



Legge federale sulle piattaforme di comunicazione e i motori di ricerca

LPCoM

del ...

Avamprogetto

L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,
visto l'articolo 95 capoverso 1 della Costituzione federale¹;
visto il messaggio del Consiglio federale del XX,²
decreta:

Capitolo 1: Disposizioni generali

Art. 1 Scopo

La presente legge ha lo scopo di rafforzare i diritti degli utenti delle piattaforme di comunicazione e dei motori di ricerca, nonché di promuovere la trasparenza in merito al loro funzionamento e ai rischi che comportano.

Art. 2 Campo d'applicazione

La presente legge si applica ai fornitori delle seguenti piattaforme di comunicazione e dei seguenti motori di ricerca, a condizione che nell'ambito della loro attività economica offrano i propri servizi in Svizzera, indipendentemente dalla propria sede:

- a. le piattaforme di comunicazione
 1. il cui scopo principale è memorizzare contenuti degli utenti e renderli pubblicamente accessibili a fini di formazione delle opinioni, intrattenimento o istruzione, e
 2. che, sull'arco di sei mesi, sono utilizzate in media al minimo una volta al mese da almeno il 10 per cento della popolazione in Svizzera.
- b. i motori di ricerca che soddisfano la condizione di cui alla lettera a numero 2.

RS

¹ RS 101

² FF 2025 XX

Art. 3 Definizioni

Nella presente legge si intende per:

- a. *utente*: persona fisica o giuridica che fruisce di una piattaforma di comunicazione o di un motore di ricerca, indipendentemente dal fatto di essere o meno registrata ai fini del relativo servizio o di esservi abbonata;
- b. *sistema di raccomandazione*: sistema completamente o parzialmente automatizzato il cui scopo è suggerire agli utenti determinati contenuti o proporli loro in maniera prioritaria.

Capitolo 2: Obblighi dei fornitori di piattaforme di comunicazione e motori di ricerca**Sezione 1: Segnalazioni****Art. 4** Procedura di segnalazione

¹ I fornitori di piattaforme di comunicazione istituiscono una procedura che consenta agli utenti di segnalare i contenuti a cui accedono dalla Svizzera e che considerano illeciti. Come minimo, deve essere possibile segnalare i contenuti che, a giudizio degli utenti, rientrano in una o più delle fattispecie seguenti:

- a. rappresentazione di atti di cruda violenza (art. 135 del Codice penale [CP]³);
- b. diffamazione (art. 173 CP);
- c. calunnia (art. 174 CP);
- d. ingiuria (art. 177 CP);
- e. minaccia (art. 180 CP);
- f. coazione (art. 181 CP);
- g. molestie sessuali (art. 198 CP);
- h. pubblica istigazione a un crimine o alla violenza (art. 259 CP);
- i. discriminazione e incitamento all'odio (art. 261^{bis} CP).

² I fornitori strutturano la procedura in modo tale che gli utenti, in una segnalazione, possano indicare almeno le informazioni seguenti:

- a. l'ubicazione elettronica esatta del contenuto oggetto della segnalazione;
- b. il motivo per cui segnalano il contenuto;
- c. il proprio nome e le informazioni di contatto elettroniche.

³ Se la segnalazione contiene le informazioni di contatto elettroniche dell'utente che la effettua, il fornitore invia immediatamente una conferma di ricevimento.

Art. 5 Trattamento delle segnalazioni e obbligo di comunicazione agli utenti autori di segnalazioni

¹ I fornitori di piattaforme di comunicazione elaborano tutte le segnalazioni relative alle fattispecie di cui all'articolo 4 capoverso 1 e decidono tempestivamente se adottare misure.

² I fornitori comunicano la loro decisione senza indugio agli utenti autori di segnalazioni, a condizione che la loro segnalazione contenga le informazioni di contatto elettroniche.

Sezione 2: Obbligo di comunicazione agli utenti colpiti da misure restrittive

Art. 6

¹ Se i fornitori di piattaforme di comunicazione adottano misure restrittive, ne informano l'utente che ha pubblicato detti contenuti.

