

Edizione provvisoria

SENTENZA DEL TRIBUNALE (Settima Sezione ampliata)

19 novembre 2025 ([\\*](#))

« Servizi digitali – Regolamento (UE) 2022/2065 – Designazione di una piattaforma online di dimensioni molto grandi – Eccezione di illegittimità – Ricevibilità – Articolo 33, paragrafi 1 e 4, del regolamento 2022/2065 – Diritto al rispetto della vita privata e familiare – Libertà d’impresa – Diritto di proprietà – Parità di trattamento – Libertà d’espressione – Protezione dei dati »

Nella causa T-367/23,

**Amazon EU Sàrl**, subentrata nei diritti di Amazon Services Europe Sàrl, con sede in Lussemburgo (Lussemburgo), rappresentata da A. Conrad, M. Frank, R. Spanó e I. Ioannidis, avvocati,

ricorrente,

sostenuta da

**Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland eV (bevh)**, con sede in Berlino (Germania), rappresentata da R. van der Hout e V. Lemonnier, avvocati,

interveniente,

contro

**Commissione europea**, rappresentata da L. Armati, P. Pernas Castrillo e P.-J. Loewenthal, in qualità di agenti,

convenuta,

sostenuta da

**Parlamento europeo**, rappresentato da M. Menegatti, E. Ni Chaoimh e L. Taïeb, in qualità di agenti,

da

**Consiglio dell’Unione europea**, rappresentato da E. Sitbon, N. Brzezinski e M. Moore, in qualità di agenti,

e da

**Ufficio europeo delle unioni dei consumatori (Bureau européen des unions de consommateurs, BEUC)**, con sede in Bruxelles (Belgio), rappresentato da A. Fratini, avvocato,

intervenienti

IL TRIBUNALE (Settima Sezione ampliata),

composto, in sede di deliberazione, da S. Papasavvas, presidente, K. Kowalik-Bańczyk (relatrice), E. Buttigieg, I. Dimitrakopoulos e B. Ricziová, giudici,

cancelliere: S. Spyropoulos, amministratrice

vista la fase scritta del procedimento,

vista l'ordinanza del vicepresidente della Corte del 27 marzo 2024 e l'ordinanza del 27 settembre 2023 che riserva le spese nella causa T-367/23 R,

in seguito all'udienza del 12 giugno 2025,

ha pronunciato la seguente

## **Sentenza**

1 Con il ricorso fondato sull'articolo 263 TFUE, Amazon EU Sàrl, ricorrente, subentrata nei diritti di Amazon Services Europe Sàrl, chiede l'annullamento della decisione C(2023) 2746 final della Commissione, del 25 aprile 2023, che designa la sua piattaforma Amazon Store come piattaforma online di dimensioni molto grandi ai sensi dell'articolo 33, paragrafo 4, del regolamento (UE) 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio (in prosieguo: la «decisione impugnata»).

### **I. Fatti**

2 La ricorrente gestisce la piattaforma Amazon Store, un negozio online di prodotti di consumo commercializzati da essa o da venditori terzi. Tale negozio è accessibile da diversi siti web tra cui «www.amazon.fr», «www.amazon.de», «www.amazon.es», «www.amazon.it», «www.amazon.nl», «www.amazon.pl», «www.amazon.se» e «www.amazon.com.be».

3 Il 17 febbraio 2023 la ricorrente ha indicato sui suoi siti web, ai sensi dell'articolo 24, paragrafo 2, del regolamento (UE) 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 ottobre 2022, relativo a un mercato unico dei servizi digitali e che modifica la direttiva 2000/31/CE (regolamento sui servizi digitali) (GU 2022, L 277, pag. 1), che il numero medio mensile di destinatari attivi nell'Unione europea (in prosieguo: il «NMM») della piattaforma Amazon Store era superiore a 45 milioni.

4 Il 22 febbraio 2023, da un lato, la Commissione europea ha comunicato a Amazon.com, Inc. e alla ricorrente le sue conclusioni preliminari secondo cui la piattaforma Amazon Store soddisfaceva le condizioni per essere designata come piattaforma online di dimensioni molto grandi ai sensi dell'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065.

5 Dall'altro lato, la Commissione ha informato il Granducato di Lussemburgo, ai sensi dell'articolo 33, paragrafo 4, del regolamento 2022/2065, della sua intenzione di designare la piattaforma Amazon Store come piattaforma online di dimensioni molto grandi.

6 Il 27 febbraio 2023 il Granducato di Lussemburgo ha informato la Commissione di non avere osservazioni da formulare.

7 Il 15 marzo 2023 la ricorrente ha presentato le sue osservazioni sulle conclusioni preliminari della Commissione e non ha contestato il fatto che la piattaforma Amazon Store soddisfaceva le condizioni per essere designata come piattaforma online di dimensioni molto grandi ai sensi dell'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065.

8 Con la decisione impugnata, la Commissione ha designato la piattaforma Amazon Store, ai sensi dell'articolo 33, paragrafo 4, del regolamento 2022/2065, come piattaforma online di dimensioni molto grandi a norma dell'articolo 33, paragrafo 1, di tale regolamento.

### **II. Conclusioni delle parti**

9 La ricorrente e il Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland eV (bevh) chiedono, in sostanza, che il Tribunale voglia:

– in via principale, annullare la decisione impugnata;

- in subordine, annullare parzialmente la decisione impugnata nella parte in cui impone alla ricorrente, da un lato, l'obbligo di assicurare almeno un'opzione per ciascun sistema di raccomandazione, non basata sulla profilazione, ai sensi dell'articolo 38 del regolamento 2022/2065 e, dall'altro, l'obbligo di compilare e rendere accessibile al pubblico un registro a norma dell'articolo 39 di tale regolamento;
  - condannare la Commissione alle spese.
- 10 La Commissione, il Parlamento europeo e l'Ufficio europeo delle unioni dei consumatori (BEUC) chiedono che il Tribunale voglia:
- respingere il ricorso;
  - condannare la ricorrente alle spese, comprese quelle inerenti al procedimento sommario.
- 11 Il Consiglio dell'Unione europea chiede che il Tribunale voglia respingere il ricorso.

### III. In diritto

- 12 A sostegno del ricorso, la ricorrente deduce tre motivi vertenti sull'eccezione di illegittimità, rispettivamente, dell'articolo 33, paragrafo 1, dell'articolo 38 e dell'articolo 39 del regolamento 2022/2065.
- A. *Sul primo motivo di ricorso, vertente sull'eccezione di illegittimità dell'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065***
- 13 La Commissione, il Consiglio e il BEUC sostengono che il primo motivo di ricorso non è ricevibile.
- 1. *Sull'eccezione di irricevibilità del Consiglio***
- 14 Il Consiglio sostiene che il primo motivo di ricorso deve essere respinto in quanto irricevibile per il motivo che la ricorrente non lo ha corredato di precisazioni sufficienti per valutarne la fondatezza. Esso rileva, a tal riguardo, che esiste una «contraddizione» tra i punti 166 e 203 dell'atto introduttivo del ricorso e che, di conseguenza, non è possibile stabilire se la ricorrente contesti unicamente la legittimità della decisione impugnata o se essa eccepisca, inoltre, l'illegittimità di talune disposizioni del regolamento 2022/2065. Peraltra, esso sostiene che, nell'ipotesi in cui la ricorrente eccepisca l'illegittimità di tali disposizioni, non sarebbe possibile stabilire se si tratti dell'articolo 33 o degli articoli da 34 a 43 di detto regolamento.
- 15 A questo proposito, occorre ricordare che, ai sensi dell'articolo 21, primo comma, dello Statuto della Corte di giustizia dell'Unione europea – applicabile al procedimento dinanzi al Tribunale in forza dell'articolo 53, primo comma, dello Statuto medesimo – nonché dell'articolo 76, lettera d), del regolamento di procedura del Tribunale, il ricorso deve contenere l'oggetto della controversia, i motivi e gli argomenti dedotti, nonché un'esposizione sommaria di detti motivi. Tale indicazione dev'essere sufficientemente chiara e precisa per consentire alla parte convenuta di preparare la sua difesa e al Tribunale di pronunciarsi sul ricorso, eventualmente senza altre informazioni a supporto. Al fine di garantire la certezza del diritto e una corretta amministrazione della giustizia è necessario, affinché un ricorso sia ricevibile, che gli elementi essenziali di fatto e di diritto sui quali esso è fondato emergano in modo coerente e comprensibile dal testo dell'atto introduttivo del ricorso (sentenza del 29 marzo 2012, Commissione/Estonia, C-505/09 P, EU:C:2012:179, punto 34).
- 16 Nel caso di specie, occorre rilevare che è possibile determinare con sufficiente precisione la portata del primo motivo di ricorso dalla lettura dell'atto introduttivo per poterne valutare la fondatezza.
- 17 Infatti, ai punti 10 e 12 dell'atto introduttivo, la ricorrente afferma che, con il primo motivo di ricorso, essa intende contestare la legittimità dell'articolo 33 del regolamento 2022/2065 per il motivo che tale disposizione viola gli articoli 7, 11, 16, 17 e 20 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea (in prosieguo: la «Carta»). Allo stesso modo, nell'ambito degli argomenti a sostegno della ricevibilità

dei motivi di ricorso, essa ricorda in sostanza, ai punti 134 e 135 dell'atto introduttivo, che l'eccezione di illegittimità sollevata nell'ambito del primo motivo è diretta contro l'articolo 33 di tale regolamento. Inoltre, dal titolo relativo al medesimo motivo di ricorso, quale figura nell'atto introduttivo, emerge che la ricorrente contesta la legittimità del criterio di designazione delle piattaforme online di dimensioni molto grandi previsto all'articolo 33, paragrafo 1, di detto regolamento. Infine, risulta in particolare dai punti da 166 a 169 e da 187 a 189 dell'atto introduttivo che la ricorrente contesta la legittimità di detto criterio e, pertanto, quella dell'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento in questione in quanto la assoggetta agli obblighi previsti dagli articoli da 34 a 43 del medesimo regolamento.

18 Peraltro, la circostanza, invocata dal Consiglio, secondo cui la ricorrente ritiene che gli obblighi previsti dagli articoli da 34 a 43 del regolamento 2022/2065 siano illegittimi non è incompatibile con il fatto che, con il primo motivo di ricorso, essa eccepisce l'illegittimità dell'articolo 33, paragrafo 1, di tale regolamento per il motivo che esso le impone siffatti obblighi che sarebbero, anch'essi, illegittimi.

19 Alla luce di tali circostanze, sebbene sia vero che la ricorrente indica, al punto 203 dell'atto introduttivo, che la decisione impugnata le impone obblighi contrari alla Carta, occorre tuttavia ritener che essa sostenga, in realtà, che tale decisione è una misura di applicazione dell'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065, il quale sarebbe a sua volta illegittimo in quanto porta ad imporle siffatti obblighi.

20 Ne segue che, contrariamente a quanto sostiene il Consiglio, dall'atto introduttivo risulta con sufficiente chiarezza che, con il primo motivo di ricorso, la ricorrente eccepisce l'illegittimità dell'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065. Del resto, occorre rilevare che il Consiglio ha, esso stesso, sviluppato nelle sue memorie un argomento dedotto in subordine, volto a respingere nel merito tale motivo di ricorso, basandosi su una siffatta interpretazione di detto motivo.

21 Di conseguenza, occorre respingere l'eccezione di irricevibilità invocata dal Consiglio.

## ***2. Sull'eccezione di irricevibilità della Commissione e del BEUC***

22 La Commissione e il BEUC sostengono che il primo motivo di ricorso deve essere respinto in quanto irricevibile per il fatto che, con tale motivo, la ricorrente eccepisce l'illegittimità di disposizioni del regolamento 2022/2065 che non costituiscono la base giuridica della decisione impugnata né presentano un nesso giuridico diretto con essa.

23 Infatti, da un lato, la Commissione rileva che la decisione impugnata è stata adottata sulla base dell'articolo 33, paragrafo 4, del regolamento 2022/2065 e che la ricorrente non eccepisce l'illegittimità di tale disposizione. Inoltre, sebbene la Commissione sostenga che un motivo di ricorso vertente sull'eccezione di illegittimità dell'articolo 33, paragrafo 1, di tale regolamento sarebbe stato ricevibile, essa osserva tuttavia che, nonostante il primo motivo di ricorso sia volto formalmente ad eccepire l'illegittimità di tale disposizione, la ricorrente contesta in realtà solamente il fatto che i mercati online possano essere assoggettati agli obblighi previsti agli articoli da 34 a 43 di tale regolamento qualora il loro NMM raggiunga i 45 milioni. Ebbene, gli articoli da 34 a 43 di detto regolamento non presenterebbero un nesso giuridico diretto con la decisione impugnata.

24 Dall'altro lato, il BEUC sostiene che la ricorrente sarebbe stata legittimata a contestare l'applicabilità degli obblighi previsti agli articoli da 34 a 43 del regolamento 2022/2065 ai mercati online. Tuttavia, esso afferma che, con il primo motivo di ricorso, la ricorrente contesta in realtà la legittimità di detti obblighi in quanto tali, mentre questi ultimi non presentano un nesso giuridico diretto con la decisione impugnata.

25 La ricorrente, sostenuta dal behv, afferma che il primo motivo di ricorso è ricevibile.

26 In forza dell'articolo 277 TFUE, nell'eventualità di una controversia che metta in causa un atto di portata generale adottato da un'istituzione, organo o organismo dell'Unione europea, ciascuna parte può, anche dopo lo spirare del termine previsto all'articolo 263, sesto comma, TFUE, valersi dei motivi previsti all'articolo 263, secondo comma, TFUE per invocare dinanzi alla Corte di giustizia dell'Unione europea l'inapplicabilità dell'atto stesso.

