



25.xxx

**Messaggio
concernente la modifica della legge sul diritto d'autore
(Diritto di protezione affine per le imprese mediatiche)**

del ...

Onorevoli presidenti e consiglieri,

con il presente messaggio vi sottoponiamo, per approvazione, il disegno di modifica della legge federale sul diritto d'autore e sui diritti di protezione affini (legge sul diritto d'autore).

Gradite, onorevoli presidenti e consiglieri, l'espressione della nostra alta considerazione.

...

In nome del Consiglio federale svizzero:

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

Compendio

La comunicazione pubblica è determinante per la democrazia e la formazione dell'opinione pubblica e avviene sempre più su Internet. In questo contesto, i prestatori di servizi online utilizzano i contenuti giornalistici senza versare una contropartita e le imprese mediatiche devono sostenere da sole i costi per la produzione giornalistica. Il Consiglio federale riconosce il ruolo significativo dei servizi online per la libertà di informazione, ma ritiene che i prestatori di tali servizi debbano versare un compenso per l'utilizzo di contenuti giornalistici.

Situazione iniziale

Nel 2019 il Parlamento ha incaricato il Consiglio federale di verificare l'efficacia della revisione della legge sul diritto d'autore, concentrandosi in particolare sulla situazione degli editori e dei giornalisti. Nel 2021 il Consiglio federale ha pubblicato il relativo rapporto, in cui ha riconosciuto in linea di principio la legittimità di un compenso per le prestazioni dei media giornalistici e ha incaricato il Dipartimento federale di giustizia e polizia di elaborare un progetto da porre in consultazione.

Contenuto del progetto

I maggiori prestatori di servizi online, ovvero quelli con un numero medio annuo di utenti pari ad almeno il dieci per cento della popolazione svizzera, devono pagare un compenso se utilizzano anteprime di testi e immagini (i cosiddetti snippet e thumbnail) tratte da pubblicazioni giornalistiche. In questo modo vengono retribuite le prestazioni delle imprese mediatiche (diritto di protezione affine).

Hanno diritto a un compenso le imprese mediatiche (p. es. gli editori di giornali) con sede in Svizzera che lavorano rispettando le regole per la prassi giornalistica riconosciute nel settore.

Il compenso viene riscosso da una società di gestione collettiva, che poi lo distribuisce ai beneficiari (imprese mediatiche e giornalisti). Questi ultimi ricevono un'equa parte del prodotto della gestione. In base all'attuale prassi di ripartizione si può partire dal presupposto di una soluzione che preveda una divisione equilibrata, secondo cui, ad esempio, metà del prodotto della gestione spetta agli autori.

La gestione collettiva mediante una società di gestione è un elemento centrale del progetto e garantisce una serie di effetti positivi.

Esclude la possibilità che i grandi prestatori di servizi online stipulino accordi solo con alcune grandi imprese mediatiche e che le imprese mediatiche più piccole e regionali debbano accettare condizioni meno favorevoli o addirittura rimanere a mani vuote. Essa non solo costituisce una soluzione di settore a vantaggio di tutte le imprese mediatiche, ma è anche economica ed efficiente, perché i titolari dei diritti sono rappresentati da un unico interlocutore. Il sistema della gestione collettiva è già consolidato, per cui la nuova soluzione con l'obbligo di compenso può essere implementata ricorrendo alle strutture esistenti. L'impegno amministrativo aggiuntivo si limita alle trattative periodiche per determinare la tariffa del compenso e al pagamento di una fattura annuale.

Poiché la gestione collettiva si basa su tariffe applicabili per via giudiziaria, come base legale è sufficiente un diritto al compenso. Non è necessario prevedere un diritto di divieto, e quindi nemmeno un'eccezione al diritto di divieto, per poter usare singole parole o brevissimi estratti di una pubblicazione giornalistica. In questo modo si tiene maggiormente conto del fabbisogno di informazioni degli utenti. Se si opta per la concretizzazione sotto forma di diritto al compenso, l'uso degli snippet non può essere vietato.