² Sono considerate restrittive le seguenti misure, se adottate dai fornitori perché ritengono che il contenuto sia presumibilmente illecito o incompatibile con le loro condizioni commerciali generali:

- a. la rimozione di determinati contenuti messi a disposizione dall'utente o la limitazione della visibilità di tali contenuti, compreso il blocco dell'accesso a contenuti o il declassamento di contenuti;
- b. la sospensione, la cessazione o la limitazione della possibilità per gli utenti di generare introiti con i contenuti da loro pubblicati;
- c. l'esclusione di utenti da prestazioni del fornitore;
- d. la sospensione o la chiusura temporanea del conto dell'utente.

³ Il capoverso 1 non è applicabile se:

- a. le informazioni di contatto elettroniche dell'utente in questione non sono note;
o
- b. la misura riguarda contenuti commerciali ingannevoli e ad ampia diffusione.

Sezione 3: Procedura di reclamo interna

Art. 7

¹ I fornitori di piattaforme di comunicazione istituiscono una procedura di reclamo interna gratuita che consenta:

- a. agli utenti autori di segnalazioni di presentare reclami contro le decisioni ai sensi dell'articolo 5;
- b. agli utenti i cui contenuti sono interessati di presentare reclami contro le misure restrittive.

² Il reclamo deve poter essere effettuato in formato elettronico entro almeno i sei mesi successivi alla comunicazione della decisione.

³ I fornitori esaminano tempestivamente tutti i reclami e comunicano agli utenti la loro decisione.

⁴ Il reclamo è trattato sotto la sorveglianza di una persona adeguatamente qualificata e non esclusivamente tramite mezzi automatizzati.

Sezione 4: Risoluzione extragiudiziale delle controversie

Art. 8 Accesso e partecipazione

¹ Gli utenti autori di segnalazioni e gli utenti i cui contenuti sono soggetti a misure restrittive possono in qualsiasi momento adire un organismo di risoluzione extragiudiziale delle controversie di loro scelta, certificato ai sensi dell'articolo 11.

² I fornitori di piattaforme di comunicazione devono partecipare alla risoluzione delle controversie, a meno che un organo di conciliazione, un tribunale o un tribunale arbitrale in Svizzera sia o sia già stato coinvolto nella questione.

Art. 9 Procedura

¹ La procedura di risoluzione extragiudiziale delle controversie deve concludersi entro 90 giorni di calendario dal ricevimento del reclamo. In casi voluminosi o complessi, l'organismo per la risoluzione extragiudiziale delle controversie può prorogare la scadenza di propria iniziativa fino a un massimo di 90 giorni supplementari.

² L'organismo di risoluzione delle controversie redige un rapporto sull'esito della procedura e lo invia alle parti. L'organismo di risoluzione extragiudiziale delle controversie certificato non ha il potere di imporre una risoluzione della controversia vincente per le parti.

Art. 10 Spese

¹ L'organismo di risoluzione extragiudiziale delle controversie può addebitare all'utente un importo simbolico. Se l'utente agisce in malafede, l'organismo può imporgli in tutto o in parte le spese procedurali.

² Tutte le ulteriori spese procedurali sono a carico del fornitore della piattaforma di comunicazione, indipendentemente dall'esito della procedura.

³ Se la decisione è a favore dell'utente, il fornitore della piattaforma di comunicazione rimborsa all'utente l'eventuale importo simbolico.

⁴ I costi imposti non possono superare i costi sostenuti dall'organismo di risoluzione delle controversie. I costi imposti sono calcolati in base al regolamento sulle spese dell'organo di risoluzione delle controversie.

Art. 11 Certificazione

¹ L'UFCOM certifica gli organismi di risoluzione extragiudiziale delle controversie su loro richiesta.

² Il Consiglio federale disciplina la procedura di certificazione, in particolare i requisiti di indipendenza, la procedura di risoluzione delle controversie e le competenze specialistiche necessarie.