- 27 Tale disposizione è espressione di un principio generale che garantisce a qualsiasi parte il diritto di contestare, in via incidentale, al fine di ottenere l'annullamento di una decisione ad essa indirizzata, la validità degli atti di portata generale che costituiscono il fondamento di una siffatta decisione (v. sentenza dell'8 settembre 2020, Commissione e Consiglio/Carreras Sequeros e a., C-119/19 P e C-126/19 P, EU:C:2020:676, punto 67 e giurisprudenza citata).
- 28 Poiché l'articolo 277 TFUE non ha lo scopo di consentire a una parte di contestare l'applicabilità di qualsiasi atto di portata generale a sostegno di qualsiasi ricorso, l'atto di cui si eccepisce l'illegittimità dev'essere applicabile, direttamente o indirettamente, alla fattispecie controversa (v. sentenza dell'8 settembre 2020, Commissione e Consiglio/Carreras Sequeros e a., C-119/19 P e C-126/19 P, EU:C:2020:676, punto 68 e giurisprudenza citata).
- 29 Pertanto, in occasione di ricorsi di annullamento proposti avverso decisioni individuali, la Corte ha ammesso che possono validamente costituire oggetto di un'eccezione di illegittimità le disposizioni di un atto di portata generale che rappresentano la base di dette decisioni o che presentano un nesso giuridico diretto con siffatte decisioni (v. sentenza dell'8 settembre 2020, Commissione e Consiglio/Carreras Sequeros e a., C-119/19 P e C-126/19 P, EU:C:2020:676, punto 69 e giurisprudenza citata).
- 30 Per contro, la Corte ha dichiarato che è irricevibile un'eccezione di illegittimità diretta contro un atto di portata generale di cui la decisione individuale impugnata non costituisca una misura di applicazione (v. sentenza dell'8 settembre 2020, Commissione e Consiglio/Carreras Sequeros e a., C-119/19 P e C-126/19 P, EU:C:2020:676, punto 70 e giurisprudenza citata).
- 31 A tal riguardo, sotto un primo profilo, dai precedenti punti da 17 a 20 risulta che la ricorrente eccepisce, nell'atto introduttivo, l'illegittimità dell'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065, in quanto tale disposizione assoggetta taluni mercati online agli obblighi previsti dagli articoli da 34 a 43 di tale regolamento.
- 32 Sotto un secondo profilo, occorre rilevare che la ricorrente è legittimata ad eccepire l'illegittimità dell'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065, come riconosciuto in sostanza dalla Commissione e dal BEUC.
- 33 Infatti, l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065 dispone che gli obblighi supplementari per la gestione dei rischi sistematici, previsti dagli articoli da 34 a 43 di tale regolamento, si applicano alle piattaforme online che hanno un NMM pari o superiore a 45 milioni e che sono designate come piattaforme online di dimensioni molto grandi a norma dell'articolo 33, paragrafo 4, di detto regolamento.
- 34 Secondo l'articolo 33, paragrafo 4, del regolamento 2022/2065, la Commissione adotta una decisione che designa come piattaforma online di dimensioni molto grandi la piattaforma online con un NMM pari o superiore al numero di cui all'articolo 33, paragrafo 1, di tale regolamento.
- 35 Ne consegue che, se è vero che l'articolo 33, paragrafo 4, del regolamento 2022/2065 conferisce alla Commissione il potere di designare una piattaforma online come piattaforma online di dimensioni molto grandi, l'articolo 33, paragrafo 1, di tale regolamento determina le piattaforme online che devono essere oggetto di una siffatta designazione ai fini dell'applicazione degli articoli da 34 a 43 di detto regolamento.
- 36 Pertanto, la Commissione ha ritenuto, nella decisione impugnata, che la piattaforma Amazon Store dovesse essere designata come piattaforma online di dimensioni molto grandi «ai sensi dell'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065».
- 37 Alla luce di tali circostanze, occorre ritenere che la decisione impugnata, pur essendo stata adottata sulla base dell'articolo 33, paragrafo 4, del regolamento 2022/2065, applichi il criterio enunciato all'articolo 33, paragrafo 1, di tale regolamento. Pertanto, l'eventuale illegittimità di quest'ultima disposizione, da cui risulterebbe la sua inapplicabilità in forza dell'articolo 277 TFUE, dovrebbe necessariamente comportare l'annullamento di detta decisione.

- 38 Di conseguenza, si deve ritenere che la decisione impugnata presenti un nesso giuridico diretto con l'articolo 33, paragrafo 1, di tale regolamento.
- 39 Ne segue che occorre respingere le eccezioni di irricevibilità invocate dalla Commissione e dal BEUC.
- 3. *Sulla fondatezza del primo motivo di ricorso***
- 40 Come indicato al precedente punto 31, con il primo motivo di ricorso, la ricorrente eccepisce l'illegittimità dell'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065, in quanto assoggetta taluni mercati online agli obblighi previsti dagli articoli da 34 a 43 di tale regolamento.
- 41 Il primo motivo di ricorso è composto, in sostanza, da cinque parti, vertenti sul fatto che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065 viola rispettivamente l'articolo 7, l'articolo 11, paragrafo 1, l'articolo 16, l'articolo 17, paragrafo 1, e l'articolo 20 della Carta.
- a) *Sulla prima parte del primo motivo di ricorso, vertente sulla violazione dell'articolo 16 della Carta***
- 42 La ricorrente, sostenuta dal bevh, rileva che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065, in quanto assoggetta taluni mercati online agli obblighi previsti dagli articoli da 34 a 43 di tale regolamento, viola l'articolo 16 della Carta. Più in particolare, essa afferma che tali obblighi le fanno sostenere un onere considerevole e costituiscono, di conseguenza, un'ingerenza nella libertà d'impresa. Essa aggiunge che detti obblighi non sono appropriati per conseguire gli obiettivi di detto regolamento. Essa rileva, a tal riguardo, che gli obblighi in questione mirano a ridurre rischi sistematici che non sono causati dai mercati online. Inoltre, essa osserva che i mercati online non costituiscono un «sistema» e pertanto non sono idonei a generare rischi «sistematici». Infine, essa sostiene che il legislatore dell'Unione avrebbe potuto adottare altre misure meno restrittive per conseguire i suoi obiettivi.
- 43 La Commissione, sostenuta dal Parlamento, dal Consiglio e dal BEUC, contesta gli argomenti della ricorrente.
- 1) *Sull'esistenza di un'ingerenza nella libertà d'impresa sancita dall'articolo 16 della Carta***
- 44 La ricorrente sostiene che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065, in quanto assoggetta taluni mercati online agli obblighi previsti dagli articoli da 34 a 43 di tale regolamento, costituisce un'ingerenza nella libertà d'impresa sancita dall'articolo 16 della Carta.
- 45 Ai sensi dell'articolo 16 della Carta, è riconosciuta la libertà d'impresa, conformemente al diritto dell'Unione e alle legislazioni e prassi nazionali.
- 46 In conformità all'articolo 6, paragrafo 1, terzo comma, TUE e all'articolo 52, paragrafo 7, della Carta, occorre prendere in considerazione le spiegazioni relative alla Carta (GU 2007, C 303, pag. 17) per l'interpretazione di quest'ultima.
- 47 Nelle spiegazioni relative alla Carta, si precisa che «[l']articolo [16 della Carta] si basa sulla giurisprudenza della Corte di giustizia [dell'Unione europea] che ha riconosciuto la libertà di esercitare un'attività economica o commerciale (...) e la libertà contrattuale (...) e sull'articolo 119, paragrafi 1 e 3[, TFUE] che riconosce la libera concorrenza», che «[b]eninteso, questo diritto si esercita nel rispetto del diritto dell'Unione e delle legislazioni nazionali» e che «[e]sso può essere sottoposto alle limitazioni previste all'articolo 52, paragrafo 1 della Carta».
- 48 Pertanto, occorre ritenere che la tutela conferita dall'articolo 16 della Carta implichia la libertà di esercitare un'attività economica o commerciale, la libertà contrattuale e la libera concorrenza (v. sentenza del 22 gennaio 2013, Sky Österreich, C-283/11, EU:C:2013:28, punto 42 e giurisprudenza citata).
- 49 Il diritto alla libertà d'impresa comprende segnatamente il diritto di ogni impresa di poter disporre liberamente, nei limiti della responsabilità per le proprie azioni, delle risorse economiche, tecniche e finanziarie di cui dispone (sentenze del 27 marzo 2014, UPC Telekabel Wien, C-314/12,

EU:C:2014:192, punto 49, e del 21 dicembre 2021, Bank Melli Iran, C-124/20, EU:C:2021:1035, punto 78).

50 Di conseguenza costituisce un'ingerenza nella libertà d'impresa una misura che fa pesare in capo al suo destinatario un obbligo che limita il libero utilizzo delle risorse a sua disposizione, in quanto lo obbliga ad adottare misure che possono rappresentare un costo notevole per lo stesso, avere un impatto considerevole sull'organizzazione delle sue attività o richiedere soluzioni tecniche difficili e complesse (v., in tal senso, sentenze del 27 marzo 2014, UPC Telekabel Wien, C-314/12, EU:C:2014:192, punto 50, e del 27 giugno 2024, Gestore dei Servizi Energetici, C-148/23, EU:C:2024:555, punto 64).

51 Nel caso di specie, l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065 assoggetta i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi, tra cui i mercati online, agli obblighi previsti dagli articoli da 34 a 43 di tale regolamento.

52 Dagli articoli da 34 a 43 del regolamento 2022/2065 risulta che i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi devono individuare, analizzare e valutare gli eventuali rischi sistematici derivanti dalla progettazione o dal funzionamento del loro servizio (articolo 34), che essi possono dover, di conseguenza, adeguare la progettazione, le caratteristiche e il funzionamento del loro servizio, modificare le loro condizioni generali e limitare la presentazione della pubblicità (articoli 35 e 36), che essi devono, a proprie spese, sottoporsi a una revisione indipendente (articolo 37), assicurare un'opzione per ciascuno dei loro sistemi di raccomandazione, non basata sulla profilazione (articolo 38), pubblicare, sulla loro interfaccia, informazioni relative alle pubblicità che diffondono (articolo 39), consentire l'accesso di taluni dei loro dati ai ricercatori (articolo 40), creare al proprio interno una funzione di controllo della conformità (articolo 41), pubblicare relazioni di trasparenza (articolo 42) e versare un contributo per le attività di vigilanza alla Commissione (articolo 43).

53 Date tali circostanze, occorre ritenere che gli articoli da 34 a 43 del regolamento 2022/2065 obblighino i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi ad adottare misure che possono rappresentare, per loro, un costo notevole, avere un impatto considerevole sull'organizzazione delle loro attività o richiedere soluzioni tecniche difficili e complesse.

54 Di conseguenza, si deve ritenere che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065 costituisca un'ingerenza nella libertà d'impresa sancita dall'articolo 16 della Carta, in quanto impone ai fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi di conformarsi agli articoli da 34 a 43 di tale regolamento.

## 2) *Sulla giustificazione dell'ingerenza nella libertà d'impresa*

55 Conformemente all'articolo 52, paragrafo 1, della Carta, eventuali limitazioni all'esercizio dei diritti e delle libertà riconosciuti da quest'ultima devono essere previste dalla legge, rispettare il loro contenuto essenziale e, nel rispetto del principio di proporzionalità, possono essere apportate limitazioni a detti diritti e libertà solo laddove siano necessarie e rispondano effettivamente a finalità di interesse generale riconosciute dall'Unione o all'esigenza di proteggere i diritti e le libertà altrui.

56 A questo proposito, si deve ricordare che il principio di proporzionalità esige, secondo una costante giurisprudenza, che gli atti delle istituzioni dell'Unione siano idonei a realizzare gli obiettivi legittimi perseguiti dalla normativa di cui si tratta e non superino i limiti di ciò che è idoneo e necessario al conseguimento degli obiettivi stessi (v. sentenza dell'8 aprile 2014, Digital Rights Ireland e a., C-293/12 e C-594/12, EU:C:2014:238, punto 46 e giurisprudenza citata).

57 Per quanto riguarda il controllo giurisdizionale, la Corte ha riconosciuto al legislatore dell'Unione, nell'ambito dell'esercizio delle competenze ad esso demandate, un ampio potere discrezionale quando la sua azione implica scelte di natura politica, economica e sociale, e quando è chiamato ad effettuare apprezzamenti e valutazioni complessi (v. sentenza del 30 gennaio 2019, Planta Tabak, C-220/17, EU:C:2019:76, punto 44 e giurisprudenza citata). Essa ha precisato che l'azione del legislatore nel settore della tutela dei consumatori implica siffatte scelte (v., in tal senso, sentenze del 17 dicembre 2015, Neptune Distribution, C-157/14, EU:C:2015:823, punto 76, e dell'8 giugno 2017, Dextro Energy/Commissione, C-296/16 P, non pubblicata, EU:C:2017:437, punto 49).