Per la determinazione del compenso e la relativa ripartizione si è optato per un approccio inedito, rinunciando deliberatamente a criteri basati puramente sull'utilizzo. Le imprese mediatiche non devono più sostenere da sole gli elevati costi di produzione dei contenuti giornalistici. La ripartizione è determinata quindi basandosi su due criteri: da una parte le spese sostenute dalle imprese mediatiche, in particolare gli stipendi dei giornalisti, e, dall'altra, il contributo fornito per soddisfare il fabbisogno di informazioni attraverso rendiconti indipendenti e regolari sulla politica nazionale, regionale e comunale. Questa deliberata rottura con la ripartizione basata puramente sull'utilizzo impedisce che il compenso vada principalmente al giornalismo generato dall'intelligenza artificiale, invece che a quelle imprese mediatiche che pubblicano contenuti rilevanti per la democrazia e nell'interesse pubblico. Infine, il criterio di un'informazione indipendente e regolare sulla politica nazionale, regionale e comunale intende garantire che possano partecipare alla ripartizione anche le imprese mediatiche di piccole dimensioni, ma di cruciale importanza.

Indice

Compendio	2
1 Situazione iniziale	6
1.1 Necessità di agire e obiettivi	6
1.2 Alternative esaminate e opzione scelta	7
1.2.1 Necessità di regolamentazione e collocazione sistematica	7
1.2.2 Regolamentazione nell'ambito del diritto d'autore	9
1.3 Rapporto con il programma di legislatura e il piano finanziario, nonché con le strategie del Consiglio federale	10
2 Procedura preliminare, in particolare procedura di consultazione	10
2.1 Testo sottoposto a consultazione	10
2.2 Riassunto dei risultati della procedura di consultazione	10
2.3 Valutazione dei risultati della procedura di consultazione	11
2.4 Ulteriori richieste	13
3 Confronto con il diritto straniero, in particolare con il diritto europeo	14
3.1 Unione europea	14
3.2 Australia, Nuova Zelanda e Canada	15
3.3 Stati Uniti	16
4 Punti essenziali del progetto	17
4.1 La normativa proposta	17
4.2 Compatibilità tra compiti e finanze	20
4.3 Attuazione	21
5 Commento ai singoli articoli	21
6 Ripercussioni	32
6.1 Ripercussioni per la Confederazione	32
6.2 Ripercussioni per i Cantoni e i Comuni, per le città, gli agglomerati e le regioni di montagna	32
6.3 Ripercussioni per l'economia	33
6.4 Ripercussioni sulla società	35
6.5 Altre ripercussioni	35
7 Aspetti giuridici	35
7.1 Costituzionalità	35
7.2 Compatibilità con gli impegni internazionali della Svizzera	35
7.3 Subordinazione al freno alle spese	36
7.4 Protezione dei dati	36

Legge federale sul diritto d'autore e sui diritti di protezione affini
(Legge sul diritto d'autore, LDA) (*disegno*) **FF 2025 ...**

Messaggio

1 Situazione iniziale

1.1 Necessità di agire e obiettivi

In occasione della revisione della legge federale del 9 ottobre 1992¹ sul diritto d'autore e sui diritti di protezione affini (LDA) nel 2019, è stata richiesta una normativa che proteggesse i contenuti mediatici sul modello di quella dell'Unione europea (UE). All'epoca, il Parlamento vi aveva rinunciato perché non era chiaro se la regolamentazione dell'UE sarebbe stata efficace e come sarebbe stata attuata dagli Stati membri. Con il postulato 19.3421 «Revisione della legge sul diritto d'autore. Verifica dell'efficacia» della Commissione della scienza, dell'educazione e della cultura del Consiglio degli Stati (CSEC-S), il Parlamento ha incaricato il Consiglio federale di esaminare l'efficacia della revisione in un rapporto, tenendo conto degli sviluppi del diritto in materia a livello europeo e concentrandosi sulla situazione degli editori e dei giornalisti. Nel suo rapporto del 17 dicembre 2021², il Consiglio federale ha riconosciuto in linea di principio la legittimità di un compenso per le prestazioni delle imprese mediatiche e ha incaricato il Dipartimento federale di giustizia e polizia (DFGP) di elaborare un progetto da porre in consultazione.