Art. 12 Rapporto

Gli organismi di risoluzione delle controversie presentano all'UFCOM un rapporto annuale sulle loro attività, contenente informazioni sul loro funzionamento e sul numero, l'esito e la durata delle procedure di risoluzione delle controversie.

Sezione 5: Condizioni commerciali generali**Art. 13** Obbligo di trasparenza

¹ Se i fornitori di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca prevedono misure restrittive nei confronti dei contenuti pubblicati dagli utenti, garantiscono che le loro condizioni commerciali generali includano almeno le seguenti informazioni:

- a. informazioni su quali contenuti pubblicati dagli utenti sono soggetti a misure restrittive; e
- b. informazioni in merito al tipo di misure e alla relativa attuazione.

² I fornitori di piattaforme di comunicazione includono nelle loro condizioni commerciali generali informazioni sulla procedura di segnalazione (art. 4), sul trattamento delle segnalazioni (art. 5) e sulla procedura di reclamo interna (art. 7).

³ Le condizioni commerciali generali devono essere redatte in tedesco, francese e italiano in un linguaggio di facile comprensione.

⁴ I fornitori di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca informano gli utenti in maniera adeguata in merito a modifiche fondamentali delle condizioni commerciali generali.

⁵ Pubblicano le condizioni commerciali generali e una loro sintesi e garantiscono che siano di facile accesso.

⁶ I capoversi da 1 a 5 vigono indipendentemente dal diritto applicabile.

Sezione 6: Obblighi di diligenza**Art. 14**

¹ I fornitori di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca agiscono in maniera diligente, non arbitraria e non discriminatoria quando:

- a. attuano misure restrittive;

b. eseguono le procedure di cui alle sezioni 1 e 3.

² Le procedure sono disponibili elettronicamente, facilmente accessibili e a misura di utente. Sono eseguite in un linguaggio facilmente comprensibile, in una lingua ufficiale selezionata dall'utente.

³ Le comunicazioni relative alle decisioni dei fornitori contengono in particolare le seguenti informazioni:

- a. le motivazioni relative al singolo caso;
- b. se sono stati impiegati mezzi automatizzati e, in caso affermativo, quali;
- c. l'informazione che gli utenti possono presentare un reclamo nell'ambito della procedura di reclamo interna o rivolgersi a un organismo di risoluzione extra-giudiziale delle controversie.

Sezione 7: Pubblicità, contenuti commerciali degli utenti e sistemi di raccomandazione

Art. 15 Pubblicità

¹ I fornitori di piattaforme di comunicazione o motori di ricerca contrassegnano in modo univoco la pubblicità che diffondono contro pagamento o una controprestazione analoga.

² Garantiscono che attraverso gli annunci gli utenti abbiano un facile accesso ai parametri più importanti che determinano quale pubblicità viene loro mostrata.

Art. 16 Registro pubblicitario

¹ I fornitori di piattaforme di comunicazione o motori di ricerca creano un registro accessibile e consultabile pubblicamente che contenga tutta la pubblicità (registro pubblicitario) visualizzata ai sensi dell'articolo 15 capoverso 1 sulla piattaforma di comunicazione o sul motore di ricerca.

² Non possono figurare in tale registro le pubblicità che sono state rimosse o bloccate perché, a giudizio del fornitore della piattaforma di comunicazione o del motore di ricerca, il loro contenuto è presumibilmente illegale o incompatibile con le condizioni commerciali generali. Il registro pubblicitario contiene invece il motivo per cui la pubblicità è stata rimossa o bloccata e l'indicazione se sono stati utilizzati mezzi automatizzati e, in caso affermativo, quali.

³ La pubblicità deve poter essere trovata sulla piattaforma di comunicazione o nel motore di ricerca per tutta la durata del relativo annuncio e anche per l'anno successivo all'ultimo annuncio.

⁴ Il registro pubblicitario non può contenere dati personali degli utenti.

⁵ Il Consiglio federale stabilisce quali informazioni devono essere riportate nel registro pubblicitario.