- 58 Alla luce di tali circostanze, solo la manifesta inidoneità di una misura adottata in un ambito come quello del caso di specie, che implica un ampio potere discrezionale in relazione allo scopo che l’istituzione competente intende perseguire, può inficiare la legittimità di tale misura [v., in tal senso, sentenze del 10 dicembre 2002, British American Tobacco (Investments) e Imperial Tobacco, C-491/01, EU:C:2002:741, punto 123, e del 4 maggio 2016, Polonia/Parlamento e Consiglio, C-358/14, EU:C:2016:323, punto 79].
- 59 Inoltre, dal tenore dell’articolo 16 della Carta risulta che la libertà d’impresa può essere soggetta ad un ampio ventaglio di interventi dei poteri pubblici suscettibili di stabilire, nell’interesse generale, limiti all’esercizio dell’attività economica (sentenza del 22 gennaio 2013, Sky Österreich, C-283/11, EU:C:2013:28, punto 46). Pertanto, si deve ricordare che la libertà d’impresa non costituisce una prerogativa assoluta e che, in un contesto come quello di cui al caso di specie, essa deve essere conciliata con l’articolo 38 della Carta, che, al pari dell’articolo 169 TFUE, tende a garantire, nelle politiche dell’Unione, un livello elevato di protezione dei consumatori (sentenza del 23 marzo 2021, Airhelp, C-28/20, EU:C:2021:226, punto 49). Più in particolare, occorre osservare che l’importanza rivestita dall’obiettivo di protezione dei consumatori è tale da giustificare conseguenze economiche negative, anche considerevoli, per taluni operatori economici (sentenze del 23 marzo 2021, Airhelp, C-28/20, EU:C:2021:226, punto 50, e del 2 settembre 2021, Association of Independent Meat Suppliers e Cleveland Meat Company, C-579/19, EU:C:2021:665, punto 97).
- 60 Nel caso di specie, la ricorrente non contesta che l’articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065 non infici il contenuto essenziale della libertà d’impresa dei fornitori di mercati online. Del resto, è gioco-forza constatare che gli obblighi previsti dagli articoli da 34 a 43 di tale regolamento non impediscono l’esercizio dell’attività imprenditoriale in quanto tale di detti fornitori, consistente nel consentire ai consumatori di concludere contratti a distanza con professionisti. Parimenti, la ricorrente non contesta che tali obblighi siano previsti da un atto legislativo e che essi debbano, di conseguenza, essere considerati previsti dalla legge ai sensi dell’articolo 52, paragrafo 1, della Carta.
- 61 Per contro, la ricorrente sostiene che l’ingerenza nella libertà d’impresa è manifestamente sproporzionata per il motivo, in primo luogo, che i mercati online non generano rischi sistematici ai sensi del regolamento 2022/2065, in secondo luogo, che vi sono misure meno restrittive per i fornitori di tali mercati che consentono di raggiungere gli obiettivi di tale regolamento e, in terzo luogo, che i costi sostenuti da detti fornitori sono notevoli.
- i) *Sull’esistenza di rischi sistematici generati dai mercati online*
- 62 L’articolo 1 del regolamento 2022/2065 dispone che l’obiettivo di tale regolamento è contribuire al corretto funzionamento del mercato interno dei servizi intermediari stabilendo norme armonizzate per un ambiente online sicuro, prevedibile e affidabile che faciliti l’innovazione e in cui i diritti fondamentali sanciti dalla Carta, compreso il principio della protezione dei consumatori, siano tutelati in modo effettivo.
- 63 Il considerando 75 del regolamento 2022/2065 spiega che «[d]ata l’importanza che le piattaforme online di dimensioni molto grandi, per via del loro raggio d’azione, espresso in particolare come il numero di destinatari del servizio, rivestono nel facilitare il dibattito pubblico, le operazioni economiche e la diffusione al pubblico di informazioni, opinioni e idee e nell’influenzare il modo in cui i destinatari ottengono e comunicano informazioni online, è necessario imporre ai fornitori di tali piattaforme obblighi specifici, in aggiunta agli obblighi applicabili a tutte le piattaforme online».
- 64 Il considerando 76 del regolamento 2022/2065 aggiunge che «[l]e piattaforme online di dimensioni molto grandi (...) possono comportare rischi per la società diversi in termini di portata ed effetti rispetto a quelli presentati dalle piattaforme più piccole». Tale considerando precisa altresì che «[i] fornitori di tali piattaforme online di dimensioni molto grandi (...) dovrebbero pertanto essere soggetti agli obblighi più stringenti in materia di dovere di diligenza, proporzionati al loro impatto per la società», che «[q]uando il numero di destinatari attivi di una piattaforma online (...), calcolato come media in un periodo di sei mesi, raggiunge una quota significativa della popolazione dell’Unione, i rischi sistematici posti da tale piattaforma online (...) possono avere un effetto sproporzionato sull’Unione» e che «[s]i dovrebbe ritener che tale raggio d’azione significativo sussista quando tale numero supera la soglia operativa di 45 milioni, ossia un numero equivalente al 10% della popolazione dell’Unione».

- 65 A tal riguardo, l'articolo 34, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065 contiene un elenco di rischi sistematici che possono essere generati dalle piattaforme online di dimensioni molto grandi.
- 66 Anzitutto, l'articolo 34, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2022/2065 prevede che i rischi sistematici comprendono la diffusione di contenuti illegali tramite piattaforme online di dimensioni molto grandi. In conformità all'articolo 3, lettera h), di tale regolamento, si tratta più precisamente dei rischi connessi alla diffusione di «qualsiasi informazione che, di per sé o in relazione a un'attività, tra cui la vendita di prodotti (...), non è conforme al diritto dell'Unione o di qualunque Stato membro conforme con il diritto dell'Unione, indipendentemente dalla natura o dall'oggetto specifico di tale diritto».
- 67 Poi, l'articolo 34, paragrafo 1, lettera b), del regolamento 2022/2065 enuncia che i rischi sistematici includono «eventuali effetti negativi, attuali o prevedibili, per l'esercizio dei diritti fondamentali, in particolare i diritti fondamentali alla dignità umana sancito nell'articolo 1 della Carta, al rispetto della vita privata e familiare sancito nell'articolo 7 della Carta, alla tutela dei dati personali sancito nell'articolo 8 della Carta, alla libertà di espressione e di informazione, inclusi la libertà e il pluralismo dei media, sanciti nell'articolo 11 della Carta, e alla non discriminazione sancito nell'articolo 21 della Carta, al rispetto dei diritti del minore sancito nell'articolo 24 della Carta, così come all'elevata tutela dei consumatori, sancito nell'articolo 38 della Carta».
- 68 Infine, l'articolo 34, paragrafo 1, lettere c) e d), del regolamento 2022/2065 precisa che i rischi sistematici comprendono «eventuali effetti negativi, attuali o prevedibili, sul dibattito civico e sui processi elettorali, nonché sulla sicurezza pubblica» nonché «qualsiasi effetto negativo, attuale o prevedibile, in relazione alla violenza di genere, alla protezione della salute pubblica e dei minori e alle gravi conseguenze negative per il benessere fisico e mentale della persona».
- 69 A tal riguardo, in primo luogo, la ricorrente sostiene che i mercati online non generano rischi sistematici nei limiti in cui non fanno parte di un «sistema», a differenza degli istituti finanziari. Infatti, mentre questi ultimi formerebbero un «sistema finanziario mondiale» a causa della «natura interconnessa [delle loro] attività», i mercati online non sarebbero interdipendenti e non costituirebbero, di conseguenza, un sistema. Essa ne deduce che i mercati online non sono idonei a generare rischi sistematici. Essa sostiene altresì che i mercati online, le reti sociali, i servizi di condivisione di contenuti e i servizi di ricerca non costituiscono neppure un «sistema» e che non esistono rischi di contagio tra loro.
- 70 Tuttavia, è sufficiente rilevare che, contrariamente a quanto suggerito dalla ricorrente, il regolamento 2022/2065 non mira a prevenire i rischi sistematici che i mercati online potrebbero comportare nei limiti in cui farebbero parte di un «sistema». Infatti, come risulta dal precedente punto 64, tale regolamento ha l'obiettivo di attenuare i rischi sistematici per la società nel suo insieme, in quanto potrebbero incidere su una quota significativa della popolazione dell'Unione. Ne consegue che la circostanza secondo cui i mercati online sono indipendenti gli uni dagli altri nonché dagli altri tipi di piattaforme online e non costituiscono, congiuntamente, un sistema non consente di escludere che tali mercati possano generare taluni rischi sistematici menzionati all'articolo 34, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065.
- 71 In secondo luogo, la ricorrente sostiene che le pubblicità e i commenti dei clienti presenti sui mercati online riguardano principalmente i prodotti commercializzati su tali medesimi mercati. Essa ne deduce che i mercati online non generano rischi connessi ai processi democratici, alla salute pubblica, alla disinformazione, alla dignità umana, alla libertà di espressione e di informazione, alla vita privata, alla tutela dei dati, alla discriminazione e ai diritti del minore. Essa aggiunge che non è dimostrato che le piattaforme online di dimensioni molto grandi presentino rischi per i consumatori né che esse svolgano un ruolo importante nella commercializzazione illegale di animali o di prodotti contraffatti o pericolosi.
- 72 Tuttavia, sotto un primo profilo, la ricorrente non contesta che i destinatari del servizio possano utilizzare pubblicità o commenti per veicolare contenuti illeciti o di natura politica e religiosa. Al contrario, essa stessa sostiene che i mercati online hanno previsto, nelle loro condizioni generali, regole dirette a prevenire la diffusione di contenuti illeciti o aventi un effetto negativo, in particolare, sull'esercizio dei diritti fondamentali, sul dibattito civico, sui processi elettorali o sulla protezione della salute pubblica e dei minori. Essa precisa infatti che, nelle sue condizioni generali relative alla pubblicità, ha espressamente vietato le «pubblicità che mostrano minori in situazioni pericolose, come la guida in bicicletta senza casco; contenuti mendaci, falsi o ingannevoli; pubblicità oscene,

controverse, diffamatorie, illegali o invasive nei confronti della vita privata altrui; i contenuti politici, come le campagne a favore o contro una personalità politica o un partito politico, o in correlazione a un’elezione, o i contenuti connessi a questioni politiche del dibattito pubblico; le perorazioni religiose, siano esse volte a difendere o a criticare una religione; [e] i contenuti discriminatori».

- 73 Sotto un secondo profilo, la ricorrente riconosce che sui mercati online potrebbero essere commercializzati prodotti illegali, sebbene essa ritenga che la commercializzazione di tali prodotti sia più probabile nei piccoli mercati online per il motivo che i grandi mercati presterebbero maggiore attenzione alla loro reputazione. Date tali circostanze, occorre ritenere che i mercati online possano essere utilizzati per diffondere contenuti illeciti, in particolare in relazione alla vendita di prodotti pericolosi o non conformi, e che possano, di conseguenza, avere un effetto negativo sulla protezione dei consumatori. Peraltro, la ricorrente non contesta il fatto, rilevato dal BEUC, che sulla piattaforma Amazon Store siano effettivamente presenti contenuti illeciti, nonostante i suoi sforzi per rimuoverli.
- 74 Inoltre, la ricorrente sostiene che un prodotto pericoloso non si diffonderebbe più rapidamente su una piattaforma online avente un NMM elevato. Tuttavia, essa non allega alcun elemento idoneo a suffragare tale affermazione. Peraltro, il fatto che una piattaforma online possieda un NMM elevato è tale da aumentare il numero di persone che possono procurarsi il prodotto di cui si tratta.
- 75 In terzo luogo, il bevh sostiene che gli obblighi previsti dagli articoli da 34 a 43 del regolamento 2022/2065 non consentono di migliorare la protezione dei consumatori al fine di offrire loro un livello di tutela comparabile a quello di cui essi beneficiano offline né, di conseguenza, di prevenire rischi sistematici ai sensi dell’articolo 34, paragrafo 1, di tale regolamento. Più in particolare, esso afferma che gli obblighi previsti specificamente agli articoli da 34 a 37 del regolamento 2022/2065 «vanno al di là delle disposizioni relative all’“ambiente offline”» e sono vaghi.
- 76 A tal riguardo, è vero che il considerando 12 del regolamento 2022/2065 indica che «ai fini [di tale regolamento] il concetto di “contenuto illegale” dovrebbe rispecchiare ampiamente le norme vigenti nell’ambiente offline». Tuttavia, da un lato, contrariamente a quanto suggerito dal bevh, non se ne può dedurre che il legislatore non potesse adottare per i mercati online misure più restrittive che per i negozi «fisici» al fine di tutelare i consumatori. Dall’altro lato, il bevh non fornisce alcun elemento idoneo a dimostrare che la mancanza di precisione degli articoli da 34 a 43 del regolamento 2022/2065 non consentirebbe loro di contribuire alla protezione dei consumatori.
- 77 In tale contesto, occorre rilevare che il legislatore non ha commesso un errore manifesto di valutazione nel ritenere che i mercati online il cui NMM abbia raggiunto i 45 milioni fossero idonei a generare diversi rischi sistematici menzionati all’articolo 34, paragrafo 1, lettere da a) a d), del regolamento 2022/2065.
- ii) *Sulle misure alternative meno restrittive che consentirebbero di raggiungere gli obiettivi del regolamento 2022/2065*
- 78 La ricorrente sostiene che il legislatore avrebbe potuto adottare misure alternative meno restrittive per raggiungere gli obiettivi del regolamento 2022/2065.
- 79 Tuttavia, dal precedente punto 58 risulta che la libertà d’impresa è violata solo quando il legislatore adotta una misura manifestamente inidonea rispetto all’obiettivo perseguito dalla normativa di cui si tratta. Ne consegue che il solo fatto che il legislatore avrebbe potuto adottare misure meno restrittive non può essere sufficiente per dimostrare una violazione dell’articolo 16 della Carta.
- 80 Inoltre, occorre osservare che le misure meno restrittive invocate dalla ricorrente non consentono, in ogni caso, di raggiungere gli obiettivi del regolamento 2022/2065 in modo altrettanto efficace.
- 81 Infatti, sotto un primo profilo, la ricorrente sostiene che il legislatore avrebbe potuto escludere i mercati online dalle piattaforme online di dimensioni molto grandi di cui all’articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065 al fine di limitare l’applicazione degli articoli da 34 a 43 di tale regolamento ai soli servizi idonei a generare i rischi sistematici menzionati all’articolo 34, paragrafo 1, di detto regolamento.