L'analisi d'impatto della regolamentazione (AIR) non ha individuato un fallimento effettivo del mercato interessato che richiederebbe un intervento statale. Tuttavia, ha evidenziato che, nel quadro della concorrenza per gli introiti pubblicitari, la fetta che si accaparrano i prestatori di servizi online è così grande che rischia di mettere a repentaglio la sopravvivenza della piazza mediatica svizzera. Il Consiglio federale ritiene che un panorama mediatico svizzero funzionante sia essenziale per la democrazia svizzera e riconosce quindi la necessità di una regolamentazione. Secondo l'AIR si tratta di un mercato a due facce: da un lato si vuole raggiungere un ampio bacino d'utenza (snippet), dall'altro, si vuole monetizzare questo bacino (introiti pubblicitari). Per motivi di praticità, la regolamentazione svizzera si aggancia agli snippet, come nel caso di quella dell'UE, sebbene i rischi siano connessi alla monetizzazione e non al bacino d'utenza.

Su questa valutazione non influiscono nemmeno gli accordi che Google ha concluso con singole imprese mediatiche alla fine del 2024³. Essi non prevedono alcun compenso generale per l'utilizzo di snippet di pubblicazioni giornalistiche, bensì riguardano soltanto la messa a disposizione di singoli articoli delle imprese mediatiche mediante una nuova offerta di un singolo prestatore di servizi online (Google News Showcase). Dunque non giustificano la rinuncia a un diritto di protezione affine.

¹ RS 231.1

² Rapporto del Consiglio federale del 17 dic. 2021 «Revisione della legge sul diritto d'autore. Verifica dell'efficacia» in adempimento del postulato 19.3421 CSEC-S (disponibile in tedesco e francese) consultabile su: www.parlament.ch > 19.3421 > Bericht in Erfüllung des parlamentarischen Vorstosses (stato: 2.9.2024).

³ <https://blog.google/> > Product news > Google news > news-showcase-is-launching-in-switzerland (stato: 6.2.2025).

1.2 Alternative esaminate e opzione scelta

1.2.1 Necessità di regolamentazione e collocazione sistematica

Data l'interdipendenza delle parti interessate, sarebbe ipotizzabile una soluzione settoriale (buone pratiche). Le imprese mediatiche e i prestatori di servizi online sono infatti interdipendenti: senza i media giornalistici non vi sarebbero contenuti a cui rinviare, e senza servizi online sarebbe più difficile trovare le pubblicazioni giornalistiche⁴. Tuttavia, le esperienze maturate nell'ambito dell'UE dimostrano che i prestatori di servizi online non sentono l'esigenza di una soluzione settoriale.

L'UE ha quindi creato, nell'articolo 15 della direttiva (UE) 2019/790 (direttiva DSM)⁵, una protezione delle pubblicazioni di carattere giornalistico in caso di utilizzo online, intervenendo sul piano legislativo nell'ambito dei diritti connessi al diritto d'autore (v. anche cap. 3). L'ampia armonizzazione internazionale del diritto d'autore depone a favore della creazione di un diritto di protezione affine anche in Svizzera. L'obiettivo della regolamentazione è di indennizzare le imprese mediatiche per le loro prestazioni, ossia la produzione di pubblicazioni giornalistiche. La loro prestazione consiste nel fornire notizie locali, nazionali e internazionali e di osservare, analizzare e valutare gli eventi nella società nel suo complesso, riducendo la complessità delle informazioni e consentendo al pubblico di orientarsi tra esse⁶. Il diritto d'autore non punta principalmente a proteggere gli investimenti. La tutelabilità di un'opera è infatti generalmente indipendente dalle risorse finanziarie e di tempo investite dall'autore⁷. Ciononostante, già oggi anche gli investimenti che presentano un'affinità sistematica con il diritto d'autore sono tutelati nella LDA tramite i cosiddetti diritti di protezione affini. La vicinanza materiale tra la protezione di pubblicazioni giornalistiche e la protezione di contributi giornalistici in quanto opere induce a propendere per una regolamentazione nel quadro della LDA.

L'eventualità di un intervento legislativo nell'ambito del diritto sui cartelli (legge federale del 6 ott. 1995⁸ sui cartelli, LCart) o del diritto in materia di concorrenza sleale (legge federale del 19 dic. 1986⁹ contro la concorrenza sleale) è stata valutata e rigettata. La legislazione svizzera in materia di cartelli non prevede infatti disposizioni specifiche per determinati settori o rami, che risulterebbero peraltro in contraddizione con l'obiettivo della legge di garantire e promuovere una concorrenza efficace. Per

⁴ Rapporto del Consiglio federale del 17 dic. 2021 «Revisione della legge sul diritto d'autore. Verifica dell'efficacia» in adempimento del postulato 19.3421 CSEC-S (disponibile in tedesco e francese), pag. 27.