Art. 17 Contenuti commerciali degli utenti

I fornitori di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca offrono agli utenti la possibilità di indicare che stanno mettendo a disposizione i contenuti per scopi commerciali e che tramite i loro contenuti intendono promuovere la vendita di beni o servizi o l'immagine di un'azienda.

Art. 18 Sistemi di raccomandazione

¹ Nelle loro condizioni commerciali generali, i fornitori di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca che utilizzano sistemi di raccomandazione:

- a. indicano i parametri più importanti impiegati nei loro sistemi di raccomandazione nonché la loro ponderazione;
- b. informano gli utenti sulle eventuali possibilità di modificare o influenzare i parametri più importanti su cui si basano i loro sistemi di raccomandazione.

² I fornitori di piattaforme di comunicazione o motori di ricerca che utilizzano sistemi di raccomandazione mettono inoltre a disposizione, per ciascuno dei loro sistemi di raccomandazione, almeno un'opzione non fondata sulla profilazione ai sensi dell'articolo 5 lettera f della legge del 25 settembre 2020 sulla protezione dei dati⁴ (LPD).

Sezione 8: Rapporto sulla trasparenza e valutazione dei rischi**Art. 19** Rapporto sulla trasparenza

¹ I fornitori di piattaforme di comunicazione o motori di ricerca presentano annualmente all'UFCOM un rapporto sulla trasparenza. Il rapporto contiene almeno le informazioni seguenti:

- a. il numero medio mensile di utenti in Svizzera, calcolato su un periodo di sei mesi;
- b. informazioni sul funzionamento dell'attività automatizzata o non automatizzata dei fornitori di piattaforme di comunicazione o motori di ricerca, che serve a riconoscere determinati contenuti e, se necessario, ad adottare misure restrittive (moderazione dei contenuti); e
- c. informazioni sulla garanzia di qualità relativa alla moderazione dei contenuti, compresi i sistemi automatici e le risorse umane impiegati.

² Aggiornano a cadenza semestrale le informazioni di cui al capoverso 1 lettera a, le trasmettono all'UFCOM e le pubblicano.

³ Il rapporto sulla trasparenza redatto dai fornitori di piattaforme di comunicazione contiene almeno le informazioni seguenti:

- a. la tipologia e il numero delle misure restrittive adottate ai sensi dell'articolo 6 capoverso 1;

⁴ RS 235.1

- b. il numero di procedure di segnalazione ai sensi dell'articolo 4 e il trattamento delle segnalazioni ai sensi dell'articolo 5, nonché il tipo di misure adottate;
- c. il numero di casi trattati tramite la procedura di reclamo interna ai sensi dell'articolo 7 e da un organismo per la risoluzione extragiudiziale delle controversie ai sensi degli articoli 8 a 12.

⁴ Il rapporto sulla trasparenza non può contenere dati personali.

⁵ Il Consiglio federale disciplina i requisiti formali del rapporto sulla trasparenza e stabilisce il periodo e le scadenze di presentazione.

⁶ I fornitori di piattaforme di comunicazione o motori di ricerca pubblicano il rapporto sulla trasparenza in forma adeguata. Tali rapporti possono essere pubblicati anche dall'UFCOM.

⁷ Le informazioni concernenti la tipologia e il numero di misure adottate ai sensi dell'articolo 6 capoverso 1 sono trasmesse all'UFCOM senza citazione dei contenuti di cui è questione. L'UFCOM può pubblicare le informazioni in una banca dati.

Art. 20 Valutazione dei rischi

¹ I fornitori di piattaforme di comunicazione o motori di ricerca effettuano annualmente una valutazione dei rischi e ne pubblicano i risultati in un rapporto. Quest'ultimo fornisce informazioni complete in merito ai rischi sistemici in Svizzera generati o rafforzati dalle piattaforme di comunicazione e dai motori di ricerca.

² Il rapporto in merito ai risultati della valutazione dei rischi comprende almeno informazioni in merito ai seguenti rischi sistemici:

- a. diffusione di contenuti presumibilmente illeciti;
- b. conseguenze negative sull'esercizio dei diritti fondamentali degli utenti;
- c. conseguenze negative per la formazione dell'opinione pubblica, per i processi di elezione e votazione, per la sicurezza e l'ordine pubblici nonché per la salute pubblica.