- 82 Tuttavia, come risulta dal precedente punto 77, i mercati online possono generare numerosi rischi sistemici menzionati all'articolo 34, paragrafo 1, lettere da a) a d), del regolamento 2022/2065. Di conseguenza, escludere i mercati online dalle piattaforme online di dimensioni molto grandi di cui all'articolo 33, paragrafo 1, di tale regolamento potrebbe nuocere alla capacità di detto regolamento di attenuare tali rischi.
- 83 Sotto un secondo profilo, la ricorrente e il bevh sostengono che il legislatore avrebbe potuto adottare criteri «qualitativi», come avrebbe fatto in altri settori del diritto dell'Unione, tra cui il settore delle telecomunicazioni, o adottare un sistema di presunzione semplice, come avrebbe fatto nel regolamento (UE) 2022/1925 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 settembre 2022, 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) (GU 2022, L 265, pag. 1). La ricorrente aggiunge che la designazione come piattaforme online di dimensioni molto grandi riguarda solo un numero ristretto di piattaforme online. Essa ne deduce che lo sforzo supplementare richiesto alla Commissione per attuare tali criteri non sarebbe stato sproporzionato rispetto all'entità dei costi risultanti, a carico di detti fornitori, da una siffatta designazione.
- 84 A tal riguardo, è pacifico che la Commissione aveva indicato, nella valutazione d'impatto allegata alla proposta di regolamento 2022/2065, di aver esaminato criteri diversi dal solo criterio del NMM, tra cui criteri «qualitativi» che tenevano conto dell'effetto sociale ed economico della piattaforma online considerata. Essa ha tuttavia rilevato che la presa in considerazione di siffatti criteri qualitativi avrebbe richiesto un approccio caso per caso che avrebbe potuto comportare un'incertezza giuridica e un processo più lungo e più costoso per designare le piattaforme online di dimensioni molto grandi.
- 85 Ebbene, né la ricorrente né il bevh contestano che un tale processo sarebbe stato più lungo e più costoso per la Commissione. Date tali circostanze, è sufficiente constatare che i criteri invocati dalla ricorrente erano tali da ritardare l'attuazione degli obblighi di cui agli articoli da 34 a 43 del regolamento 2022/2065 e da privare la Commissione di una parte delle sue risorse necessarie per svolgere adeguatamente i compiti che le attribuisce tale regolamento.
- 86 Sotto un terzo profilo, la ricorrente sostiene che il legislatore avrebbe potuto assoggettare, mediante l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065, i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi all'obbligo di cui all'articolo 39 di tale regolamento unicamente nella misura in cui detto obbligo prevedeva la messa a disposizione del registro a ricercatori e a autorità, ma non al pubblico nel suo insieme.
- 87 L'articolo 39 del regolamento 2022/2065 dispone che i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi compilano e rendono accessibile al pubblico in una specifica sezione della loro interfaccia online, mediante uno strumento consultabile e affidabile che consente ricerche attraverso molteplici criteri e attraverso le interfacce di programmazione delle applicazioni, un registro contenente in particolare il contenuto della pubblicità, compreso il nome del prodotto, del servizio o del marchio e l'oggetto della pubblicità, la persona fisica o giuridica per conto della quale viene presentata la pubblicità, il periodo durante il quale è stata presentata la pubblicità, un'indicazione volta a precisare se la pubblicità fosse destinata a essere presentata a uno o più gruppi specifici di destinatari del servizio e, in tal caso, i principali parametri utilizzati a tal fine, compresi, se del caso, i principali parametri utilizzati per escludere uno o più di tali particolari gruppi e il numero totale di destinatari del servizio raggiunti e, ove opportuno, i dati aggregati suddivisi per ciascuno Stato membro relativi al gruppo o ai gruppi di destinatari ai quali la pubblicità era specificamente destinata.
- 88 A tal riguardo, il considerando 69 del regolamento 2022/2065 precisa che i destinatari del servizio sono soggetti a «effetti negativi particolarmente gravi» quando ad essi «vengono presentate inserzioni pubblicitarie basate su tecniche di targeting ottimizzate per soddisfare i loro interessi e potenzialmente attirare le loro vulnerabilità». Il considerando 95 del medesimo regolamento aggiunge che i sistemi pubblicitari utilizzati dalle piattaforme online di dimensioni molto grandi richiedono «ulteriore vigilanza pubblica e regolamentare in ragione del loro raggio d'azione e della loro capacità di rivolgersi ai destinatari del servizio e raggiungerli in base al loro comportamento all'interno e all'esterno dell'interfaccia online» di tali piattaforme e che il registro dovrebbe «includere sia le informazioni sui

criteri di selezione che quelle sui criteri di fornitura, in particolare quando la pubblicità è rivolta a persone in situazioni vulnerabili, quali i minori».

89 Alla luce di tali circostanze, occorre osservare che le informazioni pubblicate ai sensi dell'articolo 39 del regolamento 2022/2065 consentono di informare i consumatori riguardo alle pubblicità alle quali sono esposti. Inoltre, come rilevato dal Consiglio, esse consentono altresì ai media e alle associazioni per la tutela dei consumatori di controllare le pubblicità diffuse sulle piattaforme online di dimensioni molto grandi, in particolare al fine di prevenire la promozione di prodotti illegali o inappropriati presso talune componenti del pubblico, come i minori. Di conseguenza, si deve ritenere che tale disposizione sia idonea, in particolare, a limitare la diffusione di contenuti illeciti, a contribuire ad un'elevata tutela dei consumatori e a evitare effetti negativi connessi alla tutela dei minori. Ne segue che essa è idonea a prevenire diversi rischi sistematici ai sensi dell'articolo 34, paragrafo 1, di tale regolamento. Ebbene, un siffatto obiettivo sarebbe più difficilmente raggiunto se soltanto i ricercatori e le autorità avessero accesso alle informazioni di cui si tratta.

90 In tale contesto, si deve ritenere che la ricorrente non possa legittimamente sostenere, per dimostrare una violazione dell'articolo 16 della Carta, che il legislatore avrebbe potuto adottare misure alternative meno restrittive.

*iii) Sull'entità dei costi sostenuti dai fornitori di mercati online*

91 La ricorrente afferma che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065 fa sostenere ai fornitori di mercati online costi notevoli assoggettandoli agli obblighi previsti dagli articoli da 34 a 43 di tale regolamento.

92 In primo luogo, la ricorrente contesta alla Commissione di essersi fondata, nella sua valutazione d'impatto, su ipotesi economiche poco credibili e di non aver tenuto conto di taluni costi risultanti dall'attuazione degli articoli 38 e 39 del regolamento 2022/2065. Essa sostiene che la Commissione ha considerato, erroneamente, nella motivazione che accompagna la proposta di regolamento 2022/2065, che «[p]er quanto riguarda[va] la libertà d'impresa dei prestatori di servizi, i costi sostenuti dalle imprese [era]no compensati dalla minore frammentazione del mercato interno», che «[l]a proposta introduce[va] garanzie volte a ridurre gli oneri a carico dei prestatori di servizi, tra cui misure per evitare la ripetizione di notifiche non giustificate e un controllo preventivo dei segnalatori attendibili da parte delle autorità pubbliche» e che «[a]lcuni obblighi riguarda[va]no inoltre le piattaforme online di dimensioni molto grandi, che spesso presenta[va]no i rischi più gravi e che [aveva]no la capacità di assorbire gli oneri supplementari».

93 A tal riguardo, occorre rilevare che il legislatore dell'Unione non è tenuto a disporre di una valutazione d'impatto in ogni circostanza e una siffatta valutazione d'impatto non è per esso in nessun caso vincolante [v., in tal senso, sentenza del 4 ottobre 2024, Lituania e a./Parlamento e Consiglio (Pacchetto mobilità), da C-541/20 a C-555/20, EU:C:2024:818, punto 230]. Ne consegue che, anche supponendolo dimostrato, il fatto che la Commissione si sia basata, nella sua valutazione d'impatto, su ipotesi economiche troppo ottimistiche e abbia sottovalutato i costi che avrebbero dovuto essere sostenuti dai fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi non può essere sufficiente, di per sé, a provare che le disposizioni di detto regolamento costituiscano in quanto tali un'ingerenza manifestamente sproporzionata nella libertà d'impresa.

94 In secondo luogo, la ricorrente sostiene che l'obbligo di cui all'articolo 38 del regolamento 2022/2065 limita la sua capacità di informare i suoi clienti delle offerte proposte sulla sua piattaforma Amazon Store. Essa afferma che tale obbligo, da un lato, arreca pregiudizio ai suoi clienti non consentendo loro di trovare facilmente i prodotti che più possono interessarli e, dall'altro, non consente di prevenire un rischio sistematico ai sensi di detto regolamento. Inoltre, essa ritiene che i sistemi di raccomandazione basati sulla profilazione consentano di promuovere i prodotti delle piccole e medie imprese (PMI) e che, in loro assenza, essa sarebbe costretta a promuovere quelli delle imprese più conosciute. Peraltro, essa sostiene che dalla comunicazione del 26 aprile 2018 della Commissione al Parlamento, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni, intitolata «Contrastare la disinformazione online: un approccio europeo» [COM(2018) 236 final], emerge che tale disposizione mirava a garantire l'accesso del pubblico a varie fonti di informazioni sulle reti sociali, sui servizi di

condivisione di contenuti o sui servizi di ricerca. Ebbene, un siffatto obiettivo non sarebbe pertinente per quanto riguarda i mercati online.

- 95 A tal riguardo, l'articolo 38 del regolamento 2022/2065 dispone che i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi che utilizzano sistemi di raccomandazione assicurano almeno un'opzione per ciascuno dei loro sistemi di raccomandazione, non basata sulla profilazione, come definita nell'articolo 4, punto 4), del regolamento (UE) 2016/679, del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati) (GU 2016, L 119, pag. 1).
- 96 L'articolo 4, punto 4, del regolamento 2016/679 definisce la profilazione come «qualsiasi forma di trattamento automatizzato di dati personali consistente nell'utilizzo di tali dati personali per valutare determinati aspetti personali relativi a una persona fisica, in particolare per analizzare o prevedere aspetti riguardanti il rendimento professionale, la situazione economica, la salute, le preferenze personali, gli interessi, l'affidabilità, il comportamento, l'ubicazione o gli spostamenti di detta persona fisica».
- 97 Per quanto riguarda i sistemi di raccomandazione, il considerando 70 del regolamento 2022/2065 spiega che «[u]n elemento essenziale dell'attività di una piattaforma online consiste nel modo in cui le informazioni sono messe in ordine di priorità e presentate nella sua interfaccia online per facilitare e ottimizzare l'accesso alle stesse da parte dei destinatari del servizio» e che «[c]iò avviene, ad esempio, suggerendo, classificando e mettendo in ordine di priorità le informazioni in base ad algoritmi, distinguendole attraverso testo o altre rappresentazioni visive oppure selezionando in altro modo le informazioni fornite dai destinatari». Tale considerando indica altresì che «[t]ali sistemi di raccomandazione possono avere un impatto significativo sulla capacità dei destinatari di recuperare e interagire con le informazioni online, anche per facilitare la ricerca di informazioni pertinenti per i destinatari del servizio e contribuire a migliorare l'esperienza dell'utente» e che «[e]ssi svolgono inoltre un ruolo importante nell'amplificazione di determinati messaggi, nella diffusione virale delle informazioni e nella sollecitazione del comportamento online».
- 98 Sotto un primo profilo, occorre rilevare che l'articolo 38 del regolamento 2022/2065 mira a consentire ai destinatari delle piattaforme online di dimensioni molto grandi di scegliere, in una certa misura, le informazioni cui sono esposti, come risulta dal considerando 70 di tale regolamento. Più in particolare, l'articolo 38 di detto regolamento conferisce ai destinatari la possibilità di vedersi raccomandare solo prodotti la cui selezione non sia stata influenzata dalla raccolta dei loro dati personali.
- 99 Date tali circostanze, da un lato, si deve osservare che l'articolo 38 del regolamento 2022/2065 non impedisce ai destinatari di una piattaforma online di dimensioni molto grandi di utilizzare un sistema di raccomandazione basato sulla profilazione. Inoltre, tale disposizione consente a detti destinatari di tornare ad un'opzione basata sulla profilazione nell'ipotesi in cui essi non fossero soddisfatti delle raccomandazioni che sarebbero state fatte loro in assenza di profilazione.
- 100 Di conseguenza, si deve ritenere che, contrariamente a quanto sostiene la ricorrente, l'articolo 38 del regolamento 2022/2065 non possa arrecare pregiudizio ai consumatori dei mercati online.
- 101 Dall'altro lato, si deve ritenere che l'articolo 38 del regolamento 2022/2065 rafforzi i diritti dei consumatori offrendo loro la possibilità di esprimere una scelta quanto ai prodotti che sono loro proposti. Tale disposizione è quindi quantomeno idonea a contribuire a un'elevata tutela dei consumatori e, di conseguenza, a prevenire un rischio sistematico ai sensi dell'articolo 34, paragrafo 1, lettera b), di tale regolamento.
- 102 Sotto un secondo profilo, occorre rilevare che il fatto, invocato dalla ricorrente, che l'articolo 38 del regolamento 2022/2065 favorisca le grandi imprese a detrimenti delle PMI nei mercati online non è idoneo a dimostrare una violazione della libertà d'impresa dei fornitori di tali mercati.
- 103 Inoltre, da un lato, nei limiti in cui, dallo studio economico contenuto nell'allegato A.2 dell'atto introduttivo (in prosieguo: lo «studio economico della ricorrente»), risulta che i sistemi di raccomandazione basati sulla profilazione consentono una migliore commercializzazione dei «prodotti

di nicchia», ciò non consente di spiegare la ragione per cui le grandi imprese non potrebbero sviluppare, tra la loro gamma di prodotti, prodotti del genere, destinati ad un pubblico specializzato. Pertanto, anche supponendo che i sistemi di raccomandazione basati sulla profilazione favoriscano la commercializzazione dei prodotti di nicchia, non è possibile dedurne che tali sistemi siano, per loro natura, favorevoli alle PMI.

