

## DELIBERA N. 252/23/CONS

### **DETERMINAZIONE DELL'EQUO COMPENSO AI SENSI DELL'ARTICOLO 12 DEL REGOLAMENTO ALLEGATO ALLA DELIBERA N. 3/23/CONS PER L'UTILIZZO DELLE PUBBLICAZIONI DI CARATTERE GIORNALISTICO DELLE TESTATE IL MESSAGGERO, IL GAZZETTINO, IL MATTINO, CORRIERE ADRIATICO, NUOVO QUOTIDIANO DI PUGLIA E LEGGO DA PARTE DI DATA STAMPA SRL**

#### L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio dell'11 ottobre 2023;

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”*;

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”*;

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”*;

VISTO in particolare l'articolo 43-bis, comma 10, il quale dispone che *“Fermo restando il diritto di adire l'autorità giudiziaria ordinaria di cui al comma 11, se entro trenta giorni dalla richiesta di avvio del negoziato di una delle parti interessate non è raggiunto un accordo sull'ammontare del compenso, ciascuna delle parti può rivolgersi all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni per la determinazione dell'equo compenso, esplicitando nella richiesta la propria proposta economica. Entro sessanta giorni dalla richiesta della parte interessata, anche quando una parte, pur regolarmente convocata non si è presentata, l'Autorità indica, sulla base dei criteri stabiliti dal regolamento di cui al comma 8, quale delle proposte economiche formulate è conforme ai suddetti criteri oppure, qualora non reputi conforme nessuna delle proposte, indica d'ufficio l'ammontare dell'equo compenso.”*;

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante *“Adozione del nuovo Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità”* come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 434/22/CONS;

VISTA la delibera n. 3/23/CONS, del 19 gennaio 2023, recante “*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 seguito denominato anche *Regolamento*;

VISTO in particolare l’articolo 9, comma 1, del Regolamento il quale dispone che “*Qualora non sia stato raggiunto un accordo sull’ammontare del compenso entro trenta giorni dalla richiesta di avvio del negoziato, inoltrata alla controparte mediante posta elettronica certificata o con qualsiasi altro mezzo che garantisca la prova della ricezione da parte dei destinatari, 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*”;

VISTO altresì l’articolo 6 del Regolamento, il quale stabilisce che l’equo compenso per l’utilizzo *online* di pubblicazioni di carattere giornalistico dovuto agli editori dalle imprese di media *monitoring* e rassegne stampa è determinato da parte dell’Autorità sulla base del fatturato rilevante dell’impresa di media *monitoring* e rassegne stampa derivante dalle attività comunque connesse a quelle di media *monitoring* e rassegne stampa, tenendo conto altresì dei criteri dettati dallo stesso articolo, considerati cumulativamente e con rilevanza decrescente;

VISTA l’istanza, e relativi allegati, presentata in data 21 giugno 2023 (prot. n. 0165308) da CED Digital & Servizi S.r.l. (di seguito anche CED o il Richiedente), in qualità di distributore esclusivo e mandatario delle edizioni digitali dei quotidiani Il Messaggero, Il Gazzettino, Il Mattino, Corriere Adriatico, Nuovo Quotidiano di Puglia e Leggo, a norma dell’articolo 9 del *Regolamento*;

VISTA l’istanza, e relativi allegati, presentata in data 22 giugno 2023 (prot. n. 0166883) da Data Stampa S.r.l. (di seguito anche Data Stampa o la Controparte), in qualità di impresa di media *monitoring* e di rassegna stampa (di seguito anche IMMRS), ai fini della determinazione dell’equo compenso per l’utilizzo delle pubblicazioni di carattere giornalistico delle testate Il Messaggero, Il Gazzettino, Il Mattino, Corriere Adriatico, Quotidiano di Puglia e Leggo, a norma dell’articolo 9 del *Regolamento*;

CONSIDERATO che le due istanze pervenute sono state riunite in un’unica procedura poiché riguardano il medesimo oggetto e le medesime parti;

VISTA la comunicazione di avvio della procedura n. 2/23/EC-AL, trasmessa a CED Digital & Servizi S.r.l. e a Data Stampa S.r.l., in data 23 giugno 2023 (prot. nn. 0168821 e 0168825);

VISTE le proposte economiche di equo compenso formulate da entrambe le parti e allegate alle rispettive istanze;

VISTA la richiesta di informazioni a norma del combinato disposto degli articoli 7 del Regolamento e 1, comma 30, della legge n. 249/1997 a Data Stampa dell'11 luglio 2023 (prot. n. 0184797) con la quale l'Autorità invitava la Società a descrivere le attività a cui si riferisce ciascuna delle due categorie dei ricavi della gestione caratteristica riportate nella nota integrativa al bilancio di esercizio 2022; chiarire la metodologia utilizzata per il calcolo delle riproduzioni di articoli nelle rassegne stampa e i relativi sistemi di rilevazione delle informazioni; fornire i dati sul numero complessivo di riproduzioni di articoli degli ultimi 3 anni nelle rassegne stampa dei propri clienti per testata (dato disaggregato), con riferimento nell'anno solare e a tutti gli editori rassegnati; fornire il numero totale di riproduzioni di articoli di tutti gli editori rassegnati per ciascuno degli ultimi 3 anni; fornire una stima del numero totale di riproduzioni di articoli di tutti gli editori rassegnati nel corso del corrente anno; fornire l'elenco aggiornato dei propri clienti, indicando la categoria di ciascun cliente (istituzione/privato, settore di attività) e la relativa localizzazione sul territorio (locale/nazionale); specificare per ciascun cliente il numero di accessi consentito e fornire una descrizione relativa gli accordi in essere con ciascun cliente in merito agli accessi per gli utenti finali; fornire una copia dei contratti in vigore stipulati negli ultimi due anni con editori non aderenti al repertorio Promopress;