³ Il Consiglio federale disciplina la forma e la procedura del rapporto di valutazione dei rischi, in particolare le scadenze per la presentazione.

⁴ I fornitori trasmettono all'UFCOM il rapporto concernente i risultati della valutazione dei rischi insieme al rapporto di valutazione di cui all'articolo 25 e lo pubblicano. Anche l'UFCOM può pubblicare tale rapporto.

⁵ I fornitori conservano i documenti inerenti alla valutazione dei rischi almeno per i tre anni successivi allo svolgimento delle valutazioni dei rischi.

Sezione 9: Punto di contatto

Art. 21 Designazione e accesso

¹ I fornitori di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca designano un punto di contatto che consenta loro di comunicare direttamente e rapidamente con l'UFCOM e gli utenti, in maniera elettronica, in una lingua ufficiale.

² Pubblicano le informazioni relative al loro punto di contatto, le mantengono aggiornate e le rendono facilmente accessibili.

Art. 22 Comunicazione

¹ La comunicazione con i punti di contatto è conforme ai principi di accessibilità.

² I fornitori di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca non possono affidarsi esclusivamente a mezzi automatizzati.

³ Interagiscono in modo semplice con gli utenti.

Sezione 10: Rappresentanza legale

Art. 23 Designazione

¹ I fornitori di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca senza stabile organizzazione in Svizzera designano una persona giuridica o fisica in Svizzera che agisca nelle veci di rappresentante legale.

² Essi comunicano all'UFCOM i suoi dati di contatto entro tre mesi dalla registrazione nell'elenco di cui all'articolo 29 capoverso 3, pubblicano tali informazioni, le tengono aggiornate e le rendono facilmente accessibili.

Sezione 11: Valutazione indipendente

Art. 24 Valutazione indipendente

¹ I fornitori di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca sottopongono annualmente, a proprie spese, i loro servizi a una valutazione del rispetto degli obblighi di cui al capitolo secondo.

² L'UFCOM certifica gli organismi di valutazione indipendenti su loro richiesta. Il Consiglio federale disciplina la procedura di certificazione, in particolare i requisiti di indipendenza, le competenze specialistiche necessarie e le capacità degli organismi.

³ I fornitori di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca collaborano con gli organismi di valutazione per consentire loro di effettuare la valutazione in tempo utile, in maniera efficace ed efficiente, in particolare fornendo loro l'accesso a tutte le informazioni e a tutti i locali pertinenti ai fini dello svolgimento della valutazione.

Art. 25 Rapporto di valutazione e azione

¹ A seguito di ogni valutazione, l'organismo redige un rapporto scritto in una lingua ufficiale, contenente in particolare:

- a. il proprio nome e il proprio indirizzo;
- b. il nome, l'indirizzo e il punto di contatto del fornitore della piattaforma di comunicazione o del motore di ricerca oggetto della valutazione;
- c. il periodo di valutazione;
- d. una dichiarazione di interessi;
- e. una descrizione dei singoli oggetti della valutazione;
- f. il metodo applicato;
- g. una descrizione e una sintesi dei principali risultati della valutazione;
- h. un elenco dei terzi consultati;
- i. le circostanze e le ragioni di eventuali impedimenti alla valutazione;
- j. un parere sul risultato della valutazione;
- k. raccomandazioni operative se il rapporto identifica carenze.

² Se il rapporto di valutazione identifica delle carenze, il fornitore della piattaforma di comunicazione o del motore di ricerca adotta misure per rimediare e indica in un rapporto d'azione:

- a. come attua le raccomandazioni dell'organismo di valutazione; oppure
- b. le ragioni per cui si discosta dalle raccomandazioni e quali misure alternative ha adottato per rimediare alle carenze.

³ Entro tre mesi dal ricevimento del rapporto, i fornitori pubblicano e trasmettono all'UFCOM il rapporto di valutazione senza dati personali e, se delle carenze sono state identificate, un rapporto sulle misure adottate e sempre privo di dati personali. Anche l'UFCOM può pubblicare questi rapporti.

