

DELIBERA N. 195/22/CONS

**CONSULTAZIONE PUBBLICA SULLO SCHEMA DI REGOLAMENTO IN
MATERIA DI INDIVIDUAZIONE DEI CRITERI DI RIFERIMENTO PER LA
DETERMINAZIONE DELL'EQUO COMPENSO PER L'UTILIZZO ONLINE
DI PUBBLICAZIONI DI CARATTERE GIORNALISTICO DI CUI
ALL'ARTICOLO 43-BIS DELLA LEGGE 22 APRILE 1941, N. 633**

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 15 giugno 2022;

VISTI gli articoli 21, 33 e 41 della Costituzione;

VISTA la legge 14 novembre 1995, n. 481, recante *“Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità”*;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante *“Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo”*;

VISTO in particolare l’articolo 1, comma 6, *lettera c)*, n. 14 della legge 31 luglio 1997, n. 249, il quale dispone che *“Il Consiglio esercita tutte le altre funzioni e poteri previsti nella legge 14 novembre 1995, n. 481, nonché tutte le altre funzioni dell’Autorità non espressamente attribuite alla commissione per le infrastrutture e le reti e alla commissione per i servizi e i prodotti”*;

VISTA la Comunicazione COM (2015) 192 *final* della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni del 6 maggio 2015, recante *“Strategia per il mercato unico digitale in Europa”*;

VISTA la Comunicazione COM (2016) 288 *final* della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni del 25 maggio 2016, recante *“Le piattaforme online e il mercato unico digitale Opportunità e sfide per l’Europa”*;

VISTA la Comunicazione COM (2018) 236 *final* della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni del 26 aprile 2018, recante *“Contrastare la disinformazione online: un approccio europeo”*;

VISTO il Codice di buone pratiche sulla disinformazione adottato dalla Commissione Europea e sottoscritto a ottobre 2018 da Facebook, Google, Twitter e Mozilla, nonché da concessionarie pubblicitarie, cui si è aggiunta Microsoft a maggio 2019 e TikTok a giugno 2020;

VISTO il Regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 giugno 2019, che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione *online* e, in particolare, l'articolo 2 recante le definizioni di prestatore di servizi di intermediazione, motore di ricerca *online* e di posizionamento;

VISTA la direttiva 2001/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 maggio 2001, sull'armonizzazione di taluni aspetti del diritto d'autore e dei diritti connessi nella società dell'informazione;

VISTA la direttiva 2019/790/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 aprile 2019, sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale e che modifica le direttive 96/9/CE e 2001/29/CE e, in particolare, l'articolo 15 (di seguito, anche Direttiva);

VISTA la legge 22 aprile 2021, n. 53, recante “*Delega al Governo per il recepimento delle direttive europee e l'attuazione di altri atti dell'Unione europea - Legge di delegazione europea 2019-2020*” e, in particolare, l'articolo 9 nel quale sono declinati i principi e criteri direttivi per il recepimento della direttiva (UE) 2019/790;

VISTO il decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 177, recante “*Attuazione della direttiva (UE) 2019/790 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 aprile 2019, sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale e che modifica le direttive 96/9/CE e 2001/29/CE*” (di seguito, anche il Decreto);

VISTA la legge 22 aprile 1941, n. 633, recante “*Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio*” (di seguito, anche LDA);

VISTO, in particolare, l'articolo 43-*bis* della legge del 22 aprile 1941, n. 633, come introdotto dall'articolo 1, comma 1, lettera c), del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 177, il quale attribuisce all'Autorità il compito di adottare un regolamento per l'individuazione dei criteri di riferimento per la determinazione dell'equo compenso dovuto agli editori per l'utilizzo *online* delle pubblicazioni di carattere giornalistico da parte dei prestatori di servizi della società dell'informazione, nonché funzioni di vigilanza sul rispetto degli obblighi di informazione e comunicazione previsti dallo stesso articolo;

VISTA la legge 21 giugno 1986, n. 317, recante “*Disposizioni di attuazione di disciplina europea in materia di normazione europea e procedura d'informazione nel settore delle regolamentazioni tecniche e delle regole relative ai servizi della società dell'informazione*”;

VISTA la legge 8 febbraio 1948, n. 47, recante “*Disposizioni sulla stampa*”;

VISTA la legge 3 febbraio 1963, n. 69, recante “*Ordinamento della professione di giornalista*”, e, in particolare, l’articolo 2, comma 1, ai sensi del quale “*È diritto insopprimibile dei giornalisti la libertà di informazione e di critica, limitata dall’osservanza delle norme di legge dettate a tutela della personalità altrui ed è loro obbligo inderogabile il rispetto della verità sostanziale dei fatti, osservati sempre i doveri imposti dalla lealtà e dalla buona fede*”;

VISTA la legge 5 agosto 1981, n. 416, recante “*Disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l’editoria*”;

VISTA la legge 7 marzo 2001, n. 62, recante “*Nuove norme sull’editoria e sui prodotti editoriali e modifiche alla legge 5 agosto 1981, n. 416*”;

VISTO il decreto legislativo 15 marzo 2017, n. 35, recante “*Attuazione della direttiva 2014/26/UE sulla gestione collettiva dei diritti d’autore e dei diritti connessi e sulla concessione di licenze multiterritoriali per i diritti su opere musicali per l’uso online nel mercato interno*”;

VISTO il decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, recante “*Attuazione della direttiva (UE) 2018/1808 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 novembre 2018, recante modifica della direttiva 2010/13/UE, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri, concernente il testo unico per la fornitura di servizi di media audiovisivi in considerazione dell’evoluzione delle realtà del mercato*”;

VISTO, in particolare, l’articolo 4 il quale include, tra i principi fondamentali del sistema non solo dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, ma anche dei servizi di piattaforma per la condivisione di video, “*la garanzia della libertà e del pluralismo dei mezzi di comunicazione radiotelevisiva, la tutela della libertà di espressione di ogni individuo, inclusa la libertà di opinione e quella di ricevere o di comunicare informazioni o idee senza limiti di frontiere, nel rispetto della dignità umana, del principio di non discriminazione e di contrasto ai discorsi d’odio, l’obiettività, la completezza, la lealtà e l’imparzialità dell’informazione, il contrasto alle strategie di disinformazione, la tutela dei diritti d’autore e di proprietà intellettuale*”;

VISTA la delibera n. 410/14/CONS del 29 luglio 2014, recante “*Regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni e Consultazione pubblica sul documento recante «Linee guida sulla quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*”;

VISTA la delibera n. 146/15/CONS del 25 marzo 2015, recante “*Chiusura dell’Indagine conoscitiva su “Informazione e Internet in Italia. Modelli di business,*

consumi, professioni”, avviata con delibera n. 113/14/CONS”, nella quale viene analizzata l’offerta di informazione presente in Italia, sia sotto il profilo delle caratteristiche e delle trasformazioni della stessa, sia sotto il profilo dei modelli di business adottati dagli editori;

VISTA la delibera n. 423/17/CONS del 6 novembre 2017, recante *“Istituzione di un tavolo tecnico per la garanzia del pluralismo e della correttezza dell’informazione sulle piattaforme digitali”*, e il Rapporto Tecnico del Tavolo del 9 novembre 2018, recante *“Le strategie di disinformazione online e la filiera dei contenuti fake”*;

VISTA la delibera n. 79/20/CONS del 27 febbraio 2020, recante *“Chiusura dell’indagine conoscitiva su “Piattaforme digitali e sistema dell’informazione”, avviata con la delibera n. 309/16/CONS”, e l’Interim Report di novembre 2018, recante “News vs. fake nel sistema dell’informazione”*;

VISTA la delibera n. 236/17/CONS, del 12 giugno 2017, recante *“Chiusura dell’indagine conoscitiva sui sistemi di rilevazione degli indici di ascolto sui mezzi di comunicazione di massa”*;

VISTA la delibera n. 194/21/CONS, del 10 giugno 2021, recante *“Indirizzi in materia di sistemi di rilevazione degli indici di ascolto nel nuovo ecosistema digitale”*;

VISTA la delibera n. 107/19/CONS del 5 aprile 2019, recante *“Adozione del Regolamento concernente le procedure di consultazione nei procedimenti di competenza dell’Autorità”*;

TENUTO CONTO dei principi sanciti dalla giurisprudenza della Corte di giustizia dell’Unione europea e della Corte europea dei diritti dell’uomo e delle libertà fondamentali in materia di tutela del diritto d’autore e di commercio elettronico;

CONSIDERATO che l’Autorità ha formulato delle richieste di informazioni preliminari per acquisire, da parte dei portatori di interesse destinatari delle previsioni dell’articolo 43-bis della legge sul diritto d’autore, informazioni ed elementi conoscitivi utili per approfondire le dinamiche di settore;

CONSIDERATO quanto segue:

- il considerando 54 della direttiva UE 2019/790 chiarisce che *“Una stampa libera e pluralista è essenziale per garantire un giornalismo di qualità e l’accesso dei cittadini all’informazione e dà un contributo fondamentale al dibattito pubblico e al corretto funzionamento di una società democratica. L’ampia disponibilità di pubblicazioni di carattere giornalistico online ha comportato la nascita di nuovi servizi online, come gli aggregatori di notizie o i servizi di monitoraggio dei media, per i quali il riutilizzo di pubblicazioni di carattere giornalistico costituisce una parte importante dei loro modelli di business e una fonte di introiti. [...] In assenza del riconoscimento degli*

editori di giornali quali titolari di diritti, la concessione delle licenze e il rispetto dei diritti nelle pubblicazioni di carattere giornalistico riguardo agli utilizzi online da parte di prestatori di servizi della società dell'informazione nell'ambiente digitale sono spesso complessi e inefficaci”;

- la direttiva mira, dunque, ad assicurare una tutela giuridica armonizzata per gli utilizzi *online* delle pubblicazioni di carattere giornalistico da parte di prestatori di servizi della società dell'informazione allo scopo di remunerare l'investimento dell'editore garantendo al contempo una informazione di qualità. Al tempo stesso, tuttavia, riconosce l'opportunità di prevedere che l'utilizzo di singole parole o di estratti molto brevi di pubblicazioni di carattere giornalistico non rientri nell'ambito dei diritti previsti dalla direttiva purché la definizione di estratto molto breve non sia tale da pregiudicare l'effettività del diritto così riconosciuto;
- l'articolo 15 della direttiva intende colmare il cd. “*value gap*” ossia l'iniqua distribuzione del valore generato dallo sfruttamento in ambiente digitale di un contenuto protetto tra il titolare del diritto (editore) e il prestatore di servizi che veicola questo contenuto *online*. L'obiettivo è, dunque, consentire la circolazione dei contenuti favorendo una più razionale allocazione delle risorse. Ciò postula l'esigenza di un attento bilanciamento tra i diversi diritti fondamentali coinvolti tenendo conto delle caratteristiche del nuovo ecosistema digitale;
- nella relazione illustrativa al decreto di recepimento (d.lgs. n. 177/2021) si legge che “*l'obiettivo di fondo dell'intervento europeo è quello di modernizzare il quadro giuridico dell'Unione in materia di diritto d'autore, adattandolo all'ambiente digitale contemporaneo [...] partendo dalla constatazione che il contesto della fruizione dei contenuti creativi e quindi delle opere dell'ingegno tutelate dal diritto d'autore è profondamente cambiato a causa degli incessanti sviluppi tecnologici*”;
- lo sviluppo costante delle tecnologie informatiche e telematiche ha infatti trasformato, innovando e semplificando al tempo stesso, le modalità di reperimento e scambio delle informazioni;
- i prestatori di servizi della società dell'informazione e, in particolare, quelli di servizi di intermediazione e di ricerca *online* hanno acquisito sempre maggiore centralità nella vita sociale ed economica, offrendo nuovi sistemi di accesso e distribuzione di contenuti; le nuove forme di distribuzione dei contenuti *online* hanno attratto un pubblico sempre più vasto che ha beneficiato dunque di una più agevole circolazione dei contenuti medesimi;
- per “*pubblicazione di carattere giornalistico*”, in particolare, non si fa riferimento più solo alle opere letterarie, ma anche agli altri elementi multimediali associati ai testi come fotografie e video;
- l'ampia disponibilità di pubblicazioni di carattere giornalistico *online* ha comportato la nascita di nuovi servizi *online*, come gli aggregatori di notizie o i servizi di monitoraggio dei media, per i quali il riutilizzo di pubblicazioni di carattere

giornalistico costituisce una parte importante dei loro modelli di *business* e una fonte di introiti;

