decisione di designazione come un punto di accesso importante affinché gli utenti commerciali raggiungano gli utenti finali.

[8] La Commissione ha ricevuto confutazioni da Alphabet in merito al suo servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero (N-IICS) Gmail, da Apple in merito al suo servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero iMessage, da ByteDance in merito al suo servizio di social network online (notificato da ByteDance come servizio di piattaforma per la condivisione di video) TikTok, da Meta in merito al suo servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero Messenger e al suo servizio di intermediazione online Marketplace, da Microsoft in merito al suo servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero Outlook, al suo servizio pubblicitario online Microsoft Advertising, al suo motore di ricerca online Bing e al suo browser web Edge, e da Samsung in merito al suo browser web Samsung Internet Browser (SIB).

[9] La Commissione ha accettato in toto le confutazioni presentate da Alphabet riguardo a Gmail, da Microsoft riguardo a Outlook e da Samsung riguardo al browser web SIB.

[10] La Commissione ha respinto in toto le confutazioni presentate da ByteDance riguardo a TikTok e da Meta riguardo a Messenger e Marketplace.

[11] La Commissione ha avviato un'indagine di mercato per iMessage di Apple e per Bing, Microsoft Advertising ed Edge di Microsoft.

(14) La Commissione ha designato Alphabet come gatekeeper[12] in relazione a:

(i) i servizi di intermediazione online Google Shopping di Alphabet;
(ii) i servizi di intermediazione online Google Play di Alphabet;
(iii) i servizi di intermediazione online Google Maps di Alphabet;
(iv) il motore di ricerca online Google Search di Alphabet;
(v) il servizio di piattaforma per la condivisione di video YouTube di Alphabet;
(vi) il sistema operativo Google Android di Alphabet, compresa la relativa middleware di Alphabet nella misura in cui controlla le funzioni di base dei tablet e degli smartphone Google Android e rende possibile l'uso delle applicazioni software su detti dispositivi;
(vii) il browser web Google Chrome di Alphabet; e
(viii) i servizi pubblicitari online di Alphabet, tra cui Google Analytics e AdSense for Search. Inoltre, mentre Alphabet ha affermato che la visualizzazione di un annuncio pubblicitario fa parte del servizio destinato all'utente finale in cui l'annuncio è visualizzato, nella decisione si ritiene che la visualizzazione degli annunci faccia parte sia dei servizi destinati all'utente finale sia del servizio di piattaforma di base di pubblicità online di Alphabet.

(15) La Commissione ha accolto le argomentazioni confutatorie presentate da Alphabet in relazione al suo servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero Gmail, in quanto esso è fornito sulla base di norme aperte e in un formato standardizzato, il che consente agli utenti di Gmail di scambiare messaggi con gli utenti di qualsiasi servizio di posta elettronica, e in quanto Alphabet non esercita attualmente alcun controllo sulle operazioni di Gmail che gli consenta di imporre un grado significativo di dipendenza tra gli utenti commerciali e gli utenti finali. Su tale base la Commissione ha ritenuto che Gmail non sia un punto di accesso importante affinché gli utenti commerciali raggiungano gli utenti finali ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), del regolamento sui mercati digitali e pertanto non ha inserito tale servizio di piattaforma di base nella decisione di designazione di Alphabet.

(16) **Amazon** ha notificato alla Commissione di raggiungere le soglie in relazione ai servizi di piattaforma di base seguenti: i) i servizi di intermediazione online Amazon Marketplace e ii) i servizi pubblicitari online Amazon Advertising.

(17) La Commissione ha designato Amazon come gatekeeper in relazione a:

i) i servizi di intermediazione online Amazon Marketplace di Amazon;
ii) i servizi pubblicitari online Amazon Advertising di Amazon[13].

(18) **Apple** ha notificato alla Commissione di raggiungere le soglie in relazione ai servizi di piattaforma di base seguenti: i) i servizi di intermediazione online iOS AppStore; ii) il sistema operativo iOS; iii) il browser web Safari su iOS e iv) il servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero iMessage. Insieme alla notifica, Apple ha presentato una richiesta di confutazione in relazione al servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero iMessage.

[12] https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en?prefLang=it&etrans=it#alphabet-inc.
[13] https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en?prefLang=it&etrans=it#amazoncom-inc.