VISTA la convocazione delle parti ai fini della determinazione dell'equo compenso a norma dell'articolo 11 del Regolamento del 14 luglio 2023 (prot. n. 0188398);

CONSIDERATO che, alla luce della predetta convocazione nell'ambito della procedura n. 2/23/EC-AL, si è svolto un incontro preliminare tra le parti in data 27 luglio 2023 durante il quale le parti non hanno raggiunto un accordo;

VISTO l'articolo 11, comma 2, del Regolamento, il quale dispone che *“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”*;

VISTA la documentazione integrativa inviata da CED all'Autorità in data 28 luglio 2023 (prot. n. 0202435);

VISTE le integrazioni fornite da Data Stampa all'Autorità in data 4 agosto 2023 (prot. n. 0208689) e 25 settembre 2023 (prot. n. 0241525) in risposta alle richieste di informazioni formulate a norma dell'articolo 7 del Regolamento;

VISTA la nuova proposta economica inviata da Data Stampa in data 4 agosto 2023 (prot. n. 0208795);

VISTA la risposta di CED alla nuova proposta economica di Data Stampa, pervenuta all'Autorità in data 14 settembre 2023 (prot. n. 0231436), con la quale l'editore ha dichiarato di non accettare l'offerta;

RILEVATO che i tentativi di negoziato tra le parti per l'utilizzo delle pubblicazioni giornalistiche nell'ambito dei servizi di rassegna stampa, precedenti all'adozione del Regolamento di cui all'allegato A della delibera n. 3/23/CONS, sono risultati infruttuosi;

RILEVATO che in data 24 marzo 2023 CED ha richiesto alla controparte l'avvio di un negoziato volto a definire il compenso previsto dall'art. 43-*bis* della legge sul diritto d'autore per l'utilizzo delle pubblicazioni di carattere giornalistico delle testate Il Messaggero, Il Mattino, Il Gazzettino, Corriere Adriatico, Nuovo Quotidiano di Puglia e Leggo;

CONSIDERATO che in data 20 aprile 2023 Data Stampa ha inviato a CED Digital & Servizi S.r.l. un'offerta relativa all'equo compenso da corrispondere ai sensi del menzionato art. 43-*bis*;

CONSIDERATO che alla proposta iniziale di Data Stampa del 20 aprile 2023 ha fatto seguito il 22 maggio 2023 una controproposta di CED;

CONSIDERATE le precisazioni in merito alle rispettive proposte economiche, che le parti hanno formulato e scambiato tra loro durante il negoziato tra aprile 2023 e giugno 2023;

VISTE le proposte economiche formulate da entrambe le parti come di seguito descritte.

La proposta formulata da Data Stampa, in risposta alla richiesta di avvio del negoziato inviata a quest'ultima da CED il 20 aprile 2023, può essere sintetizzata nel modo seguente. *Omissis*.

CED ha trasmesso alla Controparte la sua proposta economica il 22 maggio 2023, in risposta alla prima offerta inviata da Data Stampa il 20 aprile 2023, ritenuta non accettabile in quanto, secondo CED, non in linea con i criteri enucleati nel Regolamento dell'Autorità. La controproposta di CED del 22 maggio 2023 può essere riepilogata nei seguenti termini. *Omissis*.

La nuova proposta economica di Data Stampa, trasmessa alla Controparte in data 30 agosto 2023, a valle degli incontri svoltisi nell'ambito della procedura n. 2/23/EC-AL, prevede *Omissis*.

CONSIDERATO quanto segue:

- i servizi di *media monitoring* e di rassegna stampa forniscono, di regola a titolo oneroso, a utenti pubblici e privati – organizzazioni, imprese, istituzioni – clienti

dell'IMMRS, contenuti d'informazione prodotti a monte dagli editori, dei quali beneficia una molteplicità di utenti finali appartenenti all'organizzazione del cliente dell'IMMRS. I servizi forniti a valle dall'IMMRS, dunque, si caratterizzano per l'attività di selezione degli articoli effettuata in base alle esigenze e agli interessi dei clienti, con livelli variabili di automazione del processo selettivo e di personalizzazione del servizio a seconda dell'IMMRS, e danno luogo a forme di riproduzione e comunicazione al pubblico delle pubblicazioni di carattere giornalistico.

- In tale ottica, la fornitura del servizio di media *monitoring* e rassegna stampa è subordinata alla disponibilità degli articoli giornalistici e in tal senso essa è caratterizzata da una strutturale dipendenza funzionale dagli editori. In particolare, tutte le fonti, siano esse cartacee o native digitali, nazionali o locali, generaliste o specializzate, costituiscono un fattore produttivo fondamentale del servizio di rassegna stampa. Al contempo, tale servizio è strettamente legato all'applicazione delle norme a tutela del diritto d'autore, nel cui rispetto l'attività dell'IMMRS deve svolgersi.
- Le imprese di media *monitoring* e rassegne stampa esercitano un importante ruolo per la collettività, poiché favoriscono la circolazione dell'informazione all'interno delle istituzioni, delle imprese e delle altre organizzazioni pubbliche e private che costituiscono il tessuto economico, sociale e culturale del Paese.
- La determinazione dell'equo compenso per l'utilizzo delle pubblicazioni di carattere giornalistico da parte delle IMMRS deve fornire adeguati incentivi a tutte le parti in gioco: per gli editori, ai quali deve essere riconosciuta un'equa remunerazione del diritto d'autore volta a promuovere la continuità della produzione editoriale e adeguati stimoli alla produzione di una informazione di qualità; per le IMMRS, affinché il loro *business* sia sostenibile nel tempo e, dunque, suscettibile di adattamenti e miglioramenti sul piano dell'innovazione e della qualità dei servizi; per i clienti delle IMMRS, che, facendo parte della catena del valore del settore, pur non essendo destinatari diretti delle norme sull'equo compenso, all'interno del sistema di regole vigenti, devono tuttavia poter accedere ai servizi di rassegna stampa a condizioni eque e trasparenti e nel pieno rispetto del diritto d'autore.
- La definizione dell'equo compenso, in un'ottica di sostenibilità e proporzionalità, non può prescindere dalla considerazione del valore economico complessivo del settore dei servizi di media *monitoring* e rassegne stampa e dall'osservazione della sua evoluzione nel tempo. Tale valore, espresso dal fatturato complessivo annuo, in base a stime effettuate su dati di bilancio disponibili, ammonta a circa 58 milioni di euro (valore medio 2020-2022) e ha registrato nel triennio una crescita tra il 3% e il 4% in media. Al fatturato di settore contribuiscono circa 20 imprese con i primi due operatori che nel 2022 rappresentano più della metà dell'intero mercato.