- i prestatori offrono servizi all’utente a titolo gratuito in quanto la loro remunerazione si radica sui ricavi pubblicitari e di posizionamento, nonché sull’acquisizione e l’analisi dei dati degli utenti;
- in termini quantitativi, secondo le ultime stime dell’Autorità presentate nella Relazione annuale 2021, *“Focalizzando l’analisi soltanto sulla pubblicità online, si stima che nel 2020 il peso delle piattaforme rispetto agli altri operatori (editori/publisher e concessionarie di pubblicità) cresca ancora e in maniera evidente. I volumi complessivamente gestiti dalle piattaforme giungono a rappresentare l’82% del totale (con un incremento di 14 p.p. rispetto al 2016). La tendenza già in atto negli anni precedenti appare essere ulteriormente rafforzata dalle conseguenze dell’emergenza epidemiologica, consolidando e acuendo le difficoltà degli editori e delle concessionarie tradizionali nel competere con tali player internazionali”*;
- se si considerano i media cosiddetti tradizionali (televisione, radio ed editoria), l’ultimo decennio è stato contrassegnato da una riduzione generalizzata dei ricavi complessivi, aggravata più recentemente anche dagli effetti economici della crisi sanitaria. Secondo le stime effettuate per la Relazione annuale 2021, la diminuzione dei ricavi del settore dei media nell’ultimo quinquennio ammonta al 17% circa (più di 2 miliardi di euro tra il 2020 e il 2016). La contrazione riguarda sia i ricavi dagli utenti sia quelli da pubblicità, sebbene quest’ultima fonte abbia subito il calo maggiore. In tale quadro, gli introiti dei diversi mezzi derivanti da attività *online* sono cresciuti, ma non in misura sufficiente a compensare le perdite derivanti dalla riduzione delle vendite sui canali tradizionali;
- l’editoria quotidiana è l’ambito con maggiori difficoltà di carattere strutturale e congiunturale, con una contrazione dei ricavi complessivi, da vendita di copie e da pubblicità, del 31% circa negli ultimi cinque anni. Questa tendenza non sembra poter essere invertita dall’aumento delle vendite di copie digitali (+ 38% circa tra il 2016 e il 2020), più che compensato dalla flessione delle vendite di copie cartacee (- 40% circa tra il 2016 e il 2020), cui si aggiunge la riduzione delle entrate pubblicitarie di circa il 10% nell’ultimo quinquennio;
- numerosi sono, peraltro, i prestatori che strutturano i servizi di intermediazione in modo da trattenere gli utenti sui propri servizi, sfruttando le caratteristiche economiche dei mercati multiversante attraverso una molteplicità di strategie d’impresa che tendono ad ostacolare il *multi-homing* e ad innalzare gli *switching cost*, anche al fine di raccogliere maggiori ricavi pubblicitari;
- altri prestatori, come le imprese di *media monitoring* e rassegne stampa, forniscono agli utenti servizi alternativi a quelli messi a disposizione dagli editori per la fruizione delle pubblicazioni di carattere giornalistico;

- il divario fra i ricavi conseguiti dagli intermediari che distribuiscono in rete i contenuti e il valore riconosciuto ai titolari dei diritti integra il cd. *value gap*;
- la questione dell’equa remunerazione per lo sfruttamento delle pubblicazioni di carattere giornalistico da parte di prestatori di servizi, ivi incluse le imprese di *media monitoring* e rassegne stampa, è stata oggetto di ampio dibattito dottrinale in Italia e in Europa sia rispetto alla tutela delle prerogative autoriali che in relazione alla disciplina in materia di concorrenza, rilevandosi, con riferimento a tali ultimi profili, importanti interventi delle autorità *antitrust* europee;
- il d.lgs. n. 177/2021 ha novellato il testo della legge n. 633/1941 (di seguito anche “LDA”) introducendo l’articolo 43-*bis* il quale prevede chiaramente che agli editori siano riconosciuti i diritti esclusivi di riproduzione e comunicazione di cui agli articoli 13 e 16 LDA da parte dei prestatori di servizi della società dell’informazione nel cui alveo vengono anche ricondotte le imprese di *media monitoring* e rassegne stampa. In particolare, il comma 8 introduce la nozione di “equo compenso” che i prestatori riconoscono agli editori per gli utilizzi *online* di pubblicazioni di carattere giornalistico;
- la norma demanda all’Autorità il compito di individuare i criteri di riferimento per la determinazione dell’equo compenso tenendo conto, tra l’altro, anche di quelli ivi indicati a mero titolo esemplificativo: la negoziazione tra le parti avviene “*tenendo conto anche dei criteri definiti dal regolamento*” (enfasi aggiunta);
- la norma deve dunque essere letta e interpretata alla luce dello spirito della direttiva e, in particolare, della *ratio* sottesa alla formulazione dell’articolo 15. Ne consegue che l’equo compenso è, in via preliminare, oggetto di una libera negoziazione tra le parti che, nel pieno esercizio della loro autonomia contrattuale, possono addivenire ad un accordo che “può” tenere conto “anche” dei criteri indicati dall’Autorità nel Regolamento;
- la norma, nell’effettuare un bilanciamento tra gli interessi in gioco, tiene necessariamente conto della libertà di iniziativa economica delle parti, costituzionalmente tutelata, di cui la libertà negoziale è espressione. Cionondimeno, la previsione, nell’attribuire un ruolo all’Autorità su istanza di parte e in caso di mancato raggiungimento dell’accordo, tiene necessariamente conto anche dello squilibrio di forza contrattuale esistente tra le parti;
- è la stessa direttiva, infatti, che sancisce la necessità di “*prevedere a livello di Unione una tutela giuridica armonizzata per gli utilizzi online delle pubblicazioni di carattere giornalistico da parte di prestatori di servizi della società dell’informazione*” (considerando 55) nel presupposto che “*L’ampia disponibilità di pubblicazioni di carattere giornalistico online ha comportato la nascita di nuovi servizi online, come gli aggregatori di notizie o i servizi di monitoraggio dei media, per i quali il riutilizzo di pubblicazioni di carattere giornalistico costituisce una parte importante dei loro modelli di business e una fonte di introiti.*” (enfasi aggiunta);

- appare opportuno chiarire in via preliminare come la nozione di “*prestatori di servizi della società dell’informazione*” sia molto ampia e tale da includere soggetti tra loro molto diversi che fondano la loro attività su modelli di *business* differenti. Nell’ambito dei “servizi della società dell’informazione” – vale a dire servizi prestati normalmente dietro retribuzione, a distanza, mediante attrezzature elettroniche di trattamento e memorizzazione di dati ed a richiesta individuale di un destinatario di servizi – il legislatore ha ricondotto prestatori diversi;
- i servizi di *media monitoring* e rassegne stampa sono servizi caratterizzati da una strutturale dipendenza funzionale dagli editori, ma hanno un modello di *business* non assimilabile a quello delle piattaforme *online* attive nei mercati digitali. Gli aggregatori di notizie e i motori di ricerca non sono, a loro volta, assimilabili ad un *social network*. Tali considerazioni si ritiene debbano essere prese in debita considerazione per la definizione dei criteri che concorrono alla determinazione dell’equo compenso, nonché per la definizione dell’equo compenso;
- al fine di assicurare l’accesso all’informazione e il funzionamento dei servizi che permettono la ricerca e la condivisione da parte degli utenti di pubblicazioni di carattere giornalistico, l’equo compenso non è dovuto in caso di pubblicazione, aggregazione o condivisione di collegamenti ipertestuali o di singole parole o di estratti molto brevi, in particolare qualora tali estratti siano elaborati direttamente dagli editori come sintesi delle pubblicazioni di carattere giornalistico automaticamente utilizzabili dai servizi di intermediazione e di ricerca, neanche nell’ipotesi in cui il servizio permetta la visualizzazione dell’anteprima della pubblicazione all’utente;
- il legislatore, nella definizione di “estratto molto breve” ha privilegiato una nozione di tipo qualitativo rimettendo ad una verifica caso per caso il ricorrere della fattispecie esentata. La scelta è stata preceduta da un ampio dibattito sull’opportunità di prevedere un criterio meramente quantitativo, fondato sulla determinazione di un numero di parole corrispondenti a un estratto molto breve (vicino alla soluzione proposta dalla Corte di giustizia dell’Unione europea nel caso Infopaq). Il legislatore, nell’accedere ad un’opzione qualitativa, ha ritenuto che non debba esservi una succedaneità tra estratto e notizia, in quanto l’estratto non deve essere sufficiente ad appagare il bisogno informativo al punto da rendere non più necessaria la lettura dell’articolo il cui contenuto è “meramente anticipato” tramite l’estratto. Nulla è disposto in ordine alla valorizzazione economica del breve estratto;
- la relazione al d.lgs. n. 177/2021, inoltre, con specifico riferimento al “*caricamento online di una pubblicazione di carattere giornalistico ad opera dello stesso editore per libera scelta*” chiarisce che tale fattispecie non rientra nell’ambito di applicazione dell’articolo 43-*bis*, essendo la norma finalizzata a disciplinare l’utilizzo da parte delle piattaforme di contenuti di informazione i cui diritti appartengono agli editori;
- l’Autorità ritiene dunque che nell’applicazione della disciplina del diritto d’autore sulle reti di comunicazione elettronica sia necessario operare un attento bilanciamento tra i diversi diritti in gioco, rispettando, da un lato, la libertà di espressione e di

manifestazione del pensiero, ma anche l'accesso dei cittadini alla cultura e ad internet, e, dall'altro, la piena tutela del diritto d'autore;

- ai fini dell'individuazione dei criteri di riferimento per la determinazione dell'equo compenso, l'Autorità intende tenere in considerazione i molteplici interessi sottesi a tale settore. L'obiettivo principale è la tutela del valore delle opere in ambiente digitale e, in particolare, delle pubblicazioni di carattere giornalistico intermedie dalle imprese di *media monitoring* e rassegne stampa e dai prestatori di servizi della società dell'informazione. In tal senso, i criteri mirano a promuovere un'equa e proporzionata remunerazione degli editori, andando a incidere sulle motivazioni alla base del *value gap*, anche nell'ottica di preservare gli incentivi alla produzione di una quantità di informazione adeguata da un punto di vista sociale, date le caratteristiche di bene pubblico dell'informazione;
- sottesa alla norma è dunque l'esigenza di accordare una idonea tutela alla informazione di qualità per preservare l'interesse pubblico ad una informazione imparziale, veritiera, corretta e obiettiva che possa concorrere adeguatamente alla crescita e alla formazione culturale, sociale e politica. La norma è così funzionale alla tutela del pluralismo informativo, che costituisce una missione qualificante e fondante dell'Autorità, nella misura in cui attua un contemperamento equilibrato degli interessi in gioco, garantendo la realizzazione di quei presupposti necessari per preservare un giusto finanziamento degli editori, indispensabile per un'informazione di qualità tanto più importante in un periodo in cui il fenomeno della disinformazione e la capacità di determinati contenuti di imporsi in quanto virali e non in forza della loro comprovata autorevolezza sta assumendo dimensioni preoccupanti;
- l'informazione è, infatti, anche un bene economico caratterizzato da elevati costi fissi per cui l'editore ha la duplice e ragionevole esigenza, da un lato, di recuperare i costi degli investimenti e, dall'altro, di ottenere un profitto;
- il nuovo contesto digitale ha imposto nuovi modelli di *business* superando quelli cui si ancorava l'editoria tradizionale e attribuendo un ruolo centrale alle piattaforme per la diffusione;
- in un ambiente aperto e concorrenziale, i ricavi per gli editori possono derivare dal pagamento dell'informazione (abbonamenti, accessi a pagamento ai siti) e dalla pubblicità (*online*). Il mondo digitale impone, tuttavia, modelli diversi da quelli tradizionali: un elevato livello di ricavi (pubblicitari) esige un'ampia circolazione di notizie. I criteri per la definizione dell'equo compenso dovrebbero pertanto essere tali da coniugare la duplice esigenza di garantire una informazione di qualità, assicurando un'adeguata remunerazione a chi produce le notizie, agevolando al contempo una efficiente evoluzione, anche tecnologica, del settore;
- la natura economica dell'informazione quale bene esperienza, unitamente alle profonde trasformazioni del sistema dell'informazione *online*, tanto dal lato dell'offerta quanto dal lato della domanda, come rilevato e analizzato dall'Autorità nelle richiamate indagini conoscitive, pongono altresì un rischio di riduzione della

qualità dei contenuti informativi che circolano su internet, che si riflette anche nell'emergere di fenomeni complessi di disinformazione;