⁴ Il Consiglio federale disciplina la forma e la procedura del rapporto, soprattutto le scadenze di presentazione.

Sezione 12: Accesso ai dati**Art. 26** Accesso ai dati per organi di ricerca e organizzazioni della società civile

¹ Su loro richiesta, l'UFCOM autorizza gli organi e le organizzazioni seguenti ad accedere ai dati dei fornitori di piattaforme di comunicazione o motori di ricerca che contribuiscono alla determinazione e all'identificazione, nonché alla migliore comprensione dei rischi sistemici di cui all'articolo 20:

- a. organi di ricerca ai sensi dell'articolo 4 della legge federale del 14 dicembre 2012⁵ sulla promozione della ricerca e dell'innovazione;
- b. organizzazioni della società civile, a condizione che conducano ricerca scientifica di interesse pubblico e siano indipendenti da interessi commerciali.

² La domanda va motivata. Deve indicare i fornitori di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca, nonché i dati ai quali si richiede l'accesso.

³ L'UFCOM approva le domande di organi e organizzazioni ai sensi del capoverso 1 se sono soddisfatte le seguenti condizioni:

- a. essi dimostrano che i risultati della loro ricerca sono idonei a contribuire al riconoscimento, all'identificazione e alla comprensione dei rischi sistemici, in conformità all'articolo 20.
- b. Gli aventi diritto all'accesso garantiscono la sicurezza e la confidenzialità dei dati e, mediante misure adeguate, si assicurano che ottengano l'accesso ai dati soltanto i collaboratori che ne hanno effettivamente bisogno per l'esercizio della loro attività.
- c. Gli enti e le organizzazioni utilizzeranno i dati solo per gli scopi di ricerca descritti nella domanda.
- d. Pubblicano gratuitamente i risultati del loro lavoro di ricerca una volta completato.

⁴ L'UFCOM trasmette le domande accolte ai rispettivi fornitori e li obbliga a concedere l'accesso ai dati corrispondenti entro un termine ragionevole.

⁵ Il Consiglio federale disciplina in particolare la forma e il contenuto delle domande nonché la procedura e i termini di trattazione.

Capitolo 3: Vigilanza e finanziamento

Art. 27 Vigilanza

L'UFCOM vigila sull'osservanza della presente legge e delle sue disposizioni di esecuzione ed emana le decisioni necessarie.

Art. 28 Obbligo d'informazione

¹ I fornitori di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca informano l'UFCOM entro un periodo di tempo ragionevole e forniscono tutti i dati ai sensi dell'articolo 38 necessari allo svolgimento dei suoi compiti di vigilanza e di valutazione.

² Sono soggetti all'obbligo di informare anche i rappresentanti legali dei fornitori di piattaforme di comunicazione o motori di ricerca.

⁵ RS 420.1

Art. 29 Imprese assoggettate

¹ Per determinare i fornitori di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca da assoggettare alla presente legge, l'UFCOM contatta i fornitori che ritiene soddisfino i requisiti di cui all'articolo 2. I fornitori contattati informano l'UFCOM in merito al numero di utenti dei propri servizi.

² Se i fornitori di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca non hanno una stabile organizzazione in Svizzera, la richiesta di informazioni ai sensi del capoverso 1 deve essere notificata nel quadro dell'assistenza amministrativa internazionale.

³ L'UFCOM pubblica una lista delle piattaforme di comunicazione e dei motori di ricerca che sottostanno alla presente legge.

Art. 30 Emolumenti

¹ L'UFCOM riscuote emolumenti per singole procedure di vigilanza e per prestazioni di servizi.

² Il Consiglio federale determina l'importo degli emolumenti tenendo conto degli oneri amministrativi.

Art. 31 Tassa di vigilanza

¹ L'UFCOM riscuote una tassa di sorveglianza annua presso i fornitori di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca per coprire le spese delle sue attività di vigilanza non coperte dagli emolumenti procedurali.