104 Dall'altro lato, come rilevato in sostanza dalla Commissione, la ricorrente non spiega la ragione per cui i mercati online non sarebbero in grado di consentire ai consumatori di effettuare ricerche per criteri nella loro interfaccia che consentano di identificare prodotti di nicchia.

105 Di conseguenza, la ricorrente non dimostra che l'articolo 38 del regolamento 2022/2065 sia tale da generare costi notevoli per le PMI né, di conseguenza, per i fornitori di mercati online.

106 Sotto un terzo profilo, occorre constatare che la ricorrente non può utilmente invocare la comunicazione COM(2018)236, proveniente unicamente dalla Commissione e non avente valore vincolante, al fine di mettere in discussione la legittimità del regolamento 2022/2065. Del resto, sebbene da tale comunicazione risulti che la Commissione desiderava che gli «utenti» di piattaforme online potessero avere accesso a «strumenti per un'esperienza online personalizzata e interattiva in modo da favorire la scoperta di contenuti e l'accesso a varie fonti di informazione che costituiscano altrettanti punti di vista alternativi» e, quindi, contrastare la disinformazione, non se ne può tuttavia dedurre che l'articolo 38 di detto regolamento non possa consentire, inoltre, di migliorare l'informazione dei consumatori sui mercati online.

107 In terzo luogo, la ricorrente rileva che l'articolo 39 del regolamento 2022/2065 porta a divulgare informazioni riservate relative alle attività pubblicitarie degli inserzionisti sulla piattaforma Amazon Store. Essa ne deduce che tale piattaforma sarà meno attrattiva per gli inserzionisti, in particolare rispetto alle piattaforme online che non sono designate come piattaforme online di dimensioni molto grandi. Peraltra, essa sostiene che l'attuazione dell'obbligo previsto da detta disposizione genera costi superiori a quelli stimati dalla Commissione nella sua valutazione d'impatto.

108 Come rilevato al precedente punto 87, l'articolo 39 del regolamento 2022/2065 prevede la diffusione di informazioni al pubblico che includono, in particolare, il contenuto della pubblicità, compreso il nome del prodotto, del servizio o del marchio e l'oggetto della pubblicità, la persona fisica o giuridica per conto della quale viene presentata la pubblicità, il periodo durante il quale è stata presentata la pubblicità, un'indicazione volta a precisare se la pubblicità fosse destinata a essere presentata a uno o più gruppi specifici di destinatari del servizio e, in tal caso, i principali parametri utilizzati a tal fine, compresi, se del caso, i principali parametri utilizzati per escludere uno o più di tali particolari gruppi e il numero totale di destinatari del servizio raggiunti e, ove opportuno, i dati aggregati suddivisi per ciascuno Stato membro relativi al gruppo o ai gruppi di destinatari ai quali la pubblicità era specificamente destinata.

109 Ebbene, la ricorrente non fornisce alcun elemento idoneo a dimostrare che la diffusione delle informazioni menzionate all'articolo 39 del regolamento 2022/2065 avrebbe un impatto negativo sull'attrattività della piattaforma Amazon Store per gli inserzionisti.

110 Infatti, lo studio economico della ricorrente si limita a rilevare che informazioni relative al contenuto, al targeting e al successo di una pubblicità consentirebbero ai concorrenti dell'inserzionista di copiare la sua strategia. Tale studio precisa, al riguardo, che le informazioni relative al «successo» di una pubblicità sono «cruciali».

111 Tuttavia, talune informazioni, tra cui quelle relative al contenuto delle pubblicità, sono, per loro natura, accessibili al pubblico, indipendentemente dall'articolo 39 del regolamento 2022/2065. Inoltre, la ricorrente non sviluppa alcun argomento volto a dimostrare che le informazioni relative al targeting non potrebbero essere dedotte osservando la piattaforma in questione e tenendo conto della natura del prodotto oggetto della pubblicità di cui si tratta. D'altronde, a differenza delle informazioni relative al successo di una pubblicità, essa non qualifica quelle relative al targeting come «cruciali».

112 Quanto alle informazioni relative al successo di una pubblicità, lo studio economico della ricorrente rinvia a un precedente studio economico del 1953, di cui non è certo che le conclusioni possano essere

applicabili alle piattaforme online. Inoltre, tale studio della ricorrente non precisa il modo in cui definisce il successo di una pubblicità. Se la ricorrente intende fare riferimento ad un eventuale aumento delle vendite del prodotto oggetto della pubblicità di cui si tratta, allora è sufficiente rilevare che l'articolo 39 del regolamento 2022/2065 non prevede la diffusione di informazioni al riguardo.

- 113 In quarto luogo, la ricorrente sostiene che l'articolo 40, paragrafi 4 e 12, del regolamento 2022/2065 la obbliga a divulgare una quantità «illimitata» di dati, tra cui dati riservati, al fine di studiare «rischi sistematici», mentre l'esistenza di tali rischi non sarebbe dimostrata.
- 114 Ai sensi dell'articolo 40, paragrafo 4, del regolamento 2022/2065, su richiesta motivata del coordinatore dei servizi digitali del luogo di stabilimento, i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi forniscono, entro un termine ragionevole specificato nella richiesta, l'accesso ai dati ai ricercatori abilitati che soddisfano i requisiti di cui all'articolo 40, paragrafo 8, di tale regolamento, al solo scopo di condurre ricerche che contribuiscono al rilevamento, all'individuazione e alla comprensione dei rischi sistematici nell'Unione come stabilito a norma dell'articolo 34, paragrafo 1, di detto regolamento, così come per la valutazione dell'adeguatezza, dell'efficienza e degli impatti delle misure di attenuazione dei rischi a norma dell'articolo 35 del medesimo regolamento.
- 115 Tra le condizioni enunciate all'articolo 40, paragrafo 8, del regolamento 2022/2065, i ricercatori devono dimostrare di essere in grado di rispettare le specifiche prescrizioni di sicurezza e riservatezza dei dati corrispondenti a ciascuna richiesta e di proteggere i dati personali. Inoltre, essi devono descrivere, nella loro richiesta, le misure tecniche e organizzative appropriate che hanno messo in atto a tal fine.
- 116 Inoltre, l'articolo 40, paragrafo 5, del regolamento 2022/2065 precisa che i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi possono chiedere al coordinatore dei servizi digitali del luogo di stabilimento, se del caso, di modificare la richiesta, qualora ritengano di non essere in condizione di dare accesso ai dati richiesti per il motivo che, in particolare, dare un siffatto accesso comporterebbe notevoli vulnerabilità per la protezione delle informazioni riservate, in particolare dei segreti commerciali.
- 117 Infine, l'articolo 40, paragrafo 12, del regolamento 2022/2065 aggiunge che i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi danno accesso senza indebito ritardo ai dati, compresi, laddove tecnicamente possibile, i dati in tempo reale, a condizione che i dati siano pubblicamente accessibili nella loro interfaccia online ai ricercatori, compresi quelli appartenenti a organismi, organizzazioni e associazioni senza scopo di lucro, che soddisfano le condizioni di cui all'articolo 40, paragrafo 8, lettere da b) a e), di detto regolamento, e che utilizzano i dati unicamente per svolgere attività di ricerca che contribuiscono all'individuazione, all'identificazione e alla comprensione dei rischi sistematici nell'Unione a norma dell'articolo 34, paragrafo 1, del medesimo regolamento.
- 118 A tal riguardo, sotto un primo profilo, come rilevato al precedente punto 77, i mercati online il cui NMM raggiunge i 45 milioni possono generare diversi rischi sistematici menzionati all'articolo 34, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065. Ne consegue che, contrariamente a quanto sostiene la ricorrente, l'articolo 40 di tale regolamento, che mira a consentire ricerche che contribuiscono al rilevamento, all'individuazione e alla comprensione di tali rischi sistematici, è idoneo a contribuire alla riduzione dei rischi sistematici posti da tali mercati online.
- 119 Sotto un secondo profilo, occorre rilevare che l'articolo 40, paragrafo 5, del regolamento 2022/2065 prevede la possibilità, per il fornitore di una piattaforma online di dimensioni molto grandi, di chiedere la modifica della richiesta di accesso ai dati ai fini della protezione dei dati riservati. Inoltre, se, nonostante la modifica della richiesta, detto fornitore dovesse comunicare tali dati, occorre osservare che l'articolo 40, paragrafo 8, del regolamento 2022/2065 impone ai ricercatori interessati di dimostrare di essere in grado di preservare la riservatezza dei dati che ricevono. A tal riguardo, contrariamente a quanto sostiene la ricorrente, il legislatore non era tenuto a descrivere, in tale regolamento, le misure concrete che i ricercatori dovevano adottare al fine di preservare la riservatezza dei dati che essi ricevono. Esso poteva, infatti, limitarsi ad obbligare i ricercatori, da un lato, a dimostrare di avere, per ciascuna richiesta di accesso, la capacità di preservare la sicurezza e la riservatezza dei dati oggetto di tale richiesta e, dall'altro, a descrivere essi stessi le misure tecniche e organizzative che avevano adottato a tal fine.

- 120 In quinto luogo, la ricorrente e il bevh sostengono che l'attuazione degli obblighi di cui agli articoli da 34 a 43 del regolamento 2022/2065 impone ai fornitori di mercati online oneri considerevoli, anche al fine di apportare modifiche complesse ai loro sistemi informatici. Tuttavia, esse non allegano alcuna stima dei costi connessi a tali modifiche, neppure nello studio economico della ricorrente. Inoltre, anche supponendo che tali costi siano realmente notevoli, ivi incluso per fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi che possono avere accesso a vaste risorse, occorre rilevare che, come indicato al precedente punto 59, l'importanza che riveste l'obiettivo di protezione dei consumatori può giustificare conseguenze economiche negative, anche considerevoli, per taluni operatori economici.
- 121 Alla luce di tali circostanze, la ricorrente e il bevh non possono legittimamente sostenere che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065 sia manifestamente inidoneo a conseguire gli obiettivi di tale regolamento né, di conseguenza, che esso violi l'articolo 16 della Carta.
- 122 Di conseguenza, occorre respingere la prima parte del primo motivo di ricorso, senza che sia necessario pronunciarsi sulla ricevibilità, contestata dalla Commissione, di taluni argomenti dedotti a suo sostegno nella replica.
- b) Sulla seconda parte del primo motivo di ricorso, vertente sulla violazione dell'articolo 17, paragrafo 1, della Carta*
- 123 La ricorrente, sostenuta dal bevh, rileva che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065, in quanto assoggetta taluni mercati online agli obblighi previsti dagli articoli da 34 a 43 di tale regolamento, viola l'articolo 17 della Carta. Essa sostiene che tali obblighi hanno un impatto significativo sulle sue attività e che essi costituiscono, di conseguenza, un'ingerenza nel suo diritto di proprietà.
- 124 La Commissione, sostenuta dal Parlamento, dal Consiglio e dal BEUC, contesta l'argomento della ricorrente.
- 125 Ai sensi dell'articolo 17, paragrafo 1, della Carta, «ogni persona ha il diritto di godere della proprietà dei beni che ha acquisito legalmente, di usarli, di disporne e di lasciarli in eredità» e «[n]essuna persona può essere privata della proprietà se non per causa di pubblico interesse, nei casi e nei modi previsti dalla legge e contro il pagamento in tempo utile di una giusta indennità per la perdita della stessa». Tale articolo dispone anche che «[l']uso dei beni può essere regolato dalla legge nei limiti imposti dall'interesse generale».
- 126 La tutela attribuita dall'articolo 17, paragrafo 1, della Carta verte su diritti aventi valore patrimoniale da cui deriva, con riguardo all'ordinamento giuridico, una posizione giuridica acquisita che consente l'esercizio autonomo di tali diritti da parte e a favore del suo titolare (sentenza del 22 gennaio 2013, Sky Österreich, C-283/11, EU:C:2013:28, punto 34). Pertanto, la Corte ha dichiarato che gli oneri di natura amministrativa non costituiscono un'ingerenza nel diritto di proprietà (v., in tal senso e per analogia, sentenza dell'11 luglio 1989, Schräder HS Kraftfutter, 265/87, EU:C:1989:303, punti 16 e 17).
- 127 Nel caso di specie, occorre osservare, al pari della Commissione, che la ricorrente non sviluppa alcun argomento a sostegno della sua affermazione secondo cui gli obblighi previsti agli articoli da 34 a 43 del regolamento 2022/2065 costituiscono un'ingerenza nel suo diritto di proprietà.
- 128 Per di più, occorre rilevare che gli obblighi, previsti agli articoli da 34 a 43 del regolamento 2022/2065 e descritti al precedente punto 52, impongono certamente oneri amministrativi ai fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi, ma non li privano della proprietà di dette piattaforme. Inoltre, anche supponendo che tali obblighi possano essere considerati ingerenze nel diritto di proprietà dei fornitori in questione, si deve ritenere che tali ingerenze sarebbero, in ogni caso, giustificate da motivi analoghi a quelli esposti ai precedenti punti da 62 a 120 per quanto riguarda l'articolo 16 della Carta.
- 129 Ne consegue che la ricorrente e il bevh non possono legittimamente sostenere che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065 violi l'articolo 17 della Carta.