- in tale ottica, i criteri di riferimento per la determinazione dell'equo compenso devono fornire adeguati incentivi affinché siano promossi contenuti informativi di qualità. Ciò rappresenta un valore per tutte le parti in gioco: per gli editori, in quanto viene riconosciuto loro il *quid pluris* che distingue la pubblicazione giornalistica; per i prestatori e le imprese di *media monitoring* e rassegne stampa, in quanto un'informazione di qualità contribuisce alla reputazione di tali imprese e può tradursi in una maggiore attrattività dei propri servizi, anche nei riguardi degli inserzionisti pubblicitari, incrementando il valore degli spazi messi a disposizione dal prestatore, nonché di quelli gestiti dall'editore stesso; per gli utenti finali, dal momento che le pubblicazioni giornalistiche rappresentano una componente essenziale per l'esercizio di diritti fondamentali, per di più per il contributo dell'informazione alla corretta percezione dei fenomeni economici, sociali e politici da parte degli individui e alla formazione della loro visione del mondo;
- pertanto, occorre che i criteri di riferimento per l'individuazione dell'equo compenso forniscano incentivi a tutte le parti coinvolte, ciascuna nel proprio ambito di attività, affinché mantengano un elevato livello di investimenti in innovazioni tecnologiche;
- i soggetti destinatari delle disposizioni del regolamento previsto dall'articolo 43-*bis* della legge sul diritto d'autore costituiscono un insieme composito di imprese, in particolare per ciò che riguarda gli intermediari; in modo diverso, e in misura inferiore, per ciò che riguarda gli editori;
- per quanto riguarda gli editori, ferma la definizione offerta dal d.lgs. n. 177/2021, è importante sottolineare che la platea non è limitata a quelli stabiliti nel nostro Paese. Come chiarito nella relazione illustrativa al decreto legislativo citato, la definizione di "editore" ricomprende le testate dotate dei requisiti specifici ovvero quelle registrate presso il tribunale e con un direttore responsabile nel rispetto delle leggi italiane sulla stampa (registrazione presso il tribunale o presso il registro degli operatori di comunicazione tenuto dall'Autorità). La definizione più ampia prevista al comma 3 deriva, tuttavia, dalla necessità di assicurare l'applicazione della norma anche nei confronti degli editori comunitari che si rivolgono al pubblico italiano le cui norme nazionali in materia di editoria potrebbero richiedere requisiti differenti;
- in ragione dell'elevato dinamismo dei modelli di *business* e della necessità di preservare la libertà negoziale delle parti affinché concludano accordi reciprocamente vantaggiosi, i criteri devono riflettere le differenze strutturali esistenti tra i soggetti, per evitare distorsioni indebite del mercato, nonché considerare le differenze nella distribuzione del potere contrattuale tra le parti. Essi devono altresì essere sufficientemente generali nella loro definizione e flessibili nella loro declinazione pratica, così da agevolare l'applicazione al caso specifico e da adattarsi all'evoluzione nel tempo delle dinamiche di mercato;

- al riguardo, come anticipato, nell’ambito dei prestatori di servizi della società dell’informazione, è opportuno operare una distinzione rispetto alle società di *media monitoring* e di rassegna stampa, in quanto caratterizzati da differenze strutturali relative a diversi aspetti: la natura dei servizi che offrono; la tipologia di domanda che servono; la diversa struttura dei ricavi e dei costi sottostanti l’attività che svolgono; le relazioni commerciali con gli editori e l’entità e la distribuzione del potere contrattuale;
- in particolare, si osserva che mentre le imprese di *media monitoring* e rassegne stampa forniscono, di regola a titolo oneroso, i propri servizi a clienti che sottoscrivono contratti di fornitura dei relativi servizi personalizzati, di cui beneficia una molteplicità di utenti finali appartenenti all’organizzazione del contraente e che non danno luogo a forme di riproduzione e diffusione *online*. Gli altri prestatori di servizi della società dell’informazione hanno un modello di *business* incentrato prevalentemente sui ricavi pubblicitari *online* e sui ricavi che derivano dalla valorizzazione di *big data* ottenuti attraverso la profilazione e segmentazione degli utenti finali mediante l’analisi dei dati di navigazione e fruizione degli stessi;
- per quel che concerne le imprese di *media monitoring* e rassegne stampa, vale sottolineare come la LDA (l. n. 633 del 1941) preveda la tutela e il diritto alla remunerazione per l’utilizzo (riproduzione e comunicazione) degli articoli recanti la clausola «riproduzione riservata». Con specifico riferimento alla libera riproducibilità degli articoli di giornale e delle notizie ed informazioni in essi veicolate, l’Autorità ha già avuto occasione di sottolineare che, sebbene il servizio di rassegna stampa non sia espressamente disciplinato dalla legge sul diritto d’autore, gli articoli di carattere editoriale recanti la clausola di riserva sono tutelati come opere dell’ingegno a carattere letterario e la loro utilizzazione economica (riproduzione, *ex* articolo 13, e comunicazione al pubblico, *ex* articolo 16, della legge n. 633/1941) è prerogativa esclusiva dell’editore ed è quindi necessario che i titolari dei diritti possano concedere licenze per gli utilizzi delle proprie opere o altri materiali ai soggetti che operano nel campo delle rassegne stampa. Fermo dunque l’assetto normativo anteriore alla novella, il nuovo «diritto connesso» spettante agli editori inserito nel corpo della LDA costituisce un diritto in più che amplia la sfera giuridica degli editori stessi e che ha una durata limitata (due anni dalla pubblicazione) e un ambito applicativo limitato all’«utilizzo on line» delle pubblicazioni di carattere giornalistico
- nondimeno, è indubbio che gli operatori di *media monitoring* e rassegne stampa svolgono un importante ruolo nell’ambito del comparto istituzionale, imprenditoriale e produttivo della società favorendo la circolazione dell’informazione e dei contenuti editoriali ad una specifica e predeterminata clientela. In tale modello di *business* tutte le fonti, nazionali e locali, generaliste e specializzate, costituiscono un *input* importante del servizio di rassegna stampa. La specificità del servizio suggerisce l’opportunità di prevedere dei criteri *ad hoc* che tengano conto delle dinamiche contrattuali in atto nel settore, realizzando un congruo bilanciamento tra le contrapposte esigenze di editori e rassegnisti in modo tale da assicurare che la

negoziazione per l'accesso a tale risorsa essenziale avvenga secondo criteri ragionevoli e corretti;

- in quest'ottica i criteri individuati dal legislatore, seppure a titolo esemplificativo, non sembrano applicabili *in toto* al settore delle rassegne stampa;
- pertanto, l'Autorità ritiene di dover individuare almeno due distinti insiemi di criteri di riferimento per l'equo compenso che siano coerenti con tali differenze, a partire dalla declinazione dei criteri di cui all'articolo 43-*bis*;
- i due insiemi di criteri definiti per i prestatori di servizi della società dell'informazione e per le imprese di *media monitoring* e rassegne stampa possono essere considerati – ciascuno – un sistema, le cui componenti sono strettamente interrelate, giacché i singoli criteri hanno una funzione specifica rispetto agli obiettivi di equa remunerazione degli editori, massima circolazione *online* dell'informazione, promozione di contenuti informativi di qualità, mantenimento di adeguati incentivi all'innovazione. Per tale ragione, l'Autorità ritiene che i criteri debbano essere applicati cumulativamente, ancorché secondo un ordine decrescente di rilevanza, per la determinazione dell'equo compenso;
- inoltre, posto che le disposizioni legislative sull'equo compenso hanno origine da un *value gap* che è emerso fra i ricavi conseguiti dagli intermediari che distribuiscono *online* i contenuti e il valore riconosciuto ai titolari dei diritti, il criterio fondamentale di riferimento per la determinazione dell'equo compenso dovrebbe tendere a fornire il più possibile una misura di questo divario;
- in un contesto di mercato distinto, tale ragionamento può essere applicato anche alle imprese di *media monitoring* e rassegne stampa, per le quali occorre identificare una misura che esprima il valore che tali imprese estraggono dalle pubblicazioni di carattere giornalistico liberamente riproducibili ai sensi dell'articolo 65, comma 1, LDA. come sopra chiarito, resta fermo che la riproduzione e la comunicazione al pubblico di articoli di attualità di carattere economico, politico o religioso, pubblicati nelle riviste o nei giornali, oppure radiodiffusi o messi a disposizione del pubblico che recano la clausola di riserva di cui all'articolo 65, comma 1, debba essere comunque previamente autorizzata e licenziata dal titolare dei diritti di sfruttamento economico (che ex art. 38 LDA spetta all'editore salvo patto contrario);
- pertanto, tra i criteri definiti dal legislatore, l'Autorità ha individuato i benefici economici derivanti ad entrambe le parti quali criteri che possono rappresentare in maniera sintetica una misura del *value gap*. Questi, dunque, concorrono a determinare la base di calcolo su cui applicare l'aliquota per la quantificazione dell'equo compenso dovuto agli editori;
- tale aliquota potrebbe assumere un unico valore, oppure variare tra un valore minimo e un valore massimo, o ancora assumere più valori all'interno di un sistema a scaglioni. In particolare, essa è quantificata utilizzando i criteri individuati dal legislatore, come integrati dall'Autorità, i quali contribuiscono alla sua definizione secondo un ordine di rilevanza decrescente;

- trattandosi di una molteplicità di criteri, di natura sia quantitativa sia qualitativa, e dovendo essere considerati cumulativamente, a ciascuno di essi dovrebbe essere attribuito un peso, nel rispetto dell'ordinamento individuato, che rifletta il rispettivo contributo al valore complessivo dell'aliquota;
- considerata la novità e la complessità applicativa, l'Autorità si riserva di definire gli indicatori, di stabilire i relativi pesi, nonché l'aliquota o il sistema di aliquote, tenuto conto dei diversi modelli di *business* che caratterizzano i prestatori, nonché delle informazioni e dei contributi degli *stakeholder*, e di adottare linee guida al riguardo;
- i prestatori di servizi della società dell'informazione rappresentano per gli utenti una porta di accesso fondamentale ai contenuti degli editori che circolano *online*. Al riguardo, gli ultimi dati elaborati dall'Autorità, sulla base di una rilevazione commissionata alla società GfK Italia (periodo gennaio-marzo 2020; aprile-giugno 2020), mostrano come circa la metà della popolazione italiana si rivolga al *web* per informarsi, subito dopo la televisione che resta ancora il mezzo preferito dalla maggioranza dei cittadini. In particolare, il consumo di informazione *online* avviene attraverso percorsi differenziati e personalizzati: notizie e approfondimenti acquisiti casualmente, su motori di ricerca e *social network*, secondo proposte di contenuti dettati da algoritmi di indicizzazione o di creazione della *news feed*, attraverso *app* e aggregatori di notizie, parimenti guidati da algoritmi, oppure attraverso siti *web* o *app* di testate giornalistiche o radiotelevisive, o ancora attraverso le nuove testate esclusivamente digitali. In questo panorama variegato, larga parte dei cittadini che si informano su internet lo fa attraverso motori di ricerca e poco meno della metà attraverso i *social network*: tali fonti diventano dunque particolarmente rilevanti nel sistema dell'informazione del nostro Paese. Rispetto al tempo medio speso *online* da un utente in Italia la fruizione di notizie costituisce una quota che si attesta, secondo stime recenti, attorno al 3% circa negli ultimi tre anni;
- i prestatori operano su una molteplicità di versanti, compreso quello della pubblicità *online*, fornendo numerosi servizi, anche in settori economici diversi, e in un ambito geografico estremamente ampio. Data la loro natura multiversante e la scala globale che li caratterizza, godono di significative economie di scala e di scopo, nonché di economie di scala da lato della domanda, dovute alle esternalità di rete dirette e indirette. Questi elementi conferiscono loro la capacità di raggiungere elevate dimensioni economiche e di raggiungere capillarmente *audience* molto vaste, potendo peraltro contare sul vantaggio competitivo rappresentato dai *big data* che sono in grado di raccogliere, di analizzare e valorizzare grazie anche ai sistemi di intelligenza artificiale di cui dispongono;
- nell'ambito di tali caratteristiche generali comuni, i prestatori, come rilevato, adottano modelli di *business* molto variegati e in costante evoluzione e hanno molteplici fonti di ricavo. Relativamente all'intermediazione e alla condivisione *online* di pubblicazioni di carattere giornalistico, si possono distinguere soggetti che agiscono come aggregatori di notizie *online*, i quali raccolgono e selezionano i contenuti informativi, i motori di ricerca, che selezionano, indicizzano e ordinano tali contenuti

offrendo servizi di ricerca agli utenti finali, e altri tipi di prestatori, come i *social media*, sui quali circolano notizie che possono essere rese disponibili dal prestatore stesso, così come anche direttamente dagli editori oppure condivise dagli stessi utenti finali;