- Secondo le stime fornite da un'associazione di settore, il fatturato rilevante ai fini della determinazione dell'equo compenso può essere valutato pari all'80% dei ricavi complessivi e ammontava nel 2021, per l'intero settore, a circa 44 milioni di euro, con una quota di circa il 59% realizzata dai primi due operatori e la restante parte suddivisa tra le altre IMMRS.
- Le stime del fatturato di settore e la dinamica nel tempo costituiscono un elemento di riferimento per la determinazione dell'equo compenso dovuto dalle IMMRS agli editori, in particolare ai fini della definizione dell'aliquota da applicare al fatturato rilevante. Al riguardo, nel sistema Promopress, cui aderisce una gran parte degli editori ed è riconosciuto dal mercato particolarmente efficace in ambito di contrattazioni collettive, l'aliquota applicata a partire dal 2015 è pari all'8% del fatturato rilevante. Come rilevato con la delibera n. 3/23/CONS, l'Autorità ritiene di non poter considerare valori inferiori per la determinazione dell'equo compenso. Per quanto riguarda, invece, il valore massimo, come sopra anticipato, si ritiene che questo debba necessariamente tenere conto del fatturato annuo globale del settore e della sua eventuale evoluzione nel tempo.
- Nel 2015, anno a partire dal quale nel sistema Promopress veniva applicata un'aliquota dell'8%, il fatturato del settore ammontava a circa 43 milioni di euro, a fronte di un valore attuale che, come sopra evidenziato, è di circa 58 milioni di euro (valore medio 2020-2022). In ragione dell'evoluzione dei ricavi, sia nel breve periodo (2020-2022), sia nel più lungo periodo (2015-2022), è ragionevole un ribilanciamento dell'aliquota Promopress proporzionato all'incremento del volume di affari registrato nel tempo. Vi è difatti la ragionevole aspettativa da parte degli editori di valorizzare adeguatamente il loro prodotto su tutti i canali distributivi, compreso quello dei servizi di rassegna stampa.
- Al contempo, l'incremento dell'aliquota da applicare al settore delle rassegne stampa ai fini della determinazione dell'equo compenso deve necessariamente essere ragionevole e graduale, tale da consentire alle IMMRS di affrontare l'aumento dei costi conseguente. Al riguardo, simulazioni effettuate sulle stime del margine operativo di settore, in base ai bilanci disponibili relativi all'anno 2022, mostrano che un aumento considerevole dell'aliquota, *Omissis*, comporterebbe una riduzione di tale margine di poco inferiore al 60% rispetto a quello attuale. Ciò avrebbe un impatto significativo, in particolare sulle IMMRS più piccole.
- Sebbene l'intervento dell'Autorità in materia di equo compenso non si configuri come un'attività di regolamentazione dei prezzi, essendo il mercato libero di definire le condizioni contrattuali e di negoziare il prezzo dei servizi sia a monte (tra editori e IMMRS) sia a valle (tra IMMRS e clienti delle medesime), è tuttavia da considerare un impatto indiretto che l'azione del regolatore può esercitare sulle negoziazioni private.
- Le negoziazioni tra editori e IMMRS si svolgono non solo attraverso la Promopress, ma anche bilateralmente al di fuori di tale sistema. I contratti stipulati al di fuori di

Promopress possono differire nelle condizioni stipulate e nella componente economica, anche in virtù dell'asimmetria di potere contrattuale, diversa da caso a caso, ma in ogni modo sono esse stesse influenzate dall'assetto del sistema Promopress e viceversa. Un aumento del compenso indotto indirettamente dall'intervento dell'Autorità si ripercuoterebbe a livello generale riflettendosi sul sistema negoziale Promopress, comportando altresì una riduzione dei margini di flessibilità contrattuale che le IMMRS sono in grado di adottare in una contrattazione con il singolo editore anche al di fuori di tale sistema. Ciò andrebbe a svantaggio sia delle imprese di rassegna stampa, specie quelle più piccole, ma anche in ultima analisi dell'editore, che si troverebbe a negoziare con una controparte non in grado di assorbire eventuali ulteriori incrementi economici.