130 Di conseguenza, occorre respingere la seconda parte del primo motivo di ricorso.

c) ***Sulla terza parte del primo motivo di ricorso, vertente sulla violazione dell'articolo 20 della Carta***

- 131 La ricorrente, sostenuta dal bevh, rileva che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065, in quanto assoggetta taluni mercati online agli obblighi previsti dagli articoli da 34 a 43 di tale regolamento, viola il principio della parità di trattamento sancito dall'articolo 20 della Carta. A tal riguardo, essa osserva che l'articolo 33, paragrafo 1, di detto regolamento tratta allo stesso modo i diversi tipi di piattaforme online nonché, del resto, i motori di ricerca online, mentre questi ultimi, le reti sociali e i servizi di condivisione di contenuti generano rischi specifici che i mercati online non comportano. Inoltre, essa rileva che tale disposizione tratta in modo diverso situazioni comparabili escludendo dal suo ambito di applicazione i dettaglianti e i mercati online il cui NMM è inferiore a 45 milioni.
- 132 La Commissione, sostenuta dal Parlamento, dal Consiglio e dal BEUC, contesta gli argomenti della ricorrente.
- 133 A tal riguardo, occorre ricordare che il principio della parità di trattamento costituisce un principio generale del diritto dell'Unione, sancito in particolare dall'articolo 20 della Carta, il quale dispone che tutte le persone sono uguali davanti alla legge.
- 134 Da una giurisprudenza costante risulta che il principio della parità di trattamento esige che situazioni comparabili non siano trattate in modo diverso e che situazioni diverse non siano trattate allo stesso modo, a meno che un siffatto trattamento non sia obiettivamente giustificato [sentenze del 14 settembre 2010, Akzo Nobel Chemicals e Akcros Chemicals/Commissione e a., C-550/07 P, EU:C:2010:512, punto 55, e del 6 giugno 2023, O.G. (Mandato d'arresto europeo nei confronti di un cittadino di uno paese terzo), C-700/21, EU:C:2023:444, punto 42]. Per poter determinare se sussista o meno una siffatta violazione di detto principio, occorre in particolare riferirsi all'oggetto e allo scopo perseguito dalla disposizione che si asserisce violi tale principio (v. sentenza del 6 settembre 2018, Piesseaux/Consiglio, C-454/17 P, non pubblicata, EU:C:2018:680, punto 79 e giurisprudenza citata).
- 135 Inoltre, in un settore come quello del caso di specie, nel quale il legislatore gode di un ampio potere discrezionale, il principio di parità di trattamento è violato solo nel caso in cui il legislatore operi una differenziazione arbitraria o manifestamente inadeguata rispetto all'obiettivo perseguito dalla normativa in questione (v., in tal senso, sentenze del 14 luglio 2022, Commissione/VW e a., da C-116/21 P a C-118/21 P, C-138/21 P e C-139/21 P, EU:C:2022:557, punto 127, e del 9 marzo 2023, Grossetête/Parlamento, C-714/21 P, non pubblicata, EU:C:2023:187, punto 48).
- 136 Nel caso di specie, in primo luogo, la ricorrente sostiene che i mercati online, da un lato, e le reti sociali, i servizi di condivisione di contenuti e i motori di ricerca online, dall'altro, non si trovano in una situazione comparabile ai fini dell'applicazione degli obblighi previsti dagli articoli da 34 a 43 del regolamento 2022/2065. Più in particolare, essa rileva che tali obblighi mirano a prevenire rischi che possono essere generati da reti sociali, da servizi di condivisione di contenuti e da motori di ricerca online, ma non da mercati online. Essa ne deduce che erroneamente l'articolo 33, paragrafo 1, di tale regolamento si applica a questi ultimi.
- 137 Tuttavia, sotto un primo profilo, occorre rilevare che, come risulta dal precedente punto 77, i mercati online il cui NMM raggiunge i 45 milioni possono generare numerosi rischi sistematici menzionati all'articolo 34, paragrafo 1, lettere da a) a d), del regolamento 2022/2065.
- 138 Sotto un secondo profilo, nella misura in cui la ricorrente afferma, senza ulteriori spiegazioni, che un «buon numero» degli obblighi previsti dagli articoli da 34 a 43 del regolamento 2022/2065 non tenderebbe a tutelare i consumatori o a prevenire la commercializzazione di prodotti contraffatti o pericolosi, è sufficiente rilevare che essa non individua le disposizioni alle quali fa riferimento. Inoltre, sebbene essa sostenga peraltro che l'articolo 38 di tale regolamento non consente di ridurre la probabilità che un consumatore sia esposto a offerte di prodotti illegali, occorre osservare che tale disposizione contribuisce comunque a rafforzare i diritti dei consumatori per le ragioni indicate al precedente punto 101. Inoltre, dai precedenti punti da 71 a 74 e 77 risulta che, contrariamente a quanto

suggerito dalla ricorrente, i rischi generati dai mercati online non si limitano in ogni caso a quelli che hanno un effetto negativo sulla protezione dei consumatori né a quelli relativi alla commercializzazione di prodotti contraffatti o pericolosi.

- 139 Sotto un terzo profilo, la ricorrente sostiene che, per quanto riguarda la «diffusione di discorsi, di contenuti e di informazioni», i mercati online dovrebbero essere trattati allo stesso modo dei servizi di nuvola informatica (*cloud computing*) e dei servizi di memorizzazione di informazioni di siti web, che non costituiscono piattaforme online ai sensi del regolamento 2022/2065 e che, di conseguenza, non sono contemplati dall'articolo 33, paragrafo 1, di tale regolamento.
- 140 A tal riguardo, occorre rilevare che il considerando 13 del regolamento 2022/2065 precisa che «i servizi di nuvola informatica (*cloud computing*) o di memorizzazione di informazioni di siti web (*web hosting*) non dovrebbero essere considerati una piattaforma online ove la diffusione di contenuti specifici al pubblico costituisca una caratteristica minore e accessoria o una funzionalità minore di tali servizi». Ebbene, la ricorrente non contesta che la diffusione di informazioni al pubblico su richiesta di un destinatario del servizio non costituisca una caratteristica minore e accessoria o una funzionalità minore dei mercati online. Di conseguenza, si deve ritenere che l'articolo 33, paragrafo 1, di detto regolamento, laddove riguarda i mercati online e non taluni servizi di nuvola informatica e taluni servizi di memorizzazione di informazioni di siti web, non operi una differenziazione arbitraria o manifestamente inadeguata ai fini della prevenzione dei rischi sistematici menzionati all'articolo 34, paragrafo 1, di detto regolamento.
- 141 Date tali circostanze, occorre considerare che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065, in quanto si applica contemporaneamente ai mercati online, alle reti sociali, ai servizi di condivisione di contenuti e ai motori di ricerca online, non appare manifestamente inadeguato per prevenire i rischi sistematici menzionati all'articolo 34, paragrafo 1, di tale regolamento.
- 142 In secondo luogo, la ricorrente sostiene che tutti i fornitori di mercati online, indipendentemente dal loro NMM, dovrebbero essere trattati allo stesso modo ai fini dell'applicazione degli obblighi previsti dagli articoli da 34 a 43 del regolamento 2022/2065. Essa ne deduce che erroneamente l'articolo 33, paragrafo 1, di tale regolamento si applica ai fornitori di mercati online il cui NMM è pari o superiore a 45 milioni.
- 143 A tal riguardo, sotto un primo profilo, la ricorrente sostiene che i rischi relativi alla diffusione di contenuti illeciti sono maggiori nei piccoli mercati online che in quelli grandi ed è quindi paradossale imporre obblighi supplementari ai fornitori di questi ultimi. Più in particolare, essa rileva che i prodotti illegali, tra cui i prodotti pericolosi o contraffatti, sono principalmente commercializzati nei piccoli mercati online, attraverso le reti sociali o nel *darknet*. Essa sostiene che il rischio che tali prodotti possano essere commercializzati nei grandi mercati online è basso. Essa aggiunge che dal considerando 72 del regolamento 2022/2065 risulta che tale regolamento impone a tutti i mercati online diversi obblighi volti a «dissuadere (...) dalla vendita di prodotti o servizi in violazione delle norme applicabili». Essa ne deduce che il legislatore stesso riconosceva che i rischi connessi alla commercializzazione di prodotti illegali non costituivano rischi sistematici e non aumentavano con il numero di destinatari attivi.
- 144 Tuttavia, da un lato, la ricorrente riconosce che i mercati online, indipendentemente dalle loro dimensioni, possono essere utilizzati al fine di facilitare la commercializzazione di prodotti pericolosi o illegali.
- 145 Dall'altro lato, anche supponendolo dimostrato, il fatto che la ricorrente o gli altri fornitori di mercati online il cui NMM raggiunga i 45 milioni abbiano, fino ad oggi, proceduto a un controllo efficace delle informazioni diffuse sulle loro piattaforme non è tale da escludere che queste ultime possano, in futuro, esporre un gran numero di persone a contenuti illeciti dal momento che il loro NMM resterebbe superiore o uguale a 45 milioni. Di conseguenza, e come risulta dai precedenti punti 73, 74 e 77, si deve ritenere che un mercato online il cui NMM raggiunga i 45 milioni possa esporre una parte significativa dell'Unione a contenuti illeciti e, pertanto, causare un rischio sistematico ai sensi dell'articolo 34, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2022/2065.

- 146 Alla luce di tali circostanze, occorre rilevare, al pari del legislatore al considerando 76 del regolamento 2022/2065, che mercati online il cui NMM raggiunge i 45 milioni possono comportare rischi per la società diversi, in termini di portata ed effetti, rispetto a quelli presentati dalle piattaforme più piccole.
- 147 Inoltre, il fatto, invocato dalla ricorrente, che il regolamento 2022/2065 imponga obblighi a tutti i mercati online volti a prevenire la commercializzazione di prodotti pericolosi o illegali non è sufficiente a dimostrare che gli obblighi supplementari imposti ai mercati online il cui NMM raggiunge i 45 milioni siano manifestamente inadeguati per prevenire i rischi sistematici menzionati all'articolo 34, paragrafo 1, di detto regolamento.
- 148 Sotto un secondo profilo, la ricorrente sostiene che, per raggiungere un NMM pari a 45 milioni, le piattaforme online di dimensioni molto grandi devono, in pratica, necessariamente operare in diversi Stati membri. Essa ne deduce che gli obblighi imposti ai fornitori di tali piattaforme online di dimensioni molto grandi non si applicano ai fornitori di piattaforme online che operano in un solo Stato membro, ivi incluso quando una quota significativa della popolazione di tale Stato membro è esposta ai contenuti di dette piattaforme. Essa rileva, a tal riguardo, che tale differenza di trattamento non è giustificata dalla prevenzione di taluni rischi sistematici, tra cui quelli relativi al processo democratico, i quali presenterebbero un carattere nazionale.
- 149 Tuttavia, da un lato, la ricorrente non spiega la ragione per cui taluni rischi presenterebbero solo un carattere nazionale, e ciò sebbene esista, a livello dell'Unione, un processo democratico, come emerge dall'articolo 10 TUE e dall'articolo 22, paragrafo 2, TFUE.
- 150 Dall'altro lato, dall'articolo 33, paragrafo 2, del regolamento 2022/2065 e dal considerando 76 di tale regolamento risulta che il legislatore ha ritenuto che una piattaforma online possa generare rischi sistematici a livello dell'Unione quando il suo NMM raggiunga o superi il 10% della popolazione dell'Unione. Ebbene, occorre rilevare che le piattaforme online che siano presenti in un solo Stato membro e il cui NMM sia inferiore a 45 milioni, anche se una quota significativa della popolazione di tale Stato membro fosse esposta ai loro contenuti, avrebbero meno probabilità di generare rischi sistematici a livello dell'Unione rispetto alle piattaforme online il cui NMM superi i 45 milioni.
- 151 Di conseguenza, si deve ritenere che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065, in quanto si applica solo ai fornitori di mercati online il cui NMM raggiunge i 45 milioni, non operi una differenziazione arbitraria o manifestamente inadeguata ai fini della prevenzione dei rischi sistematici menzionati all'articolo 34, paragrafo 1, di tale regolamento.
- 152 In terzo luogo, la ricorrente sostiene che i fornitori di mercati online dovrebbero essere trattati allo stesso modo dei dettaglianti ai fini dell'applicazione degli obblighi previsti dagli articoli da 34 a 43 del regolamento 2022/2065. Essa osserva, infatti, che i dettaglianti, vale a dire le imprese che commercializzano sul web solo i loro propri prodotti, non sono contemplati dall'articolo 33, paragrafo 1, di tale regolamento, quando invece, al pari dei mercati online, anch'essi consentono ai consumatori di concludere contratti a distanza con un professionista.
- 153 Tuttavia, da un lato, a differenza dei siti web dei dettaglianti, le piattaforme online diffondono informazioni fornite da un destinatario del servizio. Così, mentre i siti web dei dettaglianti diffondono, in linea di principio, solo le loro proprie informazioni, le piattaforme online possono diffondere informazioni provenienti da un gran numero di persone. Risulta, infatti, dallo studio economico della ricorrente che diversi milioni di venditori commercializzano i loro prodotti sulla piattaforma Amazon Store.
- 154 Date tali circostanze, occorre rilevare che, contrariamente ai dettaglianti, i fornitori di piattaforme online non sono necessariamente a conoscenza di tutte le informazioni diffuse sulle loro piattaforme. Del resto, occorre rilevare che essi beneficiano, per tale ragione, di esenzioni dalla responsabilità, di cui la ricorrente non contesta la legittimità. In tal senso, dall'articolo 6 del regolamento 2022/2065 risulta che tali fornitori non sono responsabili delle informazioni memorizzate su richiesta di un destinatario del servizio, qualora non siano a conoscenza di un'attività o di un contenuto illegale. L'articolo 8 di tale regolamento aggiunge, a tal riguardo, che ai medesimi fornitori non è imposto alcun obbligo generale di sorveglianza sulle informazioni che essi trasmettono o memorizzano, né di accertare attivamente fatti o circostanze che indichino la presenza di attività illegali.