- sebbene caratterizzati da meccanismi diversi, tutte le tipologie di prestatori ottengono dalle pubblicazioni a carattere giornalistico, così come dagli altri tipi di contenuti che circolano sulle loro piattaforme, introiti pubblicitari per gli spazi che mettono a disposizione degli inserzionisti sulle proprie piattaforme; inoltre, essendo attivi anche in diversi stadi nella filiera pubblicitaria *online*, conseguono ricavi per i servizi di intermediazione che offrono a svariati clienti, tra cui anche gli stessi editori;
- un’altra importante forma di valorizzazione è rappresentata dai dati ottenuti dall’interazione degli utenti con i contenuti informativi, che possono tradursi in ricavi, in caso di cessione a terzi, oppure essere valorizzati indirettamente, nella misura in cui l’utilizzo “interno” di tali dati è in grado di migliorare i servizi del prestatore, aumentandone così l’attrattività, sia da parte degli utenti finali, sia da parte degli inserzionisti che possono effettuare campagne estremamente efficaci quanto maggiore è la capacità di profilazione dell’*audience*, innalzando così il valore dell’*inventory* del prestatore;
- a fronte della capacità dei prestatori di servizi della società dell’informazione di attrarre *audience* e risorse economiche, gli editori, come già segnalato dall’Autorità, attraversano una fase di strutturale difficoltà economica legata a molteplici fattori¹;
- in tale contesto, gli editori, da un lato, vedono limitata la loro autonomia nella raccolta pubblicitaria *online*, dal momento che una quota significativa e crescente di utenti finali accede ai siti *web* degli editori proprio attraverso le piattaforme dei prestatori, dalle quali difatti proviene una elevata porzione di traffico. Inoltre, anche nella valorizzazione degli spazi pubblicitari *online* di cui l’editore dispone in piena autonomia, si registra una crescente presenza dei prestatori quali soggetti intermediari nella filiera pubblicitaria, ponendo gli editori in una condizione di dipendenza;
- dall’altro lato, attraverso i servizi del prestatore gli editori hanno la possibilità di raggiungere una vasta platea di utenti, di dare visibilità ai propri contenuti e di valorizzarli anche attraverso i propri siti *web*, recuperando risorse economiche sia di natura pubblicitaria, sia derivanti da pagamenti degli utenti per singoli articoli o per la sottoscrizione di abbonamenti; in termini quantitativi, infatti, le piattaforme dei prestatori costituiscono una fonte rilevante di traffico di un editore;
- pertanto, al fine di assicurare l’equità del compenso, l’Autorità ritiene che sia ragionevole tenere conto degli eventuali ricavi pubblicitari che gli editori possono maturare dal traffico di reindirizzamento verso il proprio sito *web* attraverso i servizi del prestatore, facendo salvi i costi sostenuti dagli editori per la promozione dei

¹ Cfr. Relazione annuale 2020 “*Le comunicazioni nel 2020. L’impatto del coronavirus sui settori regolati*”, nel quale sono state evidenziate le ulteriori difficoltà di finanziamento dell’informazione a seguito degli effetti congiunturali della crisi sanitaria da Covid-19. www.agcom.it;

contenuti sui servizi medesimi. Per quel che concerne i dati raccolti dalla navigazione degli utenti, questi non hanno un valore intrinseco, ma è piuttosto la grande quantità e varietà, la rapidità di raccolta delle informazioni, nonché le capacità di analisi e di utilizzo, che consentono di estrarre un significativo valore economico. In tale ottica, gli editori non sembrano possedere ad oggi le medesime capacità di valorizzazione dei dati dei prestatori di servizi;

- alla luce di tali osservazioni, la determinazione dell'equo compenso, nei rapporti tra piattaforme e editori, dovrebbe fare riferimento all'entità dei benefici economici derivanti al prestatore dalla diffusione delle pubblicazioni giornalistiche dell'editore fatti salvi i benefici economici di cui gode l'editore grazie alla visibilità ottenuta mediante i servizi del prestatore. L'equo compenso da riconoscere agli editori per l'utilizzo online delle pubblicazioni di carattere giornalistico dovrebbe quindi essere calcolato mediante l'applicazione di un'aliquota ad una base di calcolo che tenga conto dei suddetti benefici;
- pertanto, la base di calcolo si ritiene debba essere costituita dai ricavi pubblicitari dei prestatori di servizi direttamente ottenuti dalle pubblicazioni di carattere giornalistico dell'editore e da quelli indirettamente ottenuti grazie all'attrattività delle stesse nonché agli eventuali introiti derivanti dalla valorizzazione dei dati degli utenti riconducibili alle visualizzazioni sulla propria piattaforma delle suddette pubblicazioni;
- per contro, tra i criteri da utilizzare per la definizione dell'aliquota dovrebbero essere considerati, quale fattore di riduzione, i benefici da visibilità ottenuti dall'editore. A tal fine si potrebbero valorizzare i ricavi pubblicitari derivanti dal traffico di reindirizzamento proveniente dai servizi del prestatore; inoltre, andrebbero valorizzati anche i benefici economici quantificabili che l'editore ottiene grazie ai servizi del prestatore, anche in considerazione del bacino territoriale nel quale diffonde le corrispondenti pubblicazioni a stampa;
- al riguardo, tuttavia, nello sviluppo delle negoziazioni, occorre tenere in considerazione lo squilibrio di potere contrattuale esistente, che tende a favorire i prestatori in ragione del ruolo cruciale di intermediari che essi rivestono per la circolazione dei contenuti *online*. Di conseguenza, nella determinazione dell'aliquota che definisce il compenso spettante agli editori, potrebbe essere opportuno considerare anche gli effetti distributivi derivanti dal diverso potere contrattuale, che potrebbero svantaggiare soprattutto gli editori di dimensioni più piccole. Alla luce di ciò, una misura di tale squilibrio potrebbe essere rappresentata sinteticamente dall'incidenza del traffico di reindirizzamento dalla piattaforma del prestatore al sito *web* dell'editore sul totale del traffico *online* generato dal medesimo editore;
- tra i criteri previsti che concorrono alla determinazione dell'aliquota, si ritiene debba essere considerato in via prioritaria il numero delle consultazioni *online* delle pubblicazioni a carattere giornalistico dell'editore, che consistono tanto nelle visualizzazioni, quanto in altri tipi di interazione che gli utenti possono avere con i contenuti, ossia i *click* sui *link*, i commenti, le condivisioni, le reazioni, che avvengono

attraverso i servizi del prestatore. Tale criterio rappresenta una misura della circolazione *online* della pubblicazione, della capacità di diffondersi tra il pubblico e dell'apprezzamento espresso da quest'ultimo;

- in luogo delle “*consultazioni on line dell’articolo*” si ritiene preferibile fare riferimento al dato di fruizione dell’editore per il complesso dei contenuti utilizzati nel periodo di riferimento. Al riguardo, si osserva che la maggiore granularità del dato implica necessariamente l’utilizzo di fonti di prima parte, vale a dire del prestatore. Il dato sul quale fondare la misura deve dunque essere un dato terzo quale è, nel nostro sistema di rilevazione degli ascolti, quello prodotto da un JIC (*Joint Industry Committee*). L’Autorità ha avuto già occasione di rilevare come l’operato di *players* internazionali che detengono posizioni economiche di rilievo nel mercato nazionale della pubblicità *online* e offrono servizi di *web analytics* e che non partecipano alle indagini condotte dai sistemi nazionali riconosciuti come *currency* di riferimento, sollevano profili di criticità nella misura in cui gli stessi non garantiscono la certificazione indipendente da parte di soggetti terzi del dato prodotto, né consentono a nessun altro sistema di tracciare (mediante *tag* o altre tecniche) i siti di loro proprietà;
- la piena trasparenza dei processi di produzione è un principio fondamentale di ogni soluzione di misurazione e rilevazione degli ascolti per garantire che l’attività sia svolta nell’interesse degli operatori del mercato. La certificazione dei dati forniti al mercato, unitamente alla massima rappresentatività del soggetto investito dell’indagine, costituiscono ormai requisiti imprescindibili dei sistemi di rilevazione in grado di garantire il corretto funzionamento della domanda e dell’offerta delle inserzioni pubblicitarie e sui quali l’Autorità ha formulato nel tempo indirizzi nel rispetto dei principi di correttezza, indipendenza e neutralità tecnologica. Per quanto riguarda i *social network*, la valutazione dovrebbe tenere conto di dati di analisi della *social audience* con esclusivo riferimento alle pagine pubbliche. In particolare, si ritiene che possano essere considerate le *interactions* (interazioni realizzate dai contenuti: *reactions*, commenti, *share* su Facebook; *like* e commenti su Instagram; *like* e *retweet* ricevuti su Twitter; *like*, *dislike*, commenti su Youtube);
- l’*audience online* prodotta dalle pubblicazioni a carattere giornalistico, d’altronde, se considerata quale criterio a sé, pone delle problematiche in termini di potenziali effetti opportunistici post contrattuali, in quanto potrebbe incentivare a produrre contenuti informativi che hanno quale unico scopo quello di incrementare il traffico per ottenere un più elevato equo compenso. Questo aspetto, si innesterebbe peraltro su pratiche già in uso, che tendono a promuovere la circolazione *online* di contenuti informativi pensati proprio con il solo obiettivo di generare *audience*, a detrimento della qualità dell’informazione (c.d. pratiche di “*clickbaiting*”);
- a questo riguardo, il rapporto “*Le strategie di disinformazione online e la filiera dei contenuti fake*”² ha evidenziato con riferimento alla diffusione delle c.d. *fake news*

² Rapporto pubblicato nel novembre 2018 sul sito www.agcom.it.

che “*gli oneri di produzione sono piuttosto bassi e quelli di distribuzione tendono a zero. Questa caratteristica rappresenta un incentivo per gli ideatori di contenuti fake che, unita alla possibilità di generare ricavi dalla diffusione online di tali contenuti, rende sostenibili anche veri e propri modelli di business basati sugli stessi*”. Nel rapporto viene altresì evidenziato che “*i soggetti che perseguono una strategia di disinformazione online, allo scopo di attirare pubblico e traffico presso i propri siti da valorizzare in termini di vendita di pubblicità, si avvalgono dei medesimi strumenti tecnologici elaborati per rendere più efficace ed efficiente la campagna pubblicitaria attraverso il web sfruttandone le relative opacità ed aree grigie*”;