- Effettuando le stime del margine operativo sui dati di bilancio 2022 della società Data Stampa, si osserva che l'applicazione di un'aliquota sensibilmente maggiore rispetto all'8%, *Omissis*, determinerebbe un margine operativo negativo. In aggiunta, occorre considerare anche le eventuali componenti variabili del compenso, che scatterebbero al superamento del *plafond* di articoli e del numero di utenti.
- Come evidenziato dall'Autorità nella delibera n. 221/23/CONS, *“un incremento considerevole e repentino dell'aliquota non sarebbe giustificato neppure alla luce delle percentuali applicate in altri mercati europei, in quanto a livello europeo i mercati dei servizi di rassegna stampa e media monitoring sono tra loro molto diversi, sia dal punto di vista della domanda sia da quello dell'offerta, nonché in termini di dimensione e valore. Il valore dei principali mercati europei del settore, infatti, si attesta su 150 milioni in Francia, 185 milioni nel Regno Unito e 195 milioni in Germania. Quello del mercato italiano, quindi, è di tre volte inferiore al mercato più prossimo in termini di valore. Tali mercati sono, inoltre, caratterizzati da differenze strutturali importanti rispetto a quello italiano, in quanto in molti di essi si riscontra la presenza di società di gestione collettiva, attive da un lungo periodo, che rappresentano diverse centinaia di editori, che, attraverso investimenti rilevanti, effettuano direttamente alcune attività di produzione finalizzate al servizio di rassegna stampa. In alcuni mercati, poi, i titolari dei diritti gestiscono altresì dei sistemi centralizzati per la produzione e l'erogazione di ritagli stampa che, oltre a semplificare le attività di produzione del servizio, giustificano un aumento del valore della licenza”*.
- Alla luce delle considerazioni su esposte e delle stime prudenziali descritte, si ritiene congruo incrementare l'aliquota dell'8%, introdotta da Promopress dal 2015, sino al 10%, da applicare al fatturato rilevante di Data Stampa in relazione all'insieme degli editori con cui la società ha accordi per la fornitura di servizi di rassegna stampa.
- Per ciò che riguarda il fatturato rilevante, che costituisce la base di calcolo cui applicare l'aliquota, la delibera n. 3/23/CONS precisa che il fatturato rilevante

dell'IMMRS è quello che deriva dalle attività comunque connesse a quelle di *media monitoring* e rassegne stampa, ovvero tutte le attività afferenti ai processi di lavorazione, riproduzione e diffusione al pubblico delle pubblicazioni di carattere giornalistico quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, rassegna stampa (selezione, indicizzazione, organizzazione, collazione, estrazione, trasmissione e messa a disposizione di pubblicazioni di carattere giornalistico), servizi di monitoraggio, *media analysis*, produzione, realizzazione e commercializzazione di ritagli stampa, banche dati, servizi telematici e informatici, *software* monitoraggio agenzie, fornitura di *software* e *hardware*, *delivery*. Ciò al fine di delimitare con esattezza il fatturato che realmente rileva ai fini della remunerazione dell'equo compenso, comprendendo tutte le attività connesse a quelle di *media monitoring* e rassegne stampa, ma evitando di includere voci di ricavo che nulla hanno a che vedere con l'utilizzo delle pubblicazioni di carattere giornalistico.

- Nel caso di specie il fatturato rilevante di Data Stampa, relativo quindi alle attività di rassegna stampa e a quelle comunque connesse ad esse, è quantificabile in **Omissis** euro. **Omissis**.
- Per quanto riguarda il monitoraggio *web*, occorre precisare che Data Stampa restituisce al cliente diverse tipologie di *output*: **Omissis**.
- Considerate le modalità con cui si svolge il servizio di monitoraggio *web* effettuato da Data Stampa, i ricavi ad esso afferenti non possono essere considerati *in toto* all'interno del fatturato rilevante, dovendo essere, difatti, limitati al solo servizio di segnalazione degli articoli *web* da fonti aperte, l'unico per il quale il cliente riceve una riproduzione dell'articolo qualificabile come riproduzione di carattere giornalistico oggetto di equo compenso. Al riguardo, in base alle informazioni fornite da Data Stampa, gli articoli *web* da fonte aperta rappresentano circa il **Omissis** della produzione *web* complessiva utilizzata dalla società. Pertanto, tale percentuale può ragionevolmente costituire un *driver* di imputazione al fatturato rilevante dei ricavi da servizi di monitoraggio *web*, i quali, dunque, possono essere considerati, ai fini della determinazione dell'equo compenso, in misura pari al **Omissis** del loro ammontare totale.
- Dal momento che i servizi infrastrutturali sono strumentali alla fornitura dei vari servizi offerti da Data Stampa, alcuni dei quali non rientrano nelle attività di rassegna stampa oggetto di equo compenso, per la determinazione del fatturato rilevante, è opportuno limitare la loro inclusione in misura proporzionale alla quota dei ricavi derivanti da servizi di rassegna stampa che hanno ad oggetto pubblicazioni di carattere giornalistico sul totale dei ricavi che Data Stampa ottiene dalla fornitura dei propri servizi (rassegne stampa, ritagli stampa, monitoraggio siti *web*, rilevazioni audiovisive, analisi *media*, monitoraggio *social*, altri servizi) ad esclusione di quelli che derivano dalla gestione dell'infrastruttura, come risultanti dall'ultimo bilancio di esercizio. In base ai dati del bilancio 2022, i ricavi da servizi di rassegna stampa che utilizzano pubblicazioni di carattere giornalistico (ovvero

attività di rassegna stampa, ritagli stampa, monitoraggio web limitatamente alla quota attribuibile) costituiscono circa il **Omissis** del totale dei ricavi da servizi non infrastrutturali; di conseguenza i ricavi da servizi infrastrutturali possono essere ragionevolmente inclusi nel fatturato rilevante in misura pari al **Omissis**.