(19) La Commissione ha designato Apple come gatekeeper[14] in relazione a:

(i) i servizi di intermediazione online AppStore di Apple, a prescindere dal dispositivo su cui è utilizzato, in quanto App Store ha lo stesso e unico scopo su tutti i dispositivi su cui è disponibile (ossia iOS, iPadOS, macOS, watchOS e tvOS), cioè serve da intermediario per la distribuzione delle applicazioni (app);

(ii) il sistema operativo iOS di Apple, per il quale la decisione ritiene che, sebbene le caratteristiche tecniche e le funzioni principali di iOS e iPadOS siano simili e si traducano in ambienti simili, Apple ha fornito fatti e argomenti sufficienti ad affermare che, in definitiva, ciascuno di essi costituisca un sistema operativo distinto ai sensi del regolamento sui mercati digitali e che solo iOS raggiunga le soglie quantitative per la designazione; e

(iii) il browser web Safari di Apple, a prescindere dal dispositivo sul quale è disponibile, in quanto Safari persegue su tutti i dispositivi (iPhone, iPad e Mac) lo stesso scopo comune di fornire agli utenti uno strumento in grado di offrire contenuti web, accedervi e interagire con essi.

(20) La Commissione ha concluso che Apple ha presentato argomentazioni sufficientemente fondate per mettere manifestamente in dubbio le presunzioni di cui all'articolo 3, paragrafo 2, del regolamento sui mercati digitali in relazione al servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero iMessage di Apple e ha quindi deciso di avviare un'indagine di mercato.

(21) In relazione alle argomentazioni fornite da Apple riguardanti iOS e iPad OS, la Commissione ha avviato un'indagine di mercato allo scopo di stabilire se Apple sia un gatekeeper anche in relazione a iPadOS, sebbene non raggiunga le soglie quantitative[15].

(22) Apple ha presentato ricorso contro la decisione di designazione della Commissione e contro la decisione di avviare un'indagine di mercato in relazione a iMessage (cause T-1079/23 e T-1080/23; entrambi i ricorsi sono in corso).

(23) **ByteDance** ha notificato alla Commissione di raggiungere le soglie di cui all'articolo 3, paragrafo 2, lettera a), e all'articolo 3, paragrafo 2, lettera b), del regolamento sui mercati digitali, ma non quelle di cui all'articolo 3, paragrafo 2, lettera c), in relazione al servizio TikTok, che ritiene essere un servizio di piattaforma di base per la condivisione di video (e non un servizio di piattaforma di base di social network online). Insieme alla notifica, ByteDance ha presentato argomentazioni confutatorie in relazione a TikTok.

(24) La Commissione ha designato ByteDance come gatekeeper[16] in relazione al suo servizio di social network online TikTok. Sebbene nella decisione non si metta in dubbio il fatto che TikTok soddisfi la definizione di servizio di piattaforma per la condivisione di video, la Commissione ritiene che TikTok vada al di là delle funzionalità di condivisione di video e che presenti le caratteristiche e le funzionalità di un servizio di social network online, e che tale classificazione rifletta al meglio l'entità delle funzionalità di TikTok ai sensi del regolamento sui mercati digitali. Nella decisione si constata inoltre che la

[14] https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en?prefLang=it&etrans=it#apple-inc.
[15] Alla fine del 2023 la Commissione non aveva indicazioni che giustificassero l'avvio di altre indagini di mercato per la designazione qualitativa. La Commissione svolge un monitoraggio continuo a questo proposito.
[16] https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en?prefLang=it&etrans=it#bytedance-ltd.

metodologia utilizzata da ByteDance per il conteggio degli utenti di TikTok è errata e si conclude che ByteDance soddisfa, per quanto concerne TikTok, tutte le soglie di cui all'articolo 3, paragrafo 2, del regolamento sui mercati digitali. La decisione respinge le argomentazioni confutatorie avanzate da ByteDance, in quanto non sufficientemente fondate da mettere palesemente in dubbio la presunzione che si tratti di un gatekeeper per quanto riguarda il servizio di social network online TikTok.

(25) ByteDance ha presentato ricorso contro la decisione di respingere le sue argomentazioni confutatorie e di designarla come gatekeeper in relazione a TikTok (causa T-1077/23, ancora in corso).

(26) **Meta** ha notificato alla Commissione di raggiungere le soglie in relazione ai servizi di piattaforma di base seguenti: i) il servizio unico di social network online sostenuto dalla pubblicità online, che secondo Meta comprende Facebook, Instagram, Meta Ads, Messenger, Marketplace, Facebook Dating e Facebook Gaming Play e ii) il servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero WhatsApp.