- la Commissione nella Comunicazione COM(2018) 236 *final*, ha individuato tra le azioni volte a contrastare la disinformazione *online* quella di “*promuovere la credibilità dell’informazione fornendo un’indicazione della sua affidabilità, in particolare con l’aiuto di segnalatori attendibili, con il miglioramento della tracciabilità dell’informazione e l’autenticazione dei fornitori di informazioni influenti*” e ha sottolineato la necessità di “*investire in un giornalismo di elevata qualità, rafforzare la fiducia nel ruolo cruciale del giornalismo di qualità, sia offline che online, a livello sociale e democratico e incoraggiare i mezzi di informazione di qualità a esplorare forme innovative di giornalismo. È inoltre necessario riequilibrare il rapporto tra i media e le piattaforme online. Il raggiungimento di questo obiettivo sarà agevolato da una rapida approvazione della riforma del diritto d’autore dell’UE che consentirà di migliorare la posizione degli editori e di garantire una distribuzione più equa delle entrate tra i titolari dei diritti e le piattaforme, aiutando in particolare gli organi di informazione e i giornalisti a monetizzare i contenuti da loro prodotti*”;
- il Codice di buone pratiche sulla disinformazione ha previsto l’adozione di una serie di misure, volte ad aumentare la trasparenza del sistema pubblicitario così da consentire agli inserzionisti di avere maggior controllo sui siti *web* in cui la pubblicità viene convogliata, in maniera tale da evitare di finanziare contenuti di disinformazione; a rendere più trasparenti i messaggi pubblicitari elettorali a vantaggio dei cittadini, fornendo indicazioni sull’entità che sponsorizza tali contenuti e l’ammontare speso; a contrastare la proliferazione dei falsi *account* e dei *bot* e garantire l’integrità dei contenuti circolanti attraverso le piattaforme stesse, nel rispetto dei diritti degli individui e della libertà di espressione; ad aiutare gli utenti nell’individuazione di fonti e di contenuti di informazione affidabili; a consentire alla comunità scientifica l’accesso, nel rispetto della *privacy*, ai dati in possesso delle piattaforme ai fini dello studio e del monitoraggio dei fenomeni di disinformazione³;

³ La strategia europea contro la disinformazione ha previsto anche l’istituzione dell’Osservatorio europeo sui media digitali con lo scopo di creare un *hub* per i *fact-checkers*, per il mondo accademico e per gli altri attori coinvolti, attraverso il quale questi soggetti possano collaborare per scambiare esperienze, condividere buone pratiche, individuare metodi di lavoro comuni per monitorare, mappare, condividere conoscenze sui fenomeni di disinformazione *online*;

- si ritiene che la disinformazione *online* possa essere efficacemente contrastata dalla valorizzazione e dalla remunerazione dei prodotti editoriali di qualità. Pertanto, alcuni dei criteri di riferimento per la determinazione dell'equo compenso dovrebbero premiare gli editori che, nello svolgimento dell'attività giornalistica, investono risorse umane e strumentali per accertare l'attendibilità e la completezza della notizia e che si adoperano per adottare processi organizzativi interni che rispettano gli standard internazionali e le buone prassi riconosciute dal mondo del giornalismo; in tali processi sono altresì coinvolti gli stessi prestatori che, aderendo al Codice di buone pratiche sulla disinformazione e ad altre iniziative istituzionali riconosciute, si impegnano a mettere in atto misure a salvaguardia della qualità dell'informazione online;
- per queste ragioni, l'equità del compenso dovrebbe tenere conto dell'adesione a codici di condotta, codici etici, standard qualitativi e in materia di *fact-checking*. Inoltre, dovrebbero essere considerate anche le risorse impiegate dall'editore per migliorare la qualità della produzione giornalistica; a questo proposito rileva il numero di giornalisti, tra i quali in particolare dovrebbero essere presi a riferimento i giornalisti professionisti effettivamente impiegati dall'editore per la realizzazione del prodotto editoriale digitale oggetto dell'equo compenso;
- avuto riguardo alla dimensione qualitativa dei contenuti informativi e al connesso valore dell'opera, i criteri per la determinazione dell'equo compenso dovrebbero riflettere anche l'originalità della tematica affrontata nelle pubblicazioni di carattere giornalistico.
- al fine di preservare un'elevata capacità di investimento in tecnologie e in innovazione e di evitare inefficienze produttive, considerando al contempo la diversa natura dei costi sostenuti dai prestatori di servizi della società dell'informazione da un lato, e, dall'altro, degli editori, nonché le asimmetrie esistenti tra le parti, i criteri di riferimento per la determinazione dell'equo compenso non dovrebbero includere altre categorie di costi se non quelli sostenuti da ciascuna delle parti per investimenti in tecnologie strettamente impiegate per la realizzazione del prodotto editoriale oggetto dell'equo compenso o per la sua riproduzione e comunicazione;
- il marchio dell'editore e la reputazione acquisita nel tempo, anche attraverso il seguito di pubblico che è in grado di raccogliere, costituiscano un "segnale" per gli utenti circa l'autorevolezza della fonte. Al tempo stesso, si ritiene che le differenze esistenti tra gli editori in termini dimensionali e di anni di attività maturati, non possono tradursi in squilibri impropri del valore dell'equo compenso. In tale ottica, tra i criteri di riferimento, gli anni di attività dell'editore dovrebbero essere circoscritti in particolare a quelli maturati nella produzione editoriale digitale e la rilevanza sul mercato dovrebbe essere descritta dall'*audience* che l'editore ottiene attraverso i canali di distribuzione online;
- come evidenziato, i criteri per la determinazione della base di calcolo e quelli che concorrono alla definizione dell'aliquota per la quantificazione dell'equo compenso, da applicarsi per le imprese di *media monitoring* e rassegne stampa, sono diversi

rispetto a quelli previsti per gli altri prestatori di servizi della società dell'informazione;

- si ritiene, pertanto, che per la individuazione della base di calcolo per la determinazione dell'equo compenso dovuto dalle imprese di *media monitoring* e rassegne stampa debba farsi riferimento direttamente al fatturato di tali imprese; nessun tipo di ricavo può, invece, essere sottratto dalla base di calcolo relativa alle imprese di *media monitoring* e rassegne stampa, in quanto alcun tipo di remunerazione o di ritorno economico deriva agli editori da detti servizi, salvo il compenso pattuito per la messa a disposizione delle pubblicazioni a carattere giornalistico utilizzate dall'impresa di *media monitoring* e di rassegna stampa;
- tra i criteri che incidono sull'aliquota finale si ritiene rilevi il numero di articoli utilizzati all'interno della rassegna stampa o per il servizio di monitoraggio, in quanto tale criterio costituisce una misura diretta dell'entità della produzione editoriale da cui l'impresa di *media monitoring* e di rassegna stampa estrae valore; inoltre, il numero di utenti finali effettivi (inteso come numero di utenti presso il cliente dell'impresa di *media monitoring* e di rassegna stampa), non essendo sufficientemente significativo il numero di clienti, è un indicatore che restituisce informazioni sulla reale circolazione delle opere all'interno dell'organizzazione del contraente che usufruisce dei servizi di rassegna stampa o di *media monitoring*;
- occorre altresì considerare il beneficio che deriva alle imprese di *media monitoring* e rassegne stampa dall'utilizzo delle pubblicazioni. Questo è strettamente legato agli interessi del contraente, dal momento che i servizi di *media monitoring* e di rassegna stampa si fondano proprio su una selezione dei contenuti informativi in base alle richieste formulate dal cliente; di conseguenza, la rilevanza dell'editore in questo caso andrebbe parametrata alla rispondenza della produzione dell'editore rispetto alle specifiche esigenze del contraente, espressa ad esempio dal grado di copertura delle tematiche di interesse del contraente o dalla diffusione dell'editore nell'area geografica all'interno della quale opera il contraente o nella quale si concentrano i suoi interessi;
- sul piano dei costi sostenuti dalle parti che possono avere un riflesso sull'entità dell'equo compenso, si ritiene che vi sia una sostanziale differenza quantitativa e, soprattutto, qualitativa, tra gli editori e le imprese di *media monitoring* e rassegne stampa. Da un lato, bisogna considerare il numero di giornalisti impiegati dall'editore, in particolare i professionisti, i quali rappresentano la risorsa essenziale alla base della produzione delle pubblicazioni utilizzate dall'impresa, che incide sui costi dell'editore, ma anche sulla quantità, varietà e qualità delle pubblicazioni utilizzabili per il servizio di *media monitoring* e di rassegna stampa e che, dunque, ha un impatto rilevante anche sul valore di tale servizio, con conseguente beneficio per l'impresa; dall'altro lato, gli investimenti in tecnologia e infrastrutture, si ritiene non debbano essere considerati tra i criteri per la determinazione dell'equo compenso dovuto agli editori dalle imprese di *media monitoring* e rassegne stampa, dal momento che i costi generati da tali investimenti si possono far rientrare nella normale attività di impresa

per la quale le imprese di *media monitoring* e rassegne stampa e gli editori ottengono rispettivamente un profitto e non assumono quella rilevanza centrale per la valorizzazione delle pubblicazioni come invece accade nei rapporti tra editori e prestatori di servizi della società dell'informazione;

- l'equo compenso che scaturisce dall'applicazione dei criteri di riferimento dovrebbe assumere un valore sufficientemente stabile nel tempo, per conferire certezza alle relazioni commerciali tra le parti. È necessario altresì considerare che i contratti possono avere struttura e durata diversa e che ciò fa parte della libertà negoziale. A questo riguardo, si ritiene che i valori economici relativi ai ricavi e ai costi potrebbero ragionevolmente riferirsi a periodi superiori all'anno, mentre gli altri criteri potrebbero essere valutati su base infra-annuale, come nel caso degli indicatori di *audience*, o annuale per le altre tipologie di criteri;
- l'articolo 43-*bis* della LDA rimette in primo luogo alle parti il compito di definire, d'intesa tra loro e sulla base di trattative condotte secondo buona fede, l'ammontare dell'equo compenso, essendo facoltativa ed eventuale la possibilità di adire il giudice ordinario o di richiedere, in alternativa, l'intervento dell'Autorità che si esprime sulla conformità ai criteri individuati nel regolamento delle rispettive proposte economiche, formulandone una d'ufficio laddove entrambe siano valutate come non conformi;
- ai fini della valutazione delle proposte economiche e della formulazione della proposta d'ufficio, le parti devono mettere a disposizione tutte le informazioni necessarie per l'applicazione dei criteri individuati per la determinazione dell'equo compenso;
- data la novità della disciplina e la potenziale complessità in sede di applicazione, l'Autorità riconosce l'esigenza di formulare con chiarezza gli indicatori adatti a descrivere i criteri individuati e le conseguenti modalità applicative, ai fini di garantire trasparenza e certezza ad entrambe le parti;
- in tale ottica, considerando il necessario contemperamento con i requisiti di generalità e flessibilità dei criteri, sopra enunciati, e tenuto conto anche della difficoltà di stimare *ex ante* gli impatti dell'applicazione dei criteri, anche in termini di quantificazione del compenso, l'Autorità si riserva di definire la metodologia cui si atterrà nella determinazione dell'ammontare dell'equo compenso;
- a questo fine, l'Autorità ritiene di poter acquisire elementi utili anche in sede di analisi di impatto della regolamentazione (AIR);
- le disposizioni assunte dall'Autorità possono, inoltre, necessitare di un aggiornamento e una rivalutazione nel tempo anche in ragione dell'evoluzione delle dinamiche di mercato. Per tale motivo, l'Autorità predisporrà un piano di monitoraggio degli effetti del regolamento, di cui si darà conto nella AIR, che fornirà gli elementi conoscitivi utili all'Autorità anche per effettuare la verifica di impatto della regolamentazione (VIR), prevista dal legislatore all'articolo 2, comma 1, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208;

RITENUTO pertanto di sottoporre a consultazione pubblica lo schema di regolamento in materia di individuazione dei criteri di riferimento per la determinazione dell'equo compenso per l'utilizzo online di pubblicazioni di carattere giornalistico elaborato alla luce dell'iter logico giuridico sopra descritto;

UDITA la relazione del Presidente Giacomo Lasorella, relatore ai sensi dell'articolo 31 del *“Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità”*;

DELIBERA

Articolo unico

1. È sottoposto a consultazione pubblica lo *“Schema di regolamento in materia di individuazione dei criteri di riferimento per la determinazione dell'equo compenso per l'utilizzo online di pubblicazioni di carattere giornalistico di cui all'articolo 43-bis della legge 22 aprile 1941, n. 633”*, di cui all'allegato A alla presente delibera.
2. Le informazioni e i dati utili alla redazione dell'AIR sono indicati all'allegato B della presente delibera.
3. Le modalità di consultazione sono riportate nell'allegato C alla presente delibera.
4. Gli allegati A, B e C costituiscono parte integrante e sostanziale del presente provvedimento.
4. Ai fini della decorrenza dei termini indicati negli allegati, fa fede la data di pubblicazione del presente provvedimento sul sito internet dell'Autorità.