- Ai fini della determinazione della base di calcolo di Data Stampa devono essere esclusi, oltre a una quota riferibile al monitoraggio *web* come sopra discusso: *i*) le rilevazioni audiovisive, in quanto queste fanno riferimento al monitoraggio di programmi di carattere informativo su emittenti radiotelevisive; *ii*) l'attività di analisi dei media, che include i ricavi da servizi di valutazione della *brand reputation*, svolta sulla base dell'analisi dei contenuti e di parole chiave di articoli già inviati in rassegna ai clienti e dunque già ricompresi nelle attività di rassegna stampa; *iv*) il monitoraggio *social* che include i ricavi da servizi di monitoraggio dei principali *social network* e che avviene in base ad accordi con la specifica piattaforma o mediante il monitoraggio di pagine pubbliche. Il monitoraggio *social* ha, dunque, ad oggetto i post circolanti sul *social network* sotto forma di immagini, testi o video. Questi da un lato possono consistere in collegamenti ipertestuali, singole parole o estratti molto brevi, esclusi dalla definizione di pubblicazione di carattere giornalistico. Dall'altro lato, possono altresì derivare da siti *web* o *blog* che forniscono informazioni nell'ambito di un'attività che non si svolge sotto l'iniziativa, la responsabilità editoriale e il controllo di un editore di notizie. Quando consistono comunque in pubblicazioni di carattere giornalistico, sono principalmente ripubblicazioni di articoli disponibili sulle versioni digitali delle testate editoriali e, in tal caso, già valorizzate all'interno della voce "ricavi da monitoraggio di siti *web*". In proposito, ad ogni modo, è utile ribadire che qualsiasi atto di riproduzione e comunicazione al pubblico effettuata dai social media è soggetto all'autorizzazione dei titolari dei diritti, rientrando nell'ambito di applicazione dell'articolo 17 della Direttiva (UE) 2019/790. Infine, devono essere esclusi i ricavi da altre prestazioni di servizi in cui confluiscono gli introiti derivanti dalla gestione degli abbonamenti richiesti dai clienti, la fornitura di *abstract* o di traduzioni dalla stampa estera.
- L'applicazione dell'aliquota del 10% al fatturato rilevante come sopra individuato consente di determinare l'ammontare complessivo dei ricavi di Data Stampa destinabili all'equo compenso nel 2022, quantificabile in **Omissis** euro.
- Per la determinazione dell'equo compenso dovuto a CED, l'Autorità deve tener conto dei criteri dettati dall'articolo 6 del Regolamento, considerati cumulativamente e con rilevanza decrescente.
- Il criterio del numero di articoli riprodotti nell'anno di riferimento all'interno della rassegna stampa, anche tramite collazione degli articoli o del servizio di *media monitoring*, è il primo da prendere in considerazione in base all'articolo 6 del Regolamento. Esso rappresenta un indicatore adeguato a misurare l'utilizzo delle pubblicazioni giornalistiche dell'editore e, pertanto, costituisce un elemento guida

nella definizione del compenso economico dovuto per il diritto alla riproduzione degli articoli di cui all'articolo 13 della legge sul diritto d'autore. Oltre ad essere specifico e rilevante rispetto all'obiettivo di tutela del diritto d'autore, è un indicatore misurabile e verificabile. Le verifiche possono essere condotte dall'Autorità all'interno delle procedure di determinazione dell'equo compenso, e comunque in base all'art. 7 della delibera n. 3/23/CONS, oltre ad essere previste negli accordi tra privati.

- In proposito, sebbene in Italia non esista fino ad oggi un sistema certificato, l'esperienza Promopress ha consentito di realizzare un meccanismo di raccolta di informazioni, condiviso dalla quasi totalità degli attori del mercato, finalizzato a rilevare le riproduzioni di articoli utilizzate dalle IMMRS. Nondimeno, l'individuazione di criteri condivisi per il calcolo del numero di riproduzioni di articoli e la realizzazione di un sistema di rilevazione unitario, ed eventualmente anche di certificazione, rappresenta un elemento fondamentale per lo sviluppo di rapporti equilibrati tra gli operatori attivi nel settore delle rassegne stampa e costituisce un obiettivo che tutti gli attori coinvolti dovrebbero impegnarsi a realizzare nell'immediato futuro. Nella fase attuale, il numero di riproduzioni può essere oggetto di apposito *auditing* concordato dalle parti in sede negoziale. Resta fermo che in applicazione della delibera n. 3/23/CONS il numero di articoli riprodotti all'interno della rassegna stampa, anche tramite collazione degli articoli o del servizio di *media monitoring*, nell'anno di riferimento deve essere conteggiato considerando, per ciascun editore le cui pubblicazioni sono utilizzate dalla IMMRS, ogni articolo, da fonte editoriale cartacea e digitale, che è fatto oggetto di riproduzione in ciascuna rassegna stampa di ciascun cliente della IMMRS.
- Altri sistemi di rilevazione delle tirature, della diffusione e della lettura dei quotidiani riconosciuti dal mercato, quali Accertamenti Diffusione Stampa S.r.l. (nel seguito ADS) e Audipress S.r.l., si focalizzano su un perimetro che coincide con il settore dell'editoria nel suo complesso e non con lo specifico ambito delle rassegne stampa, diverso per caratteristiche del servizio e della domanda. Questo, infatti, rappresenta un mercato a valle che si serve come *input* produttivo degli articoli messi a disposizione degli editori, i quali, in tale prospettiva operano, in un mercato a monte. In particolare, i servizi di rassegna stampa soddisfano i bisogni di monitoraggio quotidiano del panorama informativo espressi da una domanda costituita da istituzioni, società pubbliche, imprese private che hanno necessità di essere informati sul settore in cui operano e di avere una visione aggiornata e completa della loro reputazione sul mercato. L'offerta di tali servizi è assicurata dalle IMMRS che effettuano la raccolta, la selezione degli articoli, la lavorazione e la diffusione in base alle diverse esigenze dei clienti, con livelli di personalizzazione del servizio variabili.
- ADS e Audipress, inoltre, effettuano rilevazioni e misurazioni con obiettivi, metodologie e *output* differenti e non assimilabili tra loro. ADS rileva e certifica i dati relativi alla tiratura, diffusione e distribuzione della stampa quotidiana e