(27) La Commissione ha designato Meta come gatekeeper in relazione a:
i) il servizio di social network online Facebook di Meta;
ii) il servizio di social network online Instagram di Meta;
iii) il servizio pubblicitario online Meta Ads di Meta;
iv) il servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero WhatsApp di Meta;
v) il servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero Messenger di Meta; e
vi) i servizi di intermediazione online Marketplace di Meta[17].

(28) Con la decisione viene respinta la confutazione presentata da Meta in relazione al servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero Messenger e al servizio di intermediazione online Marketplace. Contrariamente alle argomentazioni addotte, la Commissione ritiene che Messenger sia un servizio di piattaforma di base inteso come servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero autonomo che non può essere considerato soltanto la funzione chat del servizio di piattaforma di base di social network online Facebook. Contrariamente a tali argomentazioni confutatorie, la Commissione ritiene che Marketplace abbia utenti commerciali e che quindi costituisca anche un servizio di intermediazione online tra imprese e consumatori.

(29) Meta ha presentato ricorso contro la designazione del servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero Messenger e dei servizi di intermediazione online Marketplace come punti di accesso importanti affinché gli utenti commerciali raggiungano gli utenti finali nella sua decisione di designazione (causa T-1078/23).

(30) **Microsoft** ha notificato alla Commissione di raggiungere le soglie in relazione ai servizi di piattaforma di base seguenti: i) il sistema operativo Windows PC OS; ii) il motore di ricerca online Bing, iii) il browser web Edge; iv) i servizi pubblicitari online Microsoft Advertising; v) il servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero Outlook.com e vi) il servizio di social network online LinkedIn. Con tale notifica Microsoft ha presentato argomentazioni volte a dimostrare che, sebbene il motore di ricerca online Bing, il browser web Edge, i servizi pubblicitari online Microsoft

[17] https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en?prefLang=it&etrans=it#meta-platforms-inc.

Advertising e il servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero Outlook.com raggiungano le soglie previste all'articolo 3, paragrafo 2, del regolamento sui mercati digitali, tali servizi di piattaforma di base non soddisfano i requisiti di cui all'articolo 3, paragrafo 1, dello stesso regolamento e non dovrebbero pertanto essere indicati nella decisione di designazione di Microsoft.

(31) La Commissione ha designato Microsoft come gatekeeper in relazione a:
i) i sistemi operativi per PC, tra cui Windows PC OS, di Microsoft e
ii) il servizio di social network online LinkedIn di Microsoft[18].

(32) Nella decisione la Commissione ha accolto le argomentazioni confutatorie presentate da Microsoft in relazione al suo servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero Outlook.com in quanto nell'attuale configurazione il servizio non costituisce un punto di accesso importante affinché gli utenti commerciali raggiungano gli utenti finali. In una decisione separata la Commissione ha avviato indagini di mercato relative al motore di ricerca Bing, al browser web Edge e ai servizi pubblicitari online Microsoft Advertising[19], poiché la Commissione ha ritenuto che le argomentazioni presentate da Microsoft fossero sufficientemente fondate da mettere manifestamente in discussione le presunzioni di cui all'articolo 3, paragrafo 2, del regolamento sui mercati digitali.

(33) **Samsung** ha notificato alla Commissione di aver raggiunto le soglie in relazione al suo browser web Samsung Internet Browser ("SIB"). Insieme alla notifica Samsung ha presentato una richiesta di confutazione per dimostrare che, sebbene il browser web SIB raggiunga tutte le soglie di cui all'articolo 3, paragrafo 2, del regolamento sui mercati digitali, non soddisfa i requisiti di cui all'articolo 3, paragrafo 1, dello stesso regolamento e non dovrebbe quindi essere designata come gatekeeper. La Commissione ha accolto le argomentazioni confutatorie avanzate da Samsung in relazione al suo browser web SIB e ha deciso di non designare Samsung come gatekeeper[20]. In particolare la Commissione ha considerato la scarsa percentuale di visualizzazioni delle pagine web e la bassa frequenza di utilizzo di SIB nell'Unione come un indicatore del fatto che SIB non è un browser web significativo nell'Unione e quindi nemmeno un punto di accesso importante affinché gli utenti commerciali raggiungano gli utenti finali.

## III. MONITORAGGIO

(34) I gatekeeper sono tenuti a conformarsi agli obblighi previsti dagli articoli 5, 6, 7 e 15 del regolamento sui mercati digitali entro sei mesi dalla designazione, il che significa che le imprese designate il 5 settembre 2023 devono conformarsi entro il 7 marzo 2024. Pertanto il monitoraggio dell'osservanza di tali obblighi non rientra nell'ambito di questa prima relazione annuale.