⁵ Direttiva (UE) 2019/790/ del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 apr. 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; GU L 130 del 17.5.2019, pag. 92.

⁶ Jarren, Otfried / Fischer, Renate (2021): «Die Plattformisierung von Öffentlichkeit und der Relevanzverlust des Journalismus als demokratische Herausforderung», in: Seeliger, Martin / Seignani, Sebastian (a. c. di): Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit?, Baden-Baden: Nomos, pagg. 365–382, pag. 367.

⁷ Reto M. Hilty, Urheberrecht, 2^a ed., Berna 2020, Stämpfli, pag. 59.

⁸ RS 251

⁹ RS 241

«concorrenza efficace» il legislatore intende un processo dinamico e multiforme, implicando quindi un'ampia rinuncia a una politica della concorrenza orientata a una struttura strumentale¹⁰. In questo senso, gli strumenti vigenti del diritto dei cartelli, e in particolare le disposizioni riguardanti gli accordi in materia di concorrenza e quelle relative all'abuso di una posizione dominante sul mercato (nonché, dal 1° gennaio 2022, di una posizione relativamente forte) bastano a contrastare eventuali turbative di una concorrenza efficace in tutti i rami e settori economici. Il diritto svizzero vigente in materia di concorrenza sleale non prevede una fattispecie la cui illiceità dipenda esclusivamente dal pagamento o dal mancato pagamento di una prestazione in un caso specifico. Inoltre, la protezione di determinati settori esula dal diritto in materia di concorrenza sleale. Introdurre nel diritto dei cartelli o in materia di concorrenza sleale un diritto di protezione affine dettagliato e su misura per un caso specifico sarebbe quindi difficilmente giustificabile sotto il profilo sistematico.

Contestualmente è stata anche discussa la proposta di rinunciare del tutto a una regolamentazione nel quadro del diritto d'autore, permettendo però alle imprese mediatiche, a determinate condizioni, di concludere accordi in materia di concorrenza. Tuttavia tale soluzione non appare efficace. In via eccezionale, il Consiglio federale può, se vi è un interesse pubblico preponderante, autorizzare accordi in materia di concorrenza (in realtà considerati illeciti dalla LCart), quando in primo luogo altri interessi prevalgono su quelli della concorrenza e in secondo luogo la limitazione della concorrenza è necessaria per la realizzazione di tali interessi pubblici (cfr. art. 8 LCart). Come si evince dalla stessa disposizione legale, una simile autorizzazione del Consiglio federale presuppone però una precedente procedura amministrativa davanti alla Commissione della concorrenza oppure una procedura civile dinanzi a un tribunale che ha accertato comportamenti illeciti delle parti (che poi presenteranno la richiesta di cui sopra al Consiglio federale) sotto il profilo del diritto dei cartelli. La successiva autorizzazione eccezionale del Consiglio federale deve essere inoltre limitata nel tempo (art. 8 in combinato disposto con l'art. 31 cpv. 3 LCart), in quanto il legislatore la considera meramente una misura transitoria finché non sarà stata trovata una soluzione legislativa al problema in questione. Una deroga inserita nel diritto in materia di cartelli sulla base dell'articolo 8 LCart non costituisce quindi un'alternativa a un intervento legislativo.

È stata pure scartata l'ipotesi di una regolamentazione nell'ambito del diritto dei media pubblici. Tra gli obiettivi della legislazione in questo settore figurano, ad esempio, la garanzia del servizio pubblico mediatico, della pluralità di opinione e dell'offerta mediatica, il rispetto di determinati standard minimi per quanto riguarda la programmazione nonché la tutela degli utenti, inclusa la protezione dei giovani. All'interno della legge federale del 24 marzo 2006¹¹ sulla radiotelevisione, che a oggi costituisce l'unica legge speciale sulla regolamentazione dei media, la protezione di imprese mediatiche e giornalisti, che costituisce l'aspetto prioritario del diritto di protezione affine, rappresenterebbe un elemento estraneo rispetto agli obiettivi della legge. L'emanazione di un'apposita legge a favore delle imprese mediatiche e dei giornalisti appare