periodica pubblicata in Italia e, in tal modo, conferisce attendibilità a informazioni basilari per le negoziazioni sul mercato pubblicitario. Il sistema opera sulla base delle dichiarazioni dagli editori che intendono sottoporre le proprie testate alle verifiche della società; queste avvengono mediante un iter articolato che vede il coinvolgimento di società di revisione accreditate e di un'apposita Commissione che esamina i risultati e il rilascio di un certificato che autorizza all'utilizzo del marchio ADS. Audipress svolge indagini quantitative e qualitative su dati che riguardano la lettura dei giornali quotidiani e periodici e su ogni dato relativo alle caratteristiche di tale lettura e dei lettori stessi, con particolare riferimento alle caratteristiche sociodemografiche degli individui, utili a rappresentarli quali destinatari della comunicazione pubblicitaria. La metodologia applicata consiste nella realizzazione di *survey* su campioni statisticamente rappresentativi della popolazione italiana adulta residente nel territorio nazionale.

- La maggior parte *Omissis* delle riproduzioni di articoli utilizzate da Data Stampa proviene da fonte cartacea e solo una porzione minore è derivata da fonti *online*. Inoltre, tra le fonti di informazione *online* utilizzate dalla IMMRS non tutte sono editori di pubblicazioni di carattere giornalistico, potendo ricomprendere anche siti di informazione che non sono testate giornalistiche registrate, escluse dunque dall'ambito di applicazione del Regolamento. Da un punto di vista operativo, poi, più in generale il monitoraggio *web* effettuato dalle IMMRS non può che avvenire con sistemi automatici operanti su centinaia di siti web in base a parole chiave di interesse del cliente, rispetto ai quali non sembra esistere un meccanismo di rendicontazione sistematico. Allo stato attuale, peraltro, non si rinvencono criteri di calcolo consolidati neppure nelle prassi di mercato finora adottate, a differenza di quanto accade per le fonti editoriali cartacee per le quali l'esperienza maturata con il sistema Promopress ha contribuito a creare un sistema di raccolta di informazioni organizzate. I riscontri effettuati sulle informazioni relative al numero di riproduzioni di articoli da fonte online fornite da Data Stampa confermano le limitazioni metodologiche sopra evidenziate. Al riguardo, è da osservare che l'utilizzo di un dato così elaborato, per la determinazione del criterio del numero di riproduzioni previsto dal Regolamento, darebbe luogo a una sottostima della quota dell'editore controparte, poiché sarebbe calcolato su una platea di soggetti più ampia dell'ambito di applicazione del Regolamento, come sopra detto. Alla luce di tali considerazioni, in applicazione del criterio del numero di articoli riprodotti, di cui alla lettera a) dell'art. 6 del Regolamento, si ritiene di dover considerare il numero di riproduzioni di articoli provenienti da fonte editoriale cartacea.
- Secondo quanto dichiarato da Data Stampa, le riproduzioni di articoli da fonte cartacea sono calcolate sulla base di una metodologia che si è affinata nel tempo, a partire dalla adesione della IMMRS a Promopress, avvenuta nel 2021, quando è sorta la necessità di comunicare periodicamente dati sistematici sul numero di articoli oggetto di riproduzione. A seguito di tale adesione, delle esigenze conoscitive emerse per l'applicazione di altri contratti stipulati con editori non

aderenti a Promopress e, da ultimo, delle richieste di informazioni nel corso della presente procedura, la società ha implementato un sistema di rendicontazione più analitico. Di conseguenza, Data Stampa dichiara che possono esservi differenze tra i dati forniti in passato a CED e quelli attuali. In particolare, il calcolo del numero di riproduzioni di articoli delle testate inserite nel complesso delle rassegne realizzate da Data Stampa considera ogni articolo inserito in ciascuna rassegna stampa fornita a ciascun cliente **Omissis**.

- Sulla base delle informazioni fornite da Data Stampa, nel 2021 e nel 2022 il totale delle riproduzioni di articoli di testate cartacee si è attestato rispettivamente su circa **Omissis** registrando una diminuzione generale di circa **Omissis** da un anno all'altro. Le stime per il 2023 confermano peraltro tale decrescita. Se si considera in particolare il 2022, su un totale di **Omissis** riproduzioni di articoli **Omissis** sono riferibili alle testate CED. In base a tali informazioni, nell'anno 2022 la quota del numero di riproduzioni di afferenti alle testate negoziate da CED riprodotte e comunicate da Data Stampa ai propri clienti è pari al **Omissis** sul totale del numero di riproduzioni utilizzate dalla IMMRS per le proprie rassegne stampa.
- Tale quota rappresenta la percentuale da applicare alla porzione di fatturato rilevante destinata all'equo compenso precedentemente individuata e da cui scaturisce la parte da imputare a CED. Applicando, pertanto, l'aliquota del **Omissis**, l'importo base da corrispondere a CED da parte Data Stampa, è pari a **Omissis** euro.
- Ai fini della determinazione dell'equo compenso l'Autorità tiene conto anche degli altri criteri dettati dall'articolo 6 del Regolamento, considerati cumulativamente e con rilevanza decrescente.
- Il criterio del numero effettivo degli utenti finali contrattualizzati per iscritto è un indicatore sulla reale circolazione delle pubblicazioni giornalistiche all'interno dell'organizzazione del cliente dell'IMMRS e in tal senso è un elemento che contribuisce alla valorizzazione del diritto di riproduzione e comunicazione al pubblico delle pubblicazioni medesime. Infatti, come già espresso dall'Autorità, anche nella stessa delibera n. 3/23/CONS, in relazione al diritto di comunicazione al pubblico nell'ambito delle rassegne stampa, il servizio di rassegna stampa determina non solo un atto di comunicazione, in quanto in questa definizione si fa rientrare qualsiasi trasmissione di opere protette a prescindere dal mezzo utilizzato, ma è altresì un atto di comunicazione rivolto ad un pubblico, che, per quanto non appaia corrispondere ad un pubblico generalizzato trattandosi di una clientela ben determinata, pur tuttavia tale clientela può consistere in un numero indeterminato di destinatari potenziali, ovvero di persone che hanno accesso alla stessa opera simultaneamente e in successione. Tale ragionamento è conforme ai criteri elaborati dalla giurisprudenza della Corte di giustizia dell'Unione europea.
- In particolare, il Regolamento ha stabilito che gli utenti finali ai quali i clienti delle IMMRS intendono dare accesso al servizio di rassegna stampa devono essere contrattualizzati per iscritto, tenuto conto che la medesima clientela delle IMMRS

è vincolata dalle condizioni generali di contratto ad un uso strettamente personale e riservato delle rassegne stampa.