- 155 Di conseguenza, occorre osservare che, a differenza dei dettaglianti, i fornitori di grandi piattaforme online possono facilitare la diffusione di contenuti illeciti a loro insaputa e senza che possa sorgere la loro responsabilità.
- 156 Dall'altro lato, la Commissione ha rilevato, nella sua valutazione d'impatto, che «la situazione unica delle più grandi piattaforme online, quali le reti sociali o i mercati online, costitui[va] un fattore importante dei problemi elencati», che «[u]n numero relativamente limitato di piattaforme online concentra[va] un numero molto elevato di utenti, sia consumatori che professionisti» e che «[l]e piattaforme di dimensioni molto grandi presenta[va]no un livello più elevato di rischio sociale ed economico, in quanto [era]no divenute di fatto spazi pubblici e svolge[va]no un ruolo sistematico per milioni di cittadini e di imprese». La Commissione ha altresì rilevato che, «[i]n altri termini, esse [aveva]no un impatto nettamente più significativo sulla società e sul mercato unico rispetto alle piattaforme più piccole in quanto raggiunge[va]no un vasto pubblico». La Commissione aveva quindi rilevato che le piattaforme online di dimensioni molto grandi svolgevano un ruolo significativo al contempo per i consumatori e per i venditori che commercializzavano i loro prodotti su tali piattaforme. Ebbene, non è contestato che i dettaglianti non svolgono un siffatto ruolo, almeno per quanto riguarda tali venditori.
- 157 Date tali circostanze, si deve ritenere che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065, in quanto si applica ai fornitori di mercati online e non ai dettaglianti, non operi una differenziazione arbitraria o manifestamente inadeguata ai fini della prevenzione dei rischi sistematici menzionati all'articolo 34, paragrafo 1, di tale regolamento.
- 158 Ne consegue che la ricorrente e il bevh non possono legittimamente sostenere che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065, violi l'articolo 20 della Carta.
- 159 Di conseguenza, occorre respingere la terza parte del primo motivo di ricorso.
- d) Sulla quarta parte del primo motivo di ricorso, vertente sulla violazione dell'articolo 11, paragrafo 1, della Carta*
- 160 La ricorrente, sostenuta dal bevh, rileva che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065, in quanto assoggetta taluni mercati online all'obbligo previsto dall'articolo 38 di tale regolamento, viola la libertà di espressione e d'informazione sancita dall'articolo 11, paragrafo 1, della Carta. Infatti, essa rileva che tale obbligo consiste nell'assicurare, per ciascun sistema di raccomandazione, un'opzione non basata sulla profilazione. Pertanto, detto obbligo pregiudicherebbe la libertà di espressione commerciale dei mercati online, in quanto impedirebbe loro di presentare i prodotti più pertinenti ai consumatori. Esso ostacolerebbe, inoltre, la capacità dei venditori terzi presenti sui mercati online di promuovere efficacemente i loro prodotti e di comunicare con i loro clienti. Infine, esso non sarebbe giustificato per prevenire i rischi sistematici menzionati da detto regolamento.
- 161 La Commissione, sostenuta dal Parlamento, dal Consiglio e dal BEUC, contesta gli argomenti della ricorrente.
- 162 Ai sensi dell'articolo 11, paragrafo 1, della Carta, ogni persona ha diritto alla libertà di espressione. Tale diritto include la libertà di opinione e la libertà di ricevere o di comunicare informazioni o idee senza che vi possa essere ingerenza da parte delle autorità pubbliche e senza limiti di frontiera.
- 163 Nelle spiegazioni relative alla Carta, è precisato che l'articolo 11 della Carta corrisponde all'articolo 10 della Convenzione per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali, firmata a Roma il 4 novembre 1950 (in prosieguo: la «CEDU»).
- 164 Occorre ricordare, a tal riguardo, che emerge dalla giurisprudenza della Corte europea dei diritti dell'uomo che l'articolo 10 della CEDU, che tutela la libertà di espressione e d'informazione, si applica, in particolare, alla diffusione da parte di un imprenditore di informazioni di carattere commerciale, segnatamente sotto forma di messaggi pubblicitari (v. sentenza del 3 febbraio 2021, Fussl Modestraße Mayr, C-555/19, EU:C:2021:89, punto 81 e giurisprudenza citata).

- 165 Come ricordato al precedente punto 95, l'articolo 38 del regolamento 2022/2065 dispone che i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi che utilizzano sistemi di raccomandazione assicurano almeno un'opzione per ciascuno dei loro sistemi di raccomandazione, non basata sulla profilazione.
- 166 A tal riguardo, da un lato, occorre rilevare che la ricorrente non spiega la ragione per cui l'articolo 38 del regolamento 2022/2065, che si applica solo ai fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi, sarebbe tale da poter limitare il modo in cui i venditori che commercializzano prodotti su un mercato online possono presentare le loro informazioni di carattere commerciale, tra cui i loro messaggi pubblicitari. Ne consegue che la ricorrente non può legittimamente sostenere che tale disposizione costituisca un'ingerenza nella libertà di espressione e d'informazione di detti venditori.
- 167 Dall'altro lato, occorre rilevare che l'articolo 38 del regolamento 2022/2065, laddove obbliga i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi ad assicurare almeno un'opzione per ciascuno dei loro sistemi di raccomandazione, non basata sulla profilazione, limita il modo in cui tali fornitori possono presentare i prodotti commercializzati sulle loro piattaforme nell'ipotesi in cui il destinatario scelga una siffatta opzione.
- 168 L'articolo 38 del regolamento 2022/2065 costituisce quindi un'ingerenza nella libertà di espressione e d'informazione dei mercati online.
- 169 Tuttavia, occorre ricordare che i diritti sanciti all'articolo 11 della Carta non appaiono come prerogative assolute, ma vanno considerati alla luce della loro funzione sociale (sentenza del 6 ottobre 2020, Privacy International, C-623/17, EU:C:2020:790, punto 63). Come risulta dal precedente punto 55, eventuali limitazioni a tali diritti devono essere previste dalla legge, rispettare il loro contenuto essenziale e, nel rispetto del principio di proporzionalità, essere necessarie e rispondere effettivamente a finalità di interesse generale riconosciute dall'Unione o all'esigenza di proteggere i diritti e le libertà altrui.
- 170 Ebbene, nel caso di specie, sotto un primo profilo, non è contestato che la limitazione risultante dall'articolo 38 del regolamento 2022/2065 è prevista da un atto legislativo e deve, di conseguenza, essere considerata prevista dalla legge.
- 171 Sotto un secondo profilo, il contenuto essenziale della libertà di espressione e d'informazione dei fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi non è pregiudicato. Infatti, da un lato, l'articolo 38 del regolamento 2022/2065 non contiene norme che limitino la libertà di cui godono tali fornitori di presentare i prodotti commercializzati sulle loro piattaforme nell'ambito di un sistema di raccomandazione che non si basa sulla profilazione. Dall'altro, tale disposizione non vieta a detti fornitori di assicurare sistemi di raccomandazione basati sulla profilazione qualora essi offrano, in più, un'opzione per ciascuno di tali sistemi, che non sia fondata sulla profilazione.
- 172 Sotto un terzo profilo, la limitazione risultante dall'articolo 38 del regolamento 2022/2065 persegue un obiettivo di interesse generale riconosciuto dall'Unione. Infatti, come rilevato al precedente punto 101, tale disposizione può contribuire a un livello elevato di protezione dei consumatori sancito dall'articolo 38 della Carta.
- 173 Sotto un quarto profilo, riguardo alla proporzionalità dell'ingerenza constatata, occorre sottolineare che dalla giurisprudenza della Corte europea dei diritti dell'uomo relativa all'articolo 10, paragrafo 2, della CEDU risulta che le autorità interessate godono di un certo margine di discrezionalità per valutare l'esistenza di un bisogno sociale imperativo tale da giustificare una restrizione alla libertà di espressione. Secondo tale giurisprudenza, ciò è particolarmente indispensabile in materia commerciale e specialmente in un settore così complesso e oscillante come la pubblicità (v., in tal senso, sentenza del 3 febbraio 2021, Fussl Modestraße Mayr, C-555/19, EU:C:2021:89, punto 91).
- 174 A tal riguardo, occorre rilevare che l'obbligo di assicurare almeno un'opzione per ciascun sistema di raccomandazione, non basata sulla profilazione, di cui all'articolo 38 del regolamento 2022/2065, deriva da un bilanciamento tra la libertà di espressione a carattere commerciale dei fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi e la tutela dei consumatori. In tal senso, il legislatore ha potuto ritenere, senza eccedere il suo notevole margine di discrezionalità, che la tutela dei consumatori

richieda che questi ultimi possano avere accesso, se lo desiderano, a un'opzione che non si basi sulla profilazione per ciascuno dei sistemi di raccomandazione utilizzati sulle piattaforme online di dimensioni molto grandi.

175 Di conseguenza, occorre rilevare che la ricorrente e il bevh non possono legittimamente sostenere che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065 violi l'articolo 11 della Carta.

176 Ne segue che occorre respingere la quarta parte del primo motivo di ricorso.

*e) Sulla quinta parte del primo motivo di ricorso, vertente sulla violazione dell'articolo 7 della Carta*

177 La ricorrente, sostenuta dal bevh, rileva che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065, in quanto assoggetta taluni mercati online agli obblighi previsti dall'articolo 39 e dall'articolo 40, paragrafi 4 e 12, di tale regolamento, viola la protezione dei dati riservati sancita dall'articolo 7 della Carta. Infatti, da un lato, la divulgazione al pubblico delle informazioni menzionate all'articolo 39 di detto regolamento potrebbe causare ai fornitori di mercati online un pregiudizio commerciale considerevole. Dall'altro, l'articolo 40, paragrafi 4 e 12, del medesimo regolamento potrebbe portare a comunicare un gran numero di informazioni a ricercatori. Inoltre, tale disposizione non prevedrebbe garanzie sufficienti per preservare la riservatezza di tali informazioni. Infine, né l'articolo 39 né l'articolo 40, paragrafi 4 e 12, del regolamento in questione sarebbero giustificati per prevenire i rischi sistemici contemplati da tale regolamento.

178 La Commissione, sostenuta dal Parlamento, dal Consiglio e dal BEUC, contesta gli argomenti della ricorrente.

179 Ai sensi dell'articolo 7 della Carta, ogni persona ha diritto al rispetto della propria vita privata e familiare, del proprio domicilio e delle proprie comunicazioni.

180 Nelle spiegazioni relative alla Carta, è indicato che i diritti garantiti all'articolo 7 della Carta corrispondono a quelli garantiti dall'articolo 8 della CEDU. Ne risulta che, conformemente all'articolo 52, paragrafo 3, della Carta, le limitazioni che vi possono essere legittimamente apportate sono le stesse che sono tollerate nell'ambito dell'articolo 8 della CEDH.

181 Occorre ricordare, a tal riguardo, che dalla giurisprudenza della Corte europea dei diritti dell'uomo risulta che la nozione di «vita privata» non esclude le attività professionali o commerciali delle persone fisiche o giuridiche (v., in tal senso, sentenze del 14 febbraio 2008, Varec, C-450/06, EU:C:2008:91, punto 48, e del 29 luglio 2024, Belgian Association of Tax Lawyers e a., C-623/22, EU:C:2024:639, punto 126).

182 Nel caso di specie, da un lato, come risulta dal precedente punto 87, l'articolo 39 del regolamento 2022/2065 prevede che i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi compilano e rendono accessibile al pubblico un registro contenente informazioni relative alle loro attività pubblicitarie, per l'intero periodo durante il quale presentano le pubblicità in questione e fino a un anno dopo la data dell'ultima presentazione di queste ultime. Tale disposizione precisa, inoltre, che detti fornitori devono provvedere affinché il registro non contenga dati personali dei destinatari del servizio ai quali tali pubblicità sono state o avrebbero potuto essere presentate.

183 Dall'altro lato, dai precedenti punti 114 e 117 risulta che l'articolo 40, paragrafi 4 e 12, del regolamento 2022/2065 prevede che i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi possano dover comunicare diverse informazioni, tra cui informazioni riservate, a ricercatori abilitati su richiesta motivata del coordinatore dei servizi digitali del luogo di stabilimento.

184 Date tali circostanze, occorre rilevare che l'articolo 39 e l'articolo 40, paragrafi 4 e 12, del regolamento 2022/2065, nella parte in cui obbligano i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi a divulgare informazioni eventualmente riservate costituiscono un'ingerenza nel diritto al rispetto della vita privata garantito dall'articolo 7 della Carta.