(35) Gli obblighi dei gatekeeper di fornire informazioni in merito alle concentrazioni ai sensi dell'articolo 14 del regolamento sui mercati digitali e di istituire una funzione di controllo della conformità ai sensi dell'articolo 28 del regolamento sui mercati digitali si applicano a partire dal momento della designazione e le attività della Commissione ad essi relative

[18] https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en?prefLang=it&etrans=it#microsoft-corporation.
[19] https://ec.europa.eu/competition/digital_markets_act/cases/202343/DMA_100015_584.pdf.
[20] https://ec.europa.eu/competition/digital_markets_act/cases/202346/DMA_100038_100.pdf.

nel 2023 sono pertanto incluse nella presente relazione. La Commissione sta valutando l'osservanza di tali obblighi e può intervenire se lo ritiene opportuno.

### a. Articolo 14 del regolamento sui mercati digitali: informazioni in merito alle concentrazioni

(36) Ai sensi dell'articolo 14 del regolamento sui mercati digitali i gatekeeper sono tenuti a informare la Commissione di qualsiasi concentrazione che intendono effettuare, qualora le entità partecipanti alla concentrazione o l'oggetto della concentrazione forniscano servizi di piattaforma di base o qualsiasi altro servizio nel settore digitale o consentano la raccolta di dati.

(37) Nel 2023 la Commissione è stata informata di tre progetti di concentrazione da parte dei gatekeeper, a settembre, ottobre e dicembre 2023. Una sintesi non riservata delle informazioni trasmesse dai gatekeeper ai sensi dell'articolo 14 del regolamento sui mercati digitali, insieme alla data di notifica e all'identità delle imprese interessate, è pubblicata sul sito web della Commissione[21] su base continuativa e non prima di quattro mesi dal ricevimento delle informazioni.

### b. Articolo 28 del regolamento sui mercati digitali: funzione di controllo della conformità

(38) Ai sensi dell'articolo 28 del regolamento sui mercati digitali, i gatekeeper sono tenuti a introdurre una funzione di controllo della conformità che deve essere indipendente dalle funzioni operative del gatekeeper e composta da uno o più responsabili della conformità, con autorità, statura e risorse sufficienti per poter monitorare la conformità del gatekeeper al regolamento sui mercati digitali e fornire consulenza in merito.

(39) La Commissione ha monitorato l'istituzione di tale funzione di controllo della conformità da parte di ciascun gatekeeper designato per garantire che essa soddisfi i requisiti stabiliti dall'articolo 28 del regolamento sui mercati digitali. Dopo aver discusso con la Commissione e aver ricevuto da essa indicazioni in merito a tali requisiti, tutti i gatekeeper designati hanno nominato dei responsabili della conformità secondo i principi stabiliti dall'articolo 28 del regolamento sui mercati digitali, comunicandone i dettagli alla Commissione.

## IV. COOPERAZIONE TRA LA COMMISSIONE E LE AUTORITÀ NAZIONALI

(40) Il regolamento sui mercati digitali stabilisce i principi generali che disciplinano l'interazione tra detto regolamento e altre normative dell'Unione pertinenti, come quelle sulla concorrenza, sulla protezione dei dati e sulla tutela dei consumatori. Tali principi sono delineati all'articolo 1, paragrafi 5 e 6, del regolamento sui mercati digitali.

(41) Inoltre gli articoli 37 e 38 del regolamento sui mercati digitali prevedono che la Commissione e gli Stati membri operino in stretta collaborazione e coordinino le loro azioni di esecuzione per garantire un'applicazione coerente, efficace e complementare degli strumenti giuridici disponibili applicati ai gatekeeper.

(42) Finora la cooperazione tra la Commissione e le autorità nazionali, in particolare le autorità nazionali garanti della concorrenza, si è svolta principalmente attraverso la rete

[21] https://digital-markets-act-cases.ec.europa.eu/acquisitions.

europea della concorrenza (ECN). La cooperazione è avvenuta in entrambe le direzioni: la Commissione ha fornito informazioni e aggiornamenti alle autorità nazionali garanti della concorrenza in merito alle sue decisioni di designazione e alle indagini di mercato effettuate ai sensi del regolamento sui mercati digitali, e le autorità nazionali garanti della concorrenza hanno fornito informazioni alla Commissione e scambiato pareri con essa, come previsto dal regolamento sui mercati digitali, in merito alle pertinenti azioni di esecuzione ai sensi delle rispettive normative nazionali in materia di concorrenza.