- Le prassi contrattuali in uso nel settore dei servizi di rassegna stampa risentono di una notevole frammentazione per ciò che riguarda la numerosità dell'utenza finale ai fini della determinazione del compenso economico dovuto dalle IMMRS agli editori. Il sistema riconosciuto valido dalla maggior parte dei soggetti operanti sul mercato, prima della novella alla Legge sul diritto d'autore da parte del d.lgs. n. 177/2021 e dell'approvazione del Regolamento, è quello del repertorio Promopress che prevede, di base, la consultazione delle rassegne stampa fino a 10 utenti e, a seguire, scaglioni successivi per gli eventuali ulteriori utilizzatori cui corrispondono importi diversi a seconda dello scaglione di appartenenza. A partire dall'approvazione del Regolamento, sembra emergere una progressiva tendenza a incorporare il parametro del numero di utenti nelle negoziazioni per la valorizzazione dei diritti e altresì un atteggiamento maggiormente collaborativo da parte della stessa clientela delle IMMRS. Relativamente a eventuali prassi del passato non consone, il rinnovo o l'affidamento del servizio di rassegna stampa potranno costituire occasioni per il superamento di eventuali anomalie. Il riconoscimento del parametro del numero di utenti finali, come elemento all'interno delle negoziazioni tra IMMRS ed editore e tra IMMRS e cliente, accompagnato da sistemi di rendicontazione a consuntivo, potrà consentire al mercato anche di superare progressivamente le attuali difficoltà di rilevazione e di gestione delle relative informazioni.
- Le utenze aggiuntive a quelle contrattualizzate per iscritto devono essere gestite con la collaborazione attiva delle IMMRS che devono impegnarsi a vincolare i clienti al rispetto dei limiti e dei divieti previsti nel contratto a tutela del diritto d'autore e connessi e a individuare meccanismi e procedure (es. clausole contrattuali, dichiarazioni sull'onore, procedure di *escalation*), condivisi con l'editore controparte, per favorire il più possibile una contrattualizzazione di tali utenze, per il tramite della IMMRS o diretta, tra i propri clienti e gli editori che vogliano concedere l'accesso ai propri contenuti a utenze aggiuntive.
- Nel rispetto del principio di libertà negoziale e del ruolo assegnato dalla legge sul diritto d'autore all'Autorità, la quantificazione del valore da attribuire alle utenze aggiuntive, che il cliente della IMMRS eventualmente dovesse richiedere, resta una prerogativa delle parti che concordano costi e condizioni di accesso. In particolare, un eventuale intervento dell'Autorità in tale ambito non sarebbe giustificato, poiché tale valorizzazione inciderebbe sulla stessa clientela della IMMRS, la quale non è parte della presente procedura, né opera in un mercato in cui vige un regime di prezzi regolamentati. Cionondimeno, le negoziazioni tra IMMRS e editori – nonché tra editori e clienti dei servizi di rassegna stampa – devono svolgersi nel rispetto del diritto d'autore e secondo principi di buona fede, trasparenza, ragionevolezza e proporzionalità. In particolare, pur nel rispetto della riservatezza, le informazioni relative al numero di accessi agli articoli dell'editore forniti dalla IMMRS ai propri

clienti e, più in dettaglio, il numero degli utenti finali del cliente devono essere disponibili all'editore, anche nell'ottica di agevolare la contrattazione e consentire la formulazione di un'offerta equa. D'altra parte, l'editore dovrebbe agevolare la negoziazione con i clienti finali stabilendo un costo per le utenze aggiuntive nel rispetto del principio di trasparenza, al fine di consentire ogni determinazione da parte della clientela delle IMMRS. Una negoziazione condotta secondo principi di correttezza, trasparenza, buona fede, infatti, non può prescindere dalla condivisione delle informazioni essenziali. Al riguardo, in applicazione della legge, il Regolamento all'art. 7 precisa che 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 a determinare la misura dell'equo compenso, tra cui rientra anche il numero effettivo di utenti finali contrattualizzati.