² L'importo della tassa dipende:

- a. dal numero di piattaforme di comunicazione e di motori di ricerca soggetti alla legge durante il periodo in questione;
- b. dal numero di semestri durante i quali la piattaforma di comunicazione o il motore di ricerca è stato soggetti alla legge.

³ L'importo della tassa non deve superare lo 0,05 per cento dell'utile mondiale realizzato dal fornitore nell'anno di esercizio precedente.

⁴ Il Consiglio federale regola le modalità di calcolo e fissa l'importo minimo della tassa.

Capitolo 4: Misure e sanzioni amministrative in caso di violazioni della legge**Art. 32** Misure amministrative

¹ Se l'UFCOM constata una violazione ai sensi della presente legge, può esigere che la persona fisica o giuridica responsabile della violazione:

- a. vi ponga rimedio e prenda i provvedimenti necessari per evitare il ripetersi della violazione;

b. informi l'UFCOM delle misure adottate.

² Se le misure si rivelano inefficaci o se vi è motivo di supporre che lo siano, l'UFCOM può ordinare ai fornitori di servizi di telecomunicazione di limitare l'accesso a una piattaforma di comunicazione o a un motore di ricerca.

Art. 33 Procedura in caso di restrizione dell'accesso al servizio

¹ Se l'UFCOM intende ordinare la limitazione dell'accesso a una piattaforma di comunicazione o a un motore di ricerca, lo notifica al fornitore e gli assegna un termine di 30 giorni per esprimersi in merito a tale misura e per fornire la prova di aver rimosso la violazione del diritto.

² Se il fornitore della piattaforma di comunicazione o del motore di ricerca non fornisce la prova entro il termine di 30 giorni, l'UFCOM può ordinare la misura per un periodo massimo di 30 giorni.

³ Se la violazione continua dopo il periodo massimo di 30 giorni o se si ripete, l'UFCOM può ordinare il rinnovo della misura.

⁴ L'UFCOM ordina immediatamente l'annullamento della misura non appena il fornitore della piattaforma di comunicazione o del motore di ricerca ha cessato la violazione.

Art. 34 Sanzioni amministrative

¹ L'UFCOM può esigere il pagamento di un importo sino al 6 per cento della cifra d'affari mondiale media realizzata negli ultimi tre anni d'esercizio nei confronti di qualsiasi fornitore di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca che:

- a. violi una decisione dell'UFCOM passata in giudicato;
- b. violi l'obbligo di introdurre procedure di segnalazione (art. 4) o una procedura volta al trattamento delle segnalazioni (art. 5);
- c. violi l'obbligo di istituire una procedura di reclamo interna (art. 7);
- d. rifiuti sistematicamente di partecipare alla risoluzione extragiudiziale delle controversie (art. 8);
- e. violi le disposizioni sulla trasparenza nel contrassegnare la pubblicità (art. 15) o l'obbligo di istituire un registro pubblicitario (art. 16)
- f. violi l'obbligo di mettere a disposizione una funzione che consenta agli utenti di indicare se i contenuti da loro forniti hanno scopi commerciali (art. 17);
- g. violi gli obblighi relativi ai sistemi di raccomandazione (art. 18).

² L'UFCOM può esigere il pagamento di un importo sino all'1 per cento della cifra d'affari mondiale media realizzata negli ultimi tre anni di esercizio nei confronti di qualsiasi fornitore di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca che:

- a. violi l'obbligo di trasparenza concernente le condizioni commerciali generali (art. 13);
- b. violi gli obblighi di diligenza (art. 14);

- c. violi le disposizioni in merito ai rapporti sulla trasparenza (art. 19) e di valutazione dei rischi (art. 20);
- d. ometta di designare dei punti di contatto, di mantenere aggiornate le informazioni pertinenti o di renderle facilmente accessibili (art. 21 e 22);
- e. ometta di designare un rappresentante legale, di aggiornare le informazioni pertinenti o di renderle facilmente accessibili (art. 23);
- f. violi l'obbligo di sottoporsi a una valutazione indipendente (art. 24 e 25);
- g. ometta o rifiuti in maniera ingiustificata di fornire agli organi di ricerca e alle organizzazioni della società civile l'accesso ai dati (art. 26);
- h. violi il suo obbligo di informare (art. 28 cpv. 1 e art. 29).