(43) Durante il periodo di riferimento nessuna autorità nazionale garante della concorrenza ha informato la Commissione delle prime misure formali di indagine e dell'intenzione di avviare un'indagine ai sensi del diritto nazionale in materia di concorrenza in relazione a un gatekeeper designato. Prima della fine del periodo di riferimento un'autorità nazionale garante della concorrenza ha comunicato alla Commissione, ai sensi dell'articolo 38, paragrafo 3, del regolamento sui mercati digitali, un progetto di misure che intende imporre a un gatekeeper designato in base al diritto nazionale in materia di concorrenza. Poiché gli obblighi di cui agli articoli 5, 6 e 7 del regolamento sui mercati digitali si applicano solo a partire dal 7 marzo 2024, non è stata condotta alcuna indagine da parte di un'autorità nazionale garante della concorrenza, come previsto dall'articolo 38, paragrafo 7, dello stesso regolamento, su un caso di possibile inosservanza di tali obblighi nel proprio territorio.

## V. GRUPPO AD ALTO LIVELLO PER IL REGOLAMENTO SUI MERCATI DIGITALI

(44) Il gruppo ad alto livello per il regolamento sui mercati digitali è stato istituito con decisione della Commissione del 23 marzo 2023 in base all'articolo 40 del regolamento sui mercati digitali[22]. Il gruppo è composto dalle reti e dagli organismi europei identificati nel regolamento sui mercati digitali[23] ed è stato istituito come gruppo di esperti, in conformità con la decisione della Commissione[24] recante norme orizzontali sulla creazione e il funzionamento dei gruppi di esperti della Commissione. Il gruppo ad alto livello è presieduto dalla Commissione, che inoltre assicura i servizi di segretariato del gruppo. Il gruppo mira a sostenere un'attuazione coerente ed efficace del regolamento sui mercati digitali e di altri regolamenti specifici del settore applicabili ai gatekeeper.

(45) Il gruppo è pertinente anche per l'identificazione e la valutazione di eventuali interazioni tra le disposizioni del regolamento sui mercati digitali e le norme specifiche di settore. La Commissione può inoltre sfruttare le competenze e l'esperienza delle reti e degli organismi settoriali pertinenti nel contesto delle indagini di mercato su nuovi servizi e nuove pratiche[25].

[22] Commissione europea, "Commission Decision of 23.3.2023 on setting up the High-Level Group for the Digital Markets Act", Bruxelles, 23.3.2023, C(2023) 1833 final. Ulteriori informazioni sono disponibili all'indirizzo: https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2023-03/High_Level_Group_on_the_DMA_0.pdf.

[23] Organismo dei regolatori europei delle comunicazioni elettroniche, Garante europeo della protezione dei dati e comitato europeo per la protezione dei dati, rete europea della concorrenza, rete di cooperazione per la tutela dei consumatori e gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi.

[24] Commission Decision C(2016) 3301 final establishing horizontal rules on the creation and operation of Commission expert groups.

[25] Ibidem, articolo 40, paragrafo 7.

(46) Il gruppo ad alto livello si è riunito per la riunione inaugurale il 12 maggio 2023, dopo la nomina di sei rappresentanti da parte di ciascuno dei cinque membri[26]. Nel corso della riunione inaugurale i membri hanno presentato gli sviluppi registrati nelle loro aree di competenza pertinenti per l'applicazione del regolamento sui mercati digitali. La Commissione ha presentato lo stato di attuazione del regolamento sui mercati digitali, cui è seguito uno scambio di opinioni.

(47) Il gruppo ad alto livello ha concordato il regolamento interno nella seconda riunione del 27 novembre 2023. In tale riunione la discussione si è concentrata sulla preparazione dell'istituzione dei sottogruppi del gruppo ad alto livello. Si prevede la creazione di due sottogruppi nel corso del 2024. Il gruppo ad alto livello e i suoi sottogruppi non sono coinvolti in procedimenti o indagini della Commissione in corso ai sensi del regolamento sui mercati digitali[27].

[26] Ogni organismo o rete può anche prevedere dei membri supplenti.

[27] Che sono prerogativa esclusiva della Commissione in quanto autorità preposta all'applicazione del regolamento, fatta salva la procedura del comitato consultivo di cui all'articolo 50, paragrafo 2, del regolamento sui mercati digitali.