Roma, 15 giugno 2022

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Giulietta Gamba

ALLEGATO A alla delibera n. 195/22/CONS

**SCHEMA DI REGOLAMENTO IN MATERIA DI INDIVIDUAZIONE DEI
CRITERI DI RIFERIMENTO PER LA DETERMINAZIONE DELL'EQUO
COMPENSO PER L'UTILIZZO ONLINE DI PUBBLICAZIONI DI
CARATTERE GIORNALISTICO DI CUI ALL'ARTICOLO 43-BIS DELLA
LEGGE 22 APRILE 1941, N. 633**

**Capo I
Principi generali**

**Articolo 1
*Definizioni***

1. Ai fini del presente regolamento si intendono per:
 - a) “Autorità”: l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, istituita dall’articolo 1, comma 1, della legge 31 luglio 1997, n. 249;
 - b) “LDA”: la legge 22 aprile 1941, n. 633, recante “Protezione del diritto d’autore e di altri diritti connessi al suo esercizio” e s.m.i.;
 - c) “Regolamento sanzioni”: regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni dell’Autorità, adottato con la delibera n. 410/14/CONS;
 - d) “prestatore di servizi della società dell’informazione” o “prestatore”: la persona fisica o giuridica o l’associazione non riconosciuta che presta un servizio della società dell’informazione che consente l’utilizzo *online* delle pubblicazioni di carattere giornalistico;
 - e) “servizio della società dell’informazione”: servizio di cui all’articolo 1, comma 1, lett. b), della legge 21 giugno 1986, n. 317 come modificata dal decreto legislativo 15 dicembre 2017, n. 223 e s.m.i.;
 - f) “impresa di *media monitoring* e rassegne stampa”: un’impresa che eroga un servizio della società dell’informazione consistente, tra l’altro, ma non esclusivamente, nella selezione, indicizzazione, organizzazione, collazione, estrazione, trasmissione, messa a disposizione di contenuti editoriali, normalmente dietro retribuzione, a distanza, anche mediante attrezzature



informatiche di trattamento e memorizzazione di dati ed a richiesta individuale di un destinatario di servizi anche mediante copia cartacea successivamente digitalizzata;

- g) “prodotto editoriale”: ai sensi dell’articolo 1, comma 1, lett. a), della legge 7 marzo 2001, n. 62, il prodotto realizzato su supporto informatico, destinato alla pubblicazione o, comunque, alla diffusione di informazioni presso il pubblico con ogni mezzo, con esclusione dei prodotti discografici o cinematografici;
- h) “pubblicazione di carattere giornalistico”: un insieme composto principalmente da opere letterarie di carattere giornalistico, che può includere altre opere e materiali protetti, come fotografie o videogrammi, e costituisce un singolo elemento all’interno di una pubblicazione periodica o regolarmente aggiornata, recante un titolo unico, quale un quotidiano o una rivista di interesse generale o specifico, con la funzione di informare il pubblico su notizie, o altri argomenti, pubblicata su qualsiasi mezzo di comunicazione sotto l’iniziativa, la responsabilità editoriale e il controllo di un editore o di un’agenzia di stampa;
- i) “editore di pubblicazione di carattere giornalistico” o “editore”: il soggetto che, sia in forma singola sia associata o consorziata, nell’esercizio di un’attività economica, edita le pubblicazioni di carattere giornalistico, anche se stabilito in un altro Stato membro;
- j) “estratto molto breve”: qualsiasi porzione di pubblicazione di carattere giornalistico che non dispensi dalla necessità di consultazione dell’articolo giornalistico nella sua integrità;
- k) “organismo di gestione collettiva”: organismo di cui all’articolo 2, comma 1, del decreto legislativo 15 marzo 2017, n. 35;
- l) “entità di gestione indipendente”: entità di cui all’articolo 2, comma 2, del decreto legislativo 15 marzo 2017, n. 35;
- m) “contraente”: persona fisica o giuridica o associazione non riconosciuta che per qualsiasi finalità sottoscrive un contratto, anche a beneficio di una pluralità di utenti finali, per la fornitura di un servizio di *media monitoring* o di rassegna stampa;
- n) “utente finale”: persona fisica o giuridica o associazione non riconosciuta che usufruisce di un servizio della società dell’informazione, ivi incluso un servizio di *media monitoring* o di rassegna stampa sottoscritto da un contraente;



- o) “Direzione” e “Direttore”: la Direzione per i Servizi Digitali e il Direttore della predetta direzione;
- p) “Organo collegiale”: il Consiglio dell’Autorità.

D.1.1 *Si condividono le definizioni proposte?*

D.1.2 *Si propongono ulteriori definizioni?*

D.1.3. *Si condivide la definizione di “impresa di media monitoring e rassegne stampa”?*

Articolo 2

Finalità e ambito di applicazione

1. Il presente regolamento detta i criteri e le procedure per l’intervento dell’Autorità ai fini della determinazione dell’equo compenso dovuto da parte dei prestatori di servizi della società di informazione agli editori per l’utilizzo *online* delle pubblicazioni di carattere giornalistico destinate al pubblico italiano e disciplina altresì gli obblighi di informazione e comunicazione e le conseguenti funzioni di vigilanza. Ai fini della qualificazione della pubblicazione come destinata al pubblico italiano, si tiene conto, a titolo esemplificativo, della lingua utilizzata, del raggiungimento di un numero significativo di contatti presenti sul territorio italiano o del conseguimento di ricavi in Italia.
2. I criteri e le procedure di cui al comma 1 sono definiti a garanzia del pluralismo e della correttezza dell’informazione nonché della libertà dell’iniziativa economica e del principio di libera concorrenza, nel rispetto dei diritti e delle libertà di comunicazione, di manifestazione del pensiero, di cronaca, di commento critica e discussione, nonché delle eccezioni e delle limitazioni di cui alla legge sul diritto d’autore.
3. Il presente regolamento non si applica in caso di utilizzi privati o non commerciali delle pubblicazioni di carattere giornalistico da parte di singoli utilizzatori, né in caso di collegamenti ipertestuali o di utilizzo di singole parole o di estratti molto brevi di pubblicazioni di carattere giornalistico.
4. Il presente regolamento non si applica alle pubblicazioni di carattere giornalistico edite per la prima volta anteriormente al 6 giugno 2019.
5. L’Autorità vigila sul rispetto delle disposizioni del presente regolamento.



D.2.1. *Si ritiene che l'ambito di applicazione proposto sia conforme a quello dell'articolo 43-bis LDA?*

Articolo 3 ***Principi generali***

1. Ai sensi dell'articolo 43-bis LDA, agli editori di pubblicazioni di carattere giornalistico è riconosciuto un equo compenso per la riproduzione e la comunicazione delle loro pubblicazioni di carattere giornalistico da parte dei prestatori, comprese le imprese di *media monitoring* e rassegne stampa.
2. Gli editori riconoscono agli autori degli articoli giornalistici un equo compenso nella misura di cui al comma 13, dell'articolo 43-bis, LDA.
3. L'Autorità promuove la massima diffusione dell'offerta legale delle opere digitali, incoraggiando lo sviluppo di offerte commerciali innovative e competitive e favorendo la conoscibilità dei servizi che consentono la fruizione legale di opere tutelate dal diritto d'autore, nonché l'accesso ai servizi medesimi.
4. L'Autorità promuove l'elaborazione di codici di condotta da parte dei prestatori, per favorire la cooperazione ai fini della tutela del diritto d'autore.

D.3.1 *Si condivide la proposta di promozione, da parte dell'Autorità, dell'offerta legale di opere? Si prega di indicare eventuali modifiche in merito alle modalità operative di tale attività.*

D.3.2 *Si condivide la proposta di promozione, da parte dell'Autorità, di codici di condotta volti a favorire la cooperazione tra titolari dei diritti e prestatori di servizi della società dell'informazione?*

Capo II

Utilizzo online di pubblicazioni di carattere giornalistico da parte di prestatori di servizi della società dell'informazione diversi dalle imprese di *media monitoring* e rassegne stampa

Articolo 4 ***Criteri per la determinazione dell'equo compenso***

1. L'equo compenso dovuto agli editori dai prestatori di servizi della società dell'informazione, diversi dalle imprese di *media monitoring* e rassegne stampa, per



l'utilizzo *online* di pubblicazioni di carattere giornalistico è calcolato sulla base dei ricavi pubblicitari del prestatore, direttamente e indirettamente derivanti dall'utilizzo delle pubblicazioni di carattere giornalistico dell'editore, ivi inclusi quelli da posizionamento.

2. Ai fini della definizione dell'aliquota da applicare alla base di calcolo di cui al comma 1, da definire entro una forbice che va da.....al, si utilizzano i seguenti criteri:

- a) numero di consultazioni online delle pubblicazioni di carattere giornalistico, in termini di visualizzazioni e interazioni degli utenti, nonché di traffico di reindirizzamento in conformità a criteri di correttezza metodologica, trasparenza e verificabilità;
- b) ricavi generati dal traffico di reindirizzamento delle pubblicazioni di carattere giornalistico sul sito dell'editore e relativa incidenza sui ricavi complessivi;
- c) rilevanza dell'editore sul mercato, in termini di audience *online* realizzata su base periodica da organismi dotati della massima rappresentatività dell'intero settore di riferimento, anche alla luce dei processi di convergenza multimediale, la cui organizzazione risponda altresì a principi di terzietà, autonomia e indipendenza;
- d) numero di giornalisti, inquadrati ai sensi del contratto collettivo nazionale di lavoro giornalistico (CCNLG) con rapporto di lavoro a tempo pieno e indeterminato, impiegati dall'editore per la realizzazione del prodotto editoriale;
- e) numero di pubblicazioni di carattere giornalistico inerenti a tematiche originali pubblicate in anteprima rispetto ad altre testate il cui contenuto è solo successivamente citato o ripreso da altri editori;
- f) benefici economici quantificabili di cui si avvalga l'editore anche in considerazione del bacino territoriale di diffusione delle corrispondenti pubblicazioni a stampa;
- g) costi comprovati sostenuti dall'editore per investimenti tecnologici destinati alla realizzazione del prodotto editoriale;
- h) costi comprovati sostenuti dal prestatore per investimenti tecnologici dedicati esclusivamente alla riproduzione e comunicazione dei prodotti editoriali;
- i) adesione di ciascuna delle parti a codici di condotta, codici etici e *standard* internazionali in materia di qualità dell'informazione e di *fact-checking* maggiormente riconosciuti;
- j) anni di attività dell'editore nell'ambito dell'editoria digitale.

3. Fatta salva la libertà negoziale delle parti, i criteri di cui al comma 2 concorrono cumulativamente, con rilevanza decrescente, alla determinazione dell'aliquota per la definizione dell'equo compenso.



D.4.1 *Si condivide la base di calcolo ipotizzata per determinare l'equo compenso? Si ritiene debbano essere considerate altre voci di ricavo?*

D.4.2 *Si condivide l'inclusione nella base di calcolo dei ricavi indiretti riconducibili all'utilizzo delle pubblicazioni a carattere giornalistico da parte dei prestatori di servizi? In caso affermativo si indichino i parametri che si ritiene utile considerare a tal fine e le relative modalità di stima.*

D.4.3 *Si condivide la proposta di applicare un'aliquota alla base di calcolo come sopra definita per la determinazione dell'equo compenso?*

D.4.4 *Si ritiene utile che l'Autorità individui un range di presuntiva congruità dell'aliquota? Quali valori si ritengono eventualmente idonei a seconda dei diversi modelli di business adottati dai prestatori di servizi per l'utilizzo delle pubblicazioni a carattere giornalistico? Si ritiene opportuno che nel regolamento si tenga conto dei diversi modelli di business del prestatore disciplinando separatamente le diverse fattispecie come per i servizi di rassegna stampa?*

D.4.5 *Si condividono i criteri proposti per la definizione dell'aliquota? Si ritiene debbano essere individuati criteri distinti in ragione dei diversi modelli di business adottati dai prestatori di servizi?*

D.4.6 *Si condivide la scelta di dare un ordine di rilevanza ai criteri? In caso contrario si indichino eventuali ulteriori metodi di applicazione dei criteri.*

D.4.7 *Si condivide l'idea di attribuire, a ciascun criterio, un peso diverso che rifletta l'ordine di rilevanza proposto e che contribuisca a definire l'ammontare dell'aliquota? In caso contrario si indichino eventuali ulteriori metodi.*

D.4.8 *Si ritiene che gli indicatori atti a misurare i criteri individuati debbano essere riferiti ad un predefinito arco temporale e, in tal caso, si indichi quale e se possa essere applicato a tutti i criteri o se vada differenziato?*

Articolo 5

Obblighi di comunicazione e di informazione

1. I prestatori diversi dalle imprese di *media monitoring* e rassegne stampa sono obbligati a mettere a disposizione, su richiesta della parte interessata, anche tramite gli organismi di gestione collettiva o entità di gestione indipendenti, qualora mandatari, o dell'Autorità, i dati necessari ad applicare i criteri di cui all'articolo 4 al fine di determinare la misura dell'equo compenso nel rispetto della normativa di cui al decreto legislativo n. 196/2003, come modificato a seguito del Regolamento (UE) 2016/679.



2. L'adempimento dell'obbligo di cui al comma 1 non esonera gli editori dal rispetto della riservatezza delle informazioni di carattere commerciale, industriale e finanziario di cui sono venuti a conoscenza, nel rispetto delle norme in materia di concorrenza.
3. L'Autorità vigila sul rispetto degli obblighi di cui al presente articolo.
4. L'Autorità può in qualsiasi momento acquisire ogni elemento necessario alla determinazione dell'equo compenso, ivi inclusi i parametri principali di funzionamento dei servizi della società dell'informazione erogati, attraverso richieste di informazioni e documenti e ispezioni.
5. In caso di mancata comunicazione delle informazioni di cui ai commi 1 e 4 entro trenta giorni dalla richiesta, l'Autorità, impregiudicata la possibilità di acquisirle mediante ispezione, applica, secondo la procedura di cui al Regolamento sanzioni, una sanzione amministrativa pecuniaria a carico del soggetto inadempiente fino all'uno per cento del fatturato realizzato sul mercato nazionale nell'ultimo esercizio chiuso anteriormente alla notifica della contestazione. È escluso il beneficio del pagamento in misura ridotta previsto dall'articolo 16 della legge 24 novembre 1981, n. 689.

Capo III

Utilizzo di pubblicazioni di carattere giornalistico da parte di imprese di *media monitoring* e rassegne stampa

Articolo 6

Criteri per la determinazione dell'equo compenso

1. L'equo compenso per l'utilizzo *online* di pubblicazioni di carattere giornalistico dovuto agli editori dalle imprese di *media monitoring* e rassegne stampa è calcolato sulla base del fatturato rilevante dell'impresa di *media monitoring* e rassegne stampa, tenendo conto altresì dei seguenti criteri:
 - a) numero di articoli riprodotti all'interno della rassegna stampa anche tramite collazione degli articoli o del servizio di *media monitoring*;
 - b) numero effettivo degli utenti finali;
 - c) benefici derivanti dalla rilevanza dell'editore sul mercato di riferimento rispetto agli interessi del contraente;
 - d) numero dei giornalisti, inquadrati ai sensi del contratto collettivo nazionale di lavoro giornalistico (CCNLG) con rapporto di lavoro a tempo pieno e indeterminato, impiegati dall'editore;
 - e) anni di attività dell'editore.



2. Fatta salva la libertà negoziale delle parti, ai fini della determinazione dell'equo compenso i criteri di cui al comma 1 concorrono cumulativamente, con rilevanza decrescente, alla determinazione dell'aliquota per la definizione dell'equo compenso.

D.6.1 *Si condividono i criteri individuati per determinare la base di calcolo per l'equo compenso? Si ritiene debbano esseri considerati altri parametri di ricavo?*

D.6.2 *Si condivide la proposta di individuare l'aliquota per la determinazione dell'equo compenso come ipotizzata?*

D.6.3 *Si condivide la scelta di dare un ordine di rilevanza dei criteri? Si prega di indicare eventuali ulteriori metodi di applicazione dei criteri.*

D.6.4 *Si condivide l'idea di attribuire, a ciascun criterio, un peso diverso che rifletta l'ordine di rilevanza proposto e che contribuisca a definire l'ammontare dell'aliquota? In caso contrario si indichino eventuali ulteriori metodi.*

Articolo 7

Obblighi di comunicazione e di informazione

1. Le imprese di *media monitoring* e rassegne stampa sono obbligate a mettere a disposizione, su richiesta della parte interessata, anche tramite gli organismi di gestione collettiva o entità di gestione indipendenti, qualora mandatari, o dell'Autorità, i dati necessari ad applicare i criteri di cui all'articolo 6 al fine di determinare la misura dell'equo compenso.

2. L'adempimento dell'obbligo di cui al comma 1 non esonera gli editori dal rispetto della riservatezza delle informazioni di carattere commerciale, industriale e finanziario di cui sono venuti a conoscenza.

3. L'Autorità vigila sul rispetto degli obblighi di cui al presente articolo.

4. L'Autorità può in qualsiasi momento acquisire ogni elemento necessario alla determinazione dell'equo compenso attraverso richieste di informazioni e documenti e ispezioni.

5. In caso di mancata comunicazione delle informazioni di cui ai commi 1 e 4 entro trenta giorni dalla richiesta, l'Autorità, impregiudicata la possibilità di acquisirle mediante ispezione, applica, secondo la procedura di cui al Regolamento sanzioni, una sanzione amministrativa pecuniaria a carico del soggetto inadempiente fino all'uno per cento del fatturato realizzato nell'ultimo esercizio chiuso anteriormente alla notifica della



contestazione. È escluso il beneficio del pagamento in misura ridotta previsto dall'articolo 16 della legge 24 novembre 1981, n. 689.

Capo IV

Procedura per la richiesta di intervento dell'Autorità ai fini della determinazione dell'equo compenso

Articolo 8

Modalità di intervento

1. Fermo restando il diritto di adire l'autorità giudiziaria ordinaria di cui all'articolo 43-*bis*, comma 11, LDA, gli editori e i prestatori di servizi della società dell'informazione, ivi incluse le imprese di *media monitoring* e rassegne stampa, possono rivolgersi all'Autorità per la determinazione dell'equo compenso secondo la procedura di cui al presente capo.
2. Nel corso della negoziazione i prestatori di servizi della società dell'informazione non limitano la visibilità dei contenuti degli editori.

Articolo 9

Avvio della procedura

1. Qualora non sia stato raggiunto un accordo sull'ammontare del compenso entro trenta giorni dalla richiesta di avvio del negoziato, inoltrata a mezzo PEC, gli editori e i prestatori di servizi della società dell'informazione, ivi incluse le imprese di *media monitoring* e rassegne stampa, possono presentare, entro i successivi sessanta giorni a pena di inammissibilità, un'istanza all'Autorità ai fini della determinazione dell'equo compenso,
2. L'istanza all'Autorità di cui al comma 1 è trasmessa utilizzando e compilando in ogni sua parte, a pena di irricevibilità, il modello informatico reso disponibile sul sito internet dell'Autorità, allegando ogni documentazione utile e la propria proposta economica di equo compenso nonché il soggetto nei confronti del quale l'istanza è proposta. Non sono consentite istanze cumulative ovvero nei confronti di più soggetti nella medesima istanza.
3. L'istanza, a pena di inammissibilità, è sottoscritta dal richiedente ovvero da un procuratore munito di procura speciale, conferita con atto pubblico o con scrittura privata autenticata e allegata all'istanza.
4. La procedura dinanzi all'Autorità non può essere promossa qualora per gli stessi diritti e tra le stesse parti sia pendente un procedimento dinanzi all'autorità giudiziaria.



5. La Direzione, entro cinque giorni lavorativi dalla ricezione dell'istanza di cui al comma 1, dispone l'archiviazione in via amministrativa dell'istanza che sia:
- irricevibile per mancata osservanza delle prescrizioni di cui al comma 2 o per difetto di informazioni essenziali;
 - improcedibile ai sensi del comma 3;
 - inammissibile in quanto non riconducibile all'ambito di applicazione del presente regolamento;
 - ritirata prima delle decisioni dell'Organo collegiale di cui all'articolo 12.
6. Avverso le decisioni di archiviazione, il richiedente può proporre opposizione al Consiglio, entro 10 giorni lavorativi dalla relativa comunicazione.

Articolo 10

Trasmissione dell'istanza alla parte convenuta

- La Direzione, entro cinque giorni lavorativi dalla ricezione dell'istanza di cui all'articolo 9, valutata la ricevibilità e l'ammissibilità dell'istanza stessa, la comunica alle parti e indica il responsabile del procedimento.
- La parte convenuta, entro dieci giorni lavorativi dalla ricezione della comunicazione di cui al comma 1, comunica all'Autorità e alla parte istante le informazioni e i dati necessari alla determinazione dell'equo compenso e formula la propria proposta economica di equo compenso.

Articolo 11

Convocazione delle parti

- Il responsabile del procedimento, entro cinque giorni lavorativi dal ricevimento della comunicazione della parte convenuta, comunica alle parti la data dell'incontro che si svolge, preferibilmente per via telematica, non oltre dieci giorni dalla convocazione.
- Salva l'ipotesi in cui le parti si accordino sulla determinazione dell'equo compenso durante l'incontro, ciascuna di esse può formulare, entro cinque giorni dall'incontro, indicazioni o proposte integrative che sono comunicate al responsabile del procedimento e all'altra parte.
- Se le parti raggiungono l'accordo durante l'incontro viene redatto verbale che, sottoscritto dalle parti, assume carattere vincolante ai sensi dell'articolo 1321 cod. civ..



4. La sottoscrizione del verbale di cui al comma 3 da entrambe le parti ha valore di ritiro dell'istanza di cui all'articolo 9, comma 1, del presente regolamento e si procede ai sensi dell'art. 9, comma 5.

5. Il procedimento di cui al comma 3 deve concludersi entro il termine di sessanta giorni lavorativi decorrenti dal giorno della trasmissione della comunicazione di cui al comma 1.

D.11.1 *Si concorda con la proposta di svolgere l'incontro delle parti?*

Articolo 12

Determinazione del compenso

1. Entro sessanta giorni lavorativi dalla ricezione dell'istanza di cui all'articolo 9, l'organo collegiale con proprio provvedimento delibera, sulla base dei criteri di cui all'articolo 4 o all'articolo 6, quale delle proposte economiche formulate è conforme ai suddetti criteri.

2. L'organo collegiale, qualora non reperi conforme ai criteri di cui all'articolo 4 o all'articolo 6 entrambe le proposte formulate, con proprio provvedimento delibera l'ammontare dell'equo compenso.

3. Qualora una delle parti non partecipi all'incontro o, comunque, non formuli una proposta di equo compenso, l'organo collegiale delibera sulla proposta formulata dall'altra parte o sull'ammontare dell'equo compenso.

4. Qualora la proposta economica della parte istante sia inferiore a dieci mila euro, i provvedimenti di cui ai commi precedenti sono adottati dal Direttore che ne informa periodicamente l'organo collegiale.