³ L'UFCOM può esigere il pagamento di un importo sino al 10 per cento della cifra d'affari nazionale media realizzata negli ultimi tre anni di esercizio per le persone giuridiche o di un importo sino a 100 000 franchi svizzeri per le persone fisiche, se queste violano l'obbligo di informazione (art. 28 cpv. 2).

⁴ Al fine di determinare l'importo della sanzione, l'UFCOM tiene segnatamente in considerazione la gravità della violazione, la sua ripetizione, nonché la situazione finanziaria della persona giuridica o fisica sanzionata

⁵ Se il fornitore di piattaforme di comunicazione o di motori di ricerca è contemporaneamente soggetto a una sanzione ai sensi dei capoversi 1 e 2, la sanzione complessiva non può superare il 6 per cento del fatturato medio annuo realizzato a livello mondiale negli ultimi tre anni di esercizio.

Art. 35 Prescrizione

¹ Il diritto di imporre sanzioni decade dopo sette anni in caso di violazione dell'articolo 34 capoverso 1, e dopo quattro anni nel caso di tutte le altre violazioni.

² Il termine di prescrizione decorre dal momento in cui è stata commessa la violazione o, in caso di violazioni continue o ripetute, dal momento in cui la violazione è cessata.

Capitolo 5: Esecuzione

Art. 36 Principio

Il Consiglio federale emana le disposizioni d'esecuzione e prende le misure necessarie.

Art. 37 Informazione del pubblico

¹ L'UFCOM informa il pubblico in merito alla sua attività.

² Può pubblicare le proprie decisioni e renderle accessibili online.

³ Non divulga alcun segreto professionale, commerciale o di produzione.

Art. 38 Trattamento di dati di persone giuridiche e dati personali

¹ L'UFCOM può trattare dati concernenti persone giuridiche, compresi dati degni di particolare protezione ai sensi della legge federale del 21 marzo 1997 sull'organizzazione del Governo e dell'Amministrazione⁶ (LOGA), al fine di adempiere i seguenti compiti:

- a. assoggettamento dei fornitori di piattaforme di comunicazione o motori di ricerca alla presente legge;
- b. controllo del rapporto sulla trasparenza, del rapporto sui risultati della valutazione dei rischi e del rapporto di valutazione;
- c. vigilanza;
- d. valutazione della presente legge.

² Può trattare dati personali al fine di adempiere i seguenti compiti:

- a. assoggettamento dei fornitori di piattaforme di comunicazione o motori di ricerca alla presente legge;
- b. vigilanza;
- c. valutazione della presente legge.

³ Se chiede informazioni giusta l'articolo 28, l'UFCOM può trattare dati degni di particolare protezione ai sensi dell'articolo 5 lettera c numeri 1, 2 e 5 LPD al fine di adempiere i suoi compiti di vigilanza.

Art. 39 Cooperazione e accordi internazionali

¹ Il Consiglio federale può concludere accordi internazionali che rientrano nel campo d'applicazione della presente legge.

² In materia di accordi internazionali dal contenuto tecnico o amministrativo, può delegare questa competenza all'UFCOM.

Capitolo 6: Disposizioni finali**Art. 40** Valutazione

¹ Il Consiglio federale valuta l'adeguatezza e l'efficacia della presente legge.

² Presenta rapporto all'Assemblea federale al più tardi cinque anni dopo l'entrata in vigore della presente legge.

Art. 41 Referendum

¹ La presente legge sottostà a referendum facoltativo.

² Il Consiglio federale ne determina l'entrata in vigore.

⁶ RS 172.010

...

In nome del Consiglio federale svizzero:

La presidente della Confederazione, Karin
Keller-Sutter Il cancelliere della Confedera-
zione, Viktor Rossi