- Alla luce delle precedenti osservazioni, considerata la fase di assestamento che sta caratterizzando la contrattazione nel settore delle rassegne stampa in virtù anche dell'introduzione delle nuove norme, nonché il ruolo attribuito all'Autorità, il criterio del numero effettivo di utenti finali contrattualizzati per iscritto nella presente delibera prende a riferimento la prassi applicata da Promopress e attualmente adottata anche da altri editori non aderenti al repertorio, ovvero esso si considera pari a dieci accessi alla rassegna stampa oltre l'ufficio stampa. Pertanto, il corrispondente incremento applicabile ai fini della valorizzazione del presente criterio è pari a 0,20%, che costituisce la *baseline* di riferimento per la sua valorizzazione.
- Il criterio dei benefici derivanti dalla rilevanza dell'editore sul mercato di riferimento valutati in relazione agli interessi del contraente tiene conto della rilevanza dell'editore, che nel caso di servizi come quelli di rassegna stampa non può che essere apprezzata sulla base della rispondenza della produzione editoriale alle esigenze informative dei clienti dell'IMMRS, ovvero alla copertura delle tematiche di loro interesse. Per valutare tale criterio è utile considerare sia le caratteristiche della clientela di Data Stampa, sia la diffusione delle testate CED nell'area geografica all'interno della quale tale clientela opera o nella quale si concentrano i suoi interessi. Al riguardo, Data Stampa ha un portafoglio clienti **Omissis**. Nel complesso si rileva che quasi il **Omissis** dei clienti di Data Stampa è attivo sull'intero territorio nazionale ed è caratterizzato da una platea di soggetti, in maggioranza privati, eterogenea per ciò che riguarda il settore di attività.
- In considerazione delle caratteristiche della clientela di Data Stampa, la rilevanza delle pubblicazioni di carattere giornalistico di CED può essere valutata in relazione all'intero settore dell'editoria quotidiana e all'interno di un bacino che coincide con il territorio nazionale. Secondo i dati di diffusione ADS, nel 2022 CED rappresenta, in termini di copie vendute in edicola, il 9,4% del mercato italiano dell'editoria quotidiana, collocandosi così tra i primi 5 gruppi editoriali più diffusi in Italia, dove

i primi due soggetti raccolgono insieme circa la metà delle vendite in edicola. Secondo le rilevazioni Audipress, sempre nel 2022, la quota di CED è pari al 10,6% dei lettori di quotidiani nel giorno medio, con la testata Il Messaggero che si colloca tra le prime dieci. I dati di audience online relativi allo stesso anno rilevati da Audiweb registrano una quota di utenti unici nel giorno medio pari a 17,4% nell'ambito dell'editoria quotidiana, con la testata Il Messaggero che si colloca tra le prime cinque testate quotidiane per numero di utenti. Pertanto, considerato il bacino di utenza di Data Stampa e la relativa diffusione delle testate CED, che colloca l'editore nell'ambito della classe degli editori con rilevanza elevata, l'incremento attribuibile al criterio è pari a 0,18%.

- Il criterio del numero di giornalisti, inquadrati ai sensi dei contratti collettivi nazionali di categoria, impiegati dall'editore considera le risorse umane come elemento alla base della produzione delle pubblicazioni giornalistiche, che incide non solo sui costi dell'editore, ma anche sulla quantità, varietà e qualità degli articoli utilizzabili per il servizio di *media monitoring* e di rassegna stampa. In tal senso, esso ha un impatto anche sul valore del servizio di rassegna stampa, con conseguente beneficio per l'IMMRS. Ai fini della valorizzazione di tale criterio si considerano sia i giornalisti con rapporto di lavoro a tempo indeterminato, sia quelli con rapporto di lavoro *part-time* e a tempo determinato. Pertanto, il numero di giornalisti complessivo impiegato da CED nelle testate oggetto della presente delibera è pari a **Omissis** nel 2022. Sulla base dei dati relativi ai giornalisti impiegati dalle principali testate italiane, tale valore colloca CED all'interno della classe degli editori molto grandi (con numero di giornalisti >100), di conseguenza l'incremento applicabile è pari allo 0,10%.
- Con riferimento agli anni di attività dell'editore, le testate CED sono state per la maggior parte fondate nella seconda metà del 1800: Il Messaggero (1878), Il Mattino (1892), Il Gazzettino (1887), Corriere Adriatico (1869), Nuovo quotidiano di Puglia (2001) e Leggo (2000). In considerazione di ciò, trattandosi di testate storiche in ambito nazionale e locale, si ritiene di dover applicare un incremento dello 0,04%.

RITENUTO che nessuna delle proposte economiche formulate nell'ambito della presente procedura è conforme ai criteri di cui all'articolo 6 del Regolamento;

RITENUTO quindi di dover determinare con il presente provvedimento l'ammontare dell'equo compenso per l'utilizzo delle pubblicazioni di carattere giornalistico delle testate Il Messaggero, Il Gazzettino, Il Mattino, Corriere Adriatico, Nuovo Quotidiano di Puglia e Leggo da parte di Data Stampa S.r.l.;

TENUTO CONTO che, sulla base del fatturato rilevante di Data Stampa e dell'applicazione di un'aliquota del 10%, la quota parte da attribuire per l'equo compenso dovuto alle testate oggetto della presente Delibera è pari al **Omissis**, ottenuto in base al numero di riproduzioni afferenti alle suddette testate in relazione al complesso delle

riproduzioni utilizzate dalla IMMRS per le proprie rassegne stampa, nonché al peso attribuito agli ulteriori criteri dettati dall'articolo 6 del Regolamento;

UDITA la relazione del Commissario Antonello Giacomelli, relatore ai sensi dell'art. 31 del *Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità*;

### **DELIBERA**

l'ammontare dell'equo compenso per l'utilizzo delle pubblicazioni di carattere giornalistico delle testate Il Messaggero, Il Gazzettino, Il Mattino, Corriere Adriatico, Nuovo Quotidiano di Puglia e Leggo da parte di Data Stampa S.r.l. per l'anno 2023 è pari a ***Omissis*** euro.

Qualora le parti non addivengano alla stipula del contratto, ciascuna parte può adire la sezione del giudice ordinario specializzata in materia di impresa, competente ai sensi dell'articolo 3, comma 1, *lett. b*), del decreto legislativo 27 giugno 2003, n. 168, anche al fine di esperire l'azione di cui all'articolo 9 della legge 18 giugno 1998, n. 192.

Il presente provvedimento è comunicato alle parti e pubblicato sul sito *web* dell'Autorità.

Roma, 11 ottobre 2023

IL PRESIDENTE  
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE  
Antonello Giacomelli

IL SEGRETARIO GENERALE  
Giulietta Gamba