Capo V

Disposizioni finali

Articolo 13

Comunicazioni

1. Le comunicazioni di cui al presente regolamento sono effettuate esclusivamente mediante posta elettronica, ove possibile, certificata.

2. Le parti comunicano nel primo atto utile l'indirizzo di posta elettronica cui intendono ricevere le comunicazioni.

Articolo 14

Clausola di rivedibilità

L'Autorità si riserva di rivedere il presente regolamento, sentiti i soggetti interessati, alla luce della complessità e della novità della materia, nonché sulla base dell'esperienza derivante dalla sua attuazione.

ALLEGATO B alla delibera n. 195/22/CONS

APPLICAZIONE DELL'ANALISI DI IMPATTO DELLA REGOLAMENTAZIONE AI SENSI DELLA DELIBERA N. 125/16/CONS

Ai sensi della delibera n. 125/16/CONS, l'Autorità intende applicare al Regolamento di cui all'Allegato A l'analisi di impatto della regolamentazione (AIR). Alla luce delle Linee guida AIR adottate con la delibera n. 211/21/CONS, in particolare, viene svolta un'AIR semplificata, ovvero l'analisi si soffermerà sulla valutazione delle opzioni di intervento, che nel caso di specie si configurano essenzialmente come opzioni di implementazione, lasciando alla parte motiva del provvedimento l'esame degli altri elementi costitutivi dell'AIR: l'analisi del contesto, la definizione del problema e l'individuazione dei destinatari.

Occorre, infatti, considerare che l'adozione del Regolamento in materia di individuazione dei criteri di riferimento per la determinazione dell'equo compenso è prevista dal decreto legislativo n. 177/2021, il quale all'articolo 1, comma 8, stabilisce che *“l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni adotta un regolamento per l'individuazione dei criteri di riferimento per la determinazione dell'equo compenso di cui al primo periodo, tenendo conto, tra l'altro del numero di consultazioni online dell'articolo, degli anni di attività e della rilevanza sul mercato degli editori di cui al comma 3 e del numero di giornalisti impiegati, nonché dei costi sostenuti per investimenti tecnologici e infrastrutturali da entrambe le parti, e dei benefici economici derivanti, ad entrambe le parti, dalla pubblicazione quanto a visibilità e ricavi pubblicitari”*.

In tal senso, la norma lascia all'Autorità una limitata discrezionalità nella scelta delle macro-opzioni di intervento, non essendo individuabile peraltro un'opzione di non intervento, e fornendo anche un elenco dei criteri minimi da considerare.

Inoltre, la novità e la potenziale complessità applicativa delle previsioni del Regolamento rendono piuttosto difficoltoso effettuare un'analisi *ex-ante* completa degli impatti attesi. In ragione di ciò, l'Autorità intende prevedere, a valle dell'adozione del Regolamento, un piano di monitoraggio *in itinere*, volto ad acquisire ulteriori elementi conoscitivi in sede applicativa. Questo permetterà altresì di effettuare la verifica di impatto della regolamentazione prevista dallo stesso decreto legislativo n. 177/2021, all'articolo 2.

Ciò premesso, al fine di consentire lo svolgimento dell'AIR, l'Autorità invita le parti interessate a far pervenire tutte le informazioni utili in merito alle questioni nel seguito presentate, oltre alle risposte alle domande indicate nello schema di Regolamento (Allegato A).



1. Per consentire una valutazione complessiva dei benefici e dei costi attesi derivanti dall'applicazione del Regolamento, si descrivano, anche qualitativamente, i vantaggi e gli svantaggi rinvenibili nella proposta relativamente ai seguenti punti su cui si articolano le principali disposizioni:

- a) l'individuazione di due insiemi distinti di criteri per i prestatori di servizi della società dell'informazione e per le imprese di *media monitoring* e rassegne stampa;
- b) i criteri di riferimento individuati, compresa la base di calcolo;
- c) la coerenza dei criteri individuati rispetto agli obiettivi di equa remunerazione degli editori, massima circolazione delle pubblicazioni giornalistiche, promozione della qualità dell'informazione, incentivi adeguati all'innovazione;
- d) l'ordine di rilevanza attribuito ai criteri e la previsione di un sistema di pesi, rispondente a tale ordinamento, per la determinazione dell'aliquota;
- e) la previsione di un modello basato su un'aliquota da applicare alla base di calcolo;
- f) gli obblighi di comunicazione e di informazione previsti nella proposta di regolamento;
- g) l'eventuale predisposizione di contenuti e formati standard delle informazioni che devono essere messe a disposizione delle parti e dell'Autorità per il calcolo dell'equo compenso;
- h) la procedura prevista presso l'Autorità e gli oneri amministrativi connessi.

2. Per consentire un'analisi degli effetti economici sui destinatari e la valutazione delle opzioni di implementazione con riferimento ai criteri di cui agli articoli 4 e 6 dello schema di Regolamento, si prega di fornire informazioni relativamente ai seguenti aspetti (si veda anche lo schema in tabella 1 in cui la prima riga è compilata a titolo di esempio):

- a) l'individuazione di indicatori atti a misurare i criteri individuati, compresa la base di calcolo;
- b) la descrizione degli indicatori di cui al punto precedente;
- c) il periodo temporale cui dovrebbero riferirsi gli indicatori;
- d) le fonti che dovrebbero essere utilizzate per l'ottenimento dei dati con cui calcolare gli indicatori;
- e) la quantificazione, ove possibile, degli indicatori suddetti con riferimento al Vostro Gruppo/Società utilizzando l'ultimo valore disponibile;
- f) le metodologie di calcolo, ove necessarie.

Con riferimento al punto *sub* lettera f), si considerino, ad esempio, i criteri di natura economica, ovvero i ricavi (o il fatturato rilevante) rientranti nella base di calcolo e i costi inclusi tra i criteri (quali i costi tecnologici), nonché i criteri riferiti a misure di *audience* (es. numero di consultazioni *online*, traffico di reindirizzamento dell'editore, traffico complessivo *online* dell'editore, *audience online* dell'editore, numero effettivo di utenti finali):



Tabella 1 – Prospetto dei criteri

Criterio	Indicatore	Descrizione indicatore	Fonte	Valore al tempo t (indicare)
Es. numero di giornalisti impiegati dall'editore per la produzione del prodotto editoriale	Es. numero medio di giornalisti	Es. numero medio di giornalisti dipendenti (professionisti, pubblicitari e praticanti) effettivamente impiegati dall'editore per la realizzazione del prodotto editoriale digitale nell'anno precedente	Es. bilancio di esercizio	Es. XX (anno 2021)

3. Il modello di calcolo

La proposta di Regolamento prevede l'applicazione alla base di calcolo di un'aliquota. Il valore di tale aliquota è determinato attraverso l'assegnazione a ciascun criterio di un peso che assume valore decrescente secondo l'ordine individuato nel Regolamento. Esistono, al riguardo, modalità applicative diverse potenzialmente utilizzabili.

In prima analisi, è possibile definire un'aliquota unica; oppure una forbice di variazione dell'aliquota (min-max); oppure un sistema a scaglioni dotato di maggiore gradualità. La scelta di uno di questi meccanismi comporta l'adozione di sistemi di pesi differenti da attribuire ai singoli criteri. Ad esempio, la determinazione di un'aliquota a scaglioni implicherebbe l'individuazione di più valori soglia dell'indicatore che misura un certo criterio, in corrispondenza dei quali andrebbero assegnati pesi diversi.

Ai fini della valutazione delle alternative opzioni di implementazione del modello di calcolo, si chiede di fornire ogni informazione utile riguardo ai seguenti elementi:

- a) i pesi attribuibili a ciascun criterio e, ove rinvenibile, il metodo di attribuzione di tali pesi;
- b) l'eventuale indicazione di un'aliquota minima-massima e i corrispondenti pesi assunti da ciascun criterio;
- c) l'eventuale individuazione di scaglioni di aliquote e i corrispondenti pesi assunti da ciascun criterio, anche in considerazione dei diversi modelli di business adottati dai prestatori di servizi per l'utilizzo delle pubblicazioni a carattere giornalistico;
- d) l'individuazione di casi specifici in cui è possibile introdurre un equo compenso forfetario;
- e) eventuali modelli di calcolo alternativi sulla base dei criteri individuati.

Le informazioni e le risposte relative ai quesiti sopra formulati dovranno essere trasmessi secondo le modalità indicate nell'Allegato C.

ALLEGATO C alla delibera n. 195/22/CONS

MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE ALLA CONSULTAZIONE PUBBLICA

L'Autorità invita le parti interessate a far pervenire le proprie osservazioni in merito al provvedimento in esame, con particolare riguardo alle domande contenute nello schema di regolamento di cui all'allegato A e alle informazioni richieste nell'allegato B alla presente delibera secondo le modalità descritte nel presente allegato C.

I soggetti legittimati all'intervento sono gli operatori del settore anche in forma associativa, i soggetti istituzionali e le associazioni rappresentative degli utenti e consumatori.

Oltre alle risposte e alle informazioni richieste potranno essere proposte modifiche allo schema di Regolamento sotto forma di emendamento agli articoli con sintetica motivazione sugli aspetti di interesse del rispondente, unitamente ad ogni altro elemento utile alla consultazione di cui trattasi.

Le comunicazioni contenenti le risposte ai punti su indicati potranno essere inviate, entro il termine tassativo di trenta giorni dalla pubblicazione della delibera n. 195/22/CONS sul sito internet dell'Autorità, esclusivamente a mezzo PEC al seguente indirizzo: agcom@cert.agcom.it, riportando in oggetto la seguente dicitura "Consultazione Regolamento Equo Compenso ex art. 43-bis LDA" seguita dalla denominazione del soggetto rispondente.

Le comunicazioni fornite dai soggetti che aderiscono alla consultazione non precostituiscono alcun titolo, condizione o vincolo rispetto ad eventuali successive decisioni dell'Autorità stessa.

I soggetti interessati possono chiedere, con apposita istanza, di illustrare nel corso di un'audizione le proprie osservazioni, sulla base del documento scritto inviato in precedenza. La suddetta istanza deve pervenire all'Autorità tramite invio all'indirizzo di posta elettronica certificata all'indirizzo dell'Autorità sopra riportato, nonché all'indirizzo di posta elettronica segreteria.dsdi@agcom.it, entro il termine di venti giorni dalla pubblicazione della delibera n. 195/22/CONS sul sito *internet* dell'Autorità.

Nella medesima istanza dovrà essere indicato un referente e un contatto telefonico o di posta elettronica per l'inoltro di eventuali successive comunicazioni. Le modalità di svolgimento dell'audizione, che potrà se del caso essere svolta in forma collettiva a discrezione dell'Autorità, verranno comunicate nell'atto di convocazione.

I soggetti rispondenti dovranno allegare alla documentazione fornita una dichiarazione ai sensi del Regolamento in materia di accesso agli atti, approvato con delibera n. 383/17/CONS, contenente l'indicazione dei documenti o le parti di documento da sottrarre all'accesso e gli specifici motivi di riservatezza o di segretezza che



giustificano la richiesta stessa. L'eventuale istanza di sottrazione alla pubblicazione e/o accesso della documentazione deve essere accompagnata da una motivazione circostanziata delle specifiche esigenze di riservatezza o di segretezza e del pregiudizio concreto ed attuale che deriverebbe al soggetto richiedente dalla messa a disposizione a terzi delle informazioni e dei dati comunicati all'Autorità. In assenza di tali motivazioni le informazioni comunicate si considereranno pubblicabili e accessibili. Si richiama in particolare l'attenzione sulla necessità prevista dalle norme di giustificare puntualmente e non genericamente le parti da sottrarre all'accesso.

La Direzione valuterà l'ammissibilità delle eventuali richieste di sottrazione all'accesso solo qualora riceva istanze di accesso ai documenti, dandone preventiva comunicazione al rispondente.

L'Autorità si riserva di pubblicare sul proprio sito *web*, all'indirizzo www.agcom.it, le osservazioni e i documenti pervenuti anche in forma non anonima, tenendo conto del grado di accessibilità indicato.