- 185 Tuttavia, i diritti sanciti dall'articolo 7 della Carta non appaiono come prerogative assolute, ma vanno considerati alla luce della loro funzione sociale (sentenze del 16 luglio 2020, Facebook Ireland e Schrems, C-311/18, EU:C:2020:559, punto 172, e del 29 luglio 2024, Belgian Association of Tax Lawyers e a., C-623/22, EU:C:2024:639, punto 134). Come risulta dal precedente punto 55, eventuali limitazioni a tali diritti devono essere previste dalla legge, rispettare il loro contenuto essenziale e, nel rispetto del principio di proporzionalità, essere necessarie e rispondere effettivamente a finalità di interesse generale riconosciute dall'Unione o all'esigenza di proteggere i diritti e le libertà altrui.
- 186 Nel caso di specie, in primo luogo, non è contestato che le limitazioni risultanti dall'articolo 39 e dall'articolo 40, paragrafi 4 e 12, del regolamento 2022/2065 sono previste da un atto legislativo e devono, di conseguenza, essere considerate previste dalla legge.
- 187 In secondo luogo, il contenuto essenziale del diritto al rispetto della vita privata dei fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi non viene pregiudicato.
- 188 Infatti, sotto un primo profilo, l'articolo 39 del regolamento 2022/2065 prevede la diffusione di informazioni solo per un periodo limitato e solo per quanto riguarda una parte limitata dell'attività economica dei mercati online. A tal riguardo, la ricorrente stessa riconosce che i suoi introiti pubblicitari rappresentano solo il 7% dell'insieme dei suoi introiti. Inoltre, come rilevato ai precedenti punti 110 e 112, tale disposizione non prevede la diffusione delle informazioni relative al successo di una pubblicità, che la ricorrente sostiene essere le più sensibili sul piano commerciale. Peraltro, una parte di tali informazioni, come quelle relative al contenuto delle pubblicità, dei prodotti e dei marchi oggetto delle pubblicità di cui si tratta, non è riservata. Infine, la medesima disposizione esclude la diffusione di qualsiasi dato personale dei destinatari del servizio esposti a dette pubblicità.
- 189 D'altronde, è vero che la ricorrente ha sostenuto, in risposta a un quesito del Tribunale in udienza, che l'articolo 39, paragrafo 2, lettere b) e c), del regolamento 2022/2065 richiederebbe la divulgazione dell'identità della persona fisica per conto della quale veniva presentata la pubblicità o che aveva pagato quest'ultima. Tuttavia, occorre osservare che una siffatta divulgazione non consente, di per sé, di fornire indicazioni sulla vita privata e familiare della persona interessata. Date tali circostanze, non sembra che la divulgazione della sola identità di un inserzionista possa pregiudicare il contenuto essenziale dei diritti garantiti dall'articolo 7 della Carta [v., in tal senso e per analogia, parere 1/15 (Accordo PNR UE-Canada), del 26 luglio 2017, EU:C:2017:592, punti 150 e 151; sentenze del 22 novembre 2022, Luxembourg Business Registers, C-37/20 e C-601/20, EU:C:2022:912, punti da 50 a 52, e del 21 marzo 2024, Landeshauptstadt Wiesbaden, C-61/22, EU:C:2024:251, punti 80 e 81].
- 190 Sotto un secondo profilo, l'articolo 40, paragrafi 4 e 12, del regolamento 2022/2065 prevede la comunicazione di informazioni solo su richiesta motivata del coordinatore dei servizi digitali del luogo di stabilimento e ad uso di ricercatori abilitati che abbiano, in particolare, dimostrato, conformemente all'articolo 40, paragrafo 8, lettera d), di tale regolamento, di essere in grado di rispettare le specifiche prescrizioni di sicurezza e riservatezza dei dati.
- 191 In terzo luogo, per quanto riguarda il rispetto del principio di proporzionalità, occorre assicurarsi, anzitutto, che gli obblighi previsti all'articolo 39 e all'articolo 40, paragrafi 4 e 12, del regolamento 2022/2065 siano idonei a realizzare un obiettivo di interesse generale riconosciuto dall'Unione, poi, che l'ingerenza nel diritto fondamentale al rispetto della vita privata che può risultare da tali obblighi sia limitata allo stretto necessario, nel senso che l'obiettivo perseguito non potrebbe ragionevolmente essere raggiunto in modo altrettanto efficace con altri mezzi meno lesivi di tale diritto, e, infine, laddove siffatta ipotesi ricorra effettivamente, che l'ingerenza in parola non sia sproporzionata e non comporti svantaggi smisurati rispetto all'obiettivo summenzionato, il che implica, in particolare, una ponderazione dell'importanza di quest'ultimo e della gravità di detta ingerenza (v., in tal senso, sentenza del 29 luglio 2024, Belgian Association of Tax Lawyers e a., C-623/22, EU:C:2024:639, punto 139). A tal riguardo, occorre tuttavia ricordare che il diritto di ingerenza nella vita privata può, nel caso di attività aziendali o commerciali, spingersi più oltre che non in altri casi (v., in tal senso, sentenze del 22 ottobre 2002, Roquette Frères, C-94/00, EU:C:2002:603, punto 29, e del 29 luglio 2024, Belgian Association of Tax Lawyers e a., C-623/22, EU:C:2024:639, punto 127).
- 192 Ebbene, sotto un primo profilo, contrariamente a quanto sostiene il bevh, le limitazioni risultanti dall'articolo 39 e dall'articolo 40, paragrafi 4 e 12, del regolamento 2022/2065 sono idonee a realizzare

un obiettivo di interesse generale riconosciuto dall'Unione. Infatti, come rilevato ai precedenti punti 89 e 118, tali disposizioni mirano a ridurre i rischi sistematici al fine, in particolare, di contribuire a un livello elevato di protezione dei consumatori, sancito all'articolo 38 della Carta.

- 193 Sotto un secondo profilo, come risulta dai precedenti punti da 86 a 89, le misure alternative all'articolo 39 del regolamento 2022/2065, invocate dalla ricorrente, non consentirebbero di raggiungere uno stesso livello di protezione dei consumatori.
- 194 Inoltre, la ricorrente non fornisce alcun altro elemento che possa dimostrare che l'articolo 39 del regolamento 2022/2065 eccederebbe quanto è strettamente necessario per consentire ai consumatori di conoscere le pubblicità diffuse sulle piattaforme online di dimensioni molto grandi, ivi comprese quelle alle quali essi non sarebbero esposti tenuto conto dei parametri di *targeting* utilizzati, e di comprendere le ragioni per le quali, in base a detti parametri, essi sono esposti a talune pubblicità piuttosto che ad altre. Essa non fornisce neppure elementi che possano dimostrare che tale disposizione eccederebbe quanto è strettamente necessario per consentire ai media e alle associazioni per la tutela dei consumatori di controllare le pubblicità diffuse sulle piattaforme online di dimensioni molto grandi, in particolare al fine di prevenire la promozione di prodotti illegali o inappropriati presso talune componenti del pubblico, come i minori.
- 195 Allo stesso modo, la ricorrente non fornisce alcun elemento che consenta di ritenere che l'articolo 40, paragrafi 4 e 12, del regolamento 2022/2065 ecceda quanto è strettamente necessario per poter procedere al rilevamento, all'individuazione e alla comprensione dei rischi sistematici nell'Unione. Peraltro, la ricorrente non sostiene che esistano misure alternative a tale disposizione che consentano di raggiungere tale obiettivo.
- 196 Sotto un terzo profilo, da un lato, come osservato ai precedenti punti 111 e 188, occorre rilevare che le informazioni diffuse ai sensi dell'articolo 39 del regolamento 2022/2065 riguardano solo una parte limitata dell'attività economica dei mercati online. Inoltre, una parte di tali informazioni, come quelle relative al contenuto delle pubblicità, dei prodotti e dei marchi oggetto delle pubblicità di cui si tratta, non è riservata e le informazioni commercialmente più sensibili per la ricorrente, vale a dire quelle relative al successo di una pubblicità, non fanno parte delle informazioni diffuse ai sensi di detta disposizione.
- 197 In più, dato che la ricorrente ha invocato, in udienza, la divulgazione dell'identità delle persone fisiche di cui all'articolo 39, paragrafo 2, lettere b) e c), del regolamento 2022/2065, occorre rilevare che tale divulgazione riguarda solo gli inserzionisti che hanno scelto di visualizzare pubblicità su una piattaforma online di dimensioni molto grandi. Inoltre, da detta disposizione risulta che il registro non comprende informazioni relative a una persona fisica qualora la pubblicità sia stata presentata e pagata da una persona giuridica. Pertanto, resta possibile, per tali inserzionisti, costituire una persona giuridica al fine di non divulgare la loro identità.
- 198 Dall'altro lato, l'articolo 40, paragrafi 4 e 12, del regolamento 2022/2065 si limita a prevedere, in casi particolari, la comunicazione di informazioni a ricercatori abilitati in modo da preservare l'eventuale carattere riservato di queste ultime.
- 199 Peraltro, la Corte ha sottolineato, nella sua giurisprudenza costante, la natura e l'importanza dell'interesse pubblico costituito dalla tutela dei consumatori che si trovano in una posizione di inferiorità nei confronti dei professionisti (v. sentenza del 3 aprile 2019, Aqua Med, C-266/18, EU:C:2019:282, punto 43 e giurisprudenza citata). Ebbene, l'obiettivo di tutelare i consumatori è tanto più importante nei confronti dei fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi, come la ricorrente, che, come rilevato al precedente punto 77, possono generare rischi sistematici per la società.
- 200 Alla luce di tali circostanze, si deve ritenere che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065, in quanto assoggetta taluni mercati online agli obblighi previsti dall'articolo 39 e dall'articolo 40, paragrafi 4 e 12, di tale regolamento, non costituisca un'ingerenza sproporzionata nel diritto al rispetto della vita privata garantito dall'articolo 7 della Carta e non comporti svantaggi smisurati rispetto agli obiettivi perseguiti.

201 Ne consegue che la ricorrente e il bevh non possono legittimamente sostenere che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065 violi l'articolo 7 della Carta.

202 Infine, il bevh sostiene che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065 viola la protezione dei dati personali tutelata dall'articolo 8 della Carta, in quanto assoggetta taluni mercati online agli obblighi previsti dall'articolo 39 di tale regolamento. Esso sostiene che, tra le informazioni diffuse in forza di quest'ultima disposizione, figurano «l'identità o la persona giuridica per conto della quale viene presentata e pagata la pubblicità». Ebbene, è sufficiente constatare che i dati personali possono riguardare solo le persone fisiche e non le persone giuridiche, come risulta dalle spiegazioni relative alla Carta e dalla direttiva 95/46/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 24 ottobre 1995, relativa alla tutela delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati (GU 1995, L 281, pag. 31), alla quale tali spiegazioni rinviano. Per di più, anche supponendo che il bevh intendesse fare riferimento alle persone fisiche di cui all'articolo 39, paragrafo 2, lettere b) e c), del regolamento 2022/2065, occorre rilevare che una violazione dell'articolo 8 della Carta sarebbe, in ogni caso, esclusa per i motivi esposti ai precedenti punti 189 e 197.

203 Di conseguenza, occorre respingere la quinta parte del primo motivo di ricorso, senza che sia necessario pronunciarsi sulla ricevibilità, contestata dalla Commissione, di taluni argomenti dedotti a suo sostegno nella replica.

204 Pertanto, occorre respingere integralmente il primo motivo di ricorso.

***B. Sul secondo e terzo motivo di ricorso, vertenti sull'eccezione di illegittimità rispettivamente dell'articolo 38 e dell'articolo 39 del regolamento 2022/2065***

205 Con il secondo e terzo motivo di ricorso, la ricorrente eccepisce l'illegittimità, rispettivamente, dell'articolo 38 e dell'articolo 39 del regolamento 2022/2065.

206 La ricorrente sostiene che gli argomenti sviluppati nell'ambito del secondo e terzo motivo di ricorso devono intendersi sviluppati anche nell'ambito del primo motivo.

207 Più in particolare, come rilevato ai precedenti punti 19 e 31, con il primo motivo di ricorso, la ricorrente sostiene che l'articolo 33, paragrafo 1, del regolamento 2022/2065 è illegittimo per il motivo che assoggetta taluni mercati online agli obblighi di cui agli articoli da 34 a 43 di tale regolamento, i quali sarebbero a loro volta illegittimi. Dal punto 32 della replica risulta che il suo argomento relativo specificamente agli articoli 38 e 39 di detto regolamento, sviluppato nell'ambito del primo motivo di ricorso, deve essere considerato sviluppato anche nell'ambito del secondo e terzo motivo e viceversa.

208 Di conseguenza, poiché il primo motivo di ricorso è stato respinto in quanto infondato, occorre, pertanto, respingere anche il secondo e il terzo motivo in quanto infondati, senza che sia necessario pronunciarsi sulla loro ricevibilità, contestata dalla Commissione, dal Parlamento, dal Consiglio e dal BEUC.

209 Da tutto quanto precede risulta che il ricorso deve essere respinto integralmente, senza che sia necessario pronunciarsi sulla ricevibilità, contestata dalla Commissione, del secondo capo delle conclusioni.

**IV. Sulle spese**

210 Ai sensi dell'articolo 134, paragrafo 1, del regolamento di procedura, la parte soccombente è condannata alle spese se ne è stata fatta domanda. La ricorrente, essendo rimasta soccombente, va condannata alle spese della Commissione, comprese quelle inerenti al procedimento sommario, conformemente alla domanda di quest'ultima.

211 Inoltre, ai sensi dell'articolo 138, paragrafo 1, del regolamento di procedura, le spese sostenute dalle istituzioni intervenute nella causa restano a loro carico. Il Parlamento e il Consiglio si faranno quindi carico delle proprie spese.

212 Del pari, in applicazione dell'articolo 138, paragrafo 3, del regolamento di procedura, il BEUC e il bevh si faranno carico delle proprie spese.

Per questi motivi,

IL TRIBUNALE (Settima Sezione ampliata)

dichiara e statuisce:

- 1) Il ricorso è respinto.**
- 2) Amazon EU Sàrl si farà carico delle proprie spese e di quelle sostenute dalla Commissione europea, comprese le spese inerenti al procedimento sommario.**
- 3) Il Parlamento europeo, il Consiglio dell'Unione europea, l'Ufficio europeo delle unioni dei consumatori (BEUC) e il Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland eV (bevh) si faranno carico delle proprie spese.**

Papasavvas

Kowalik-Bańczyk

Buttigieg

Dimitrakopoulos

Ricziová

Così deciso e pronunciato a Lussemburgo il 19 novembre 2025.

Firme

---

\* Lingua processuale: l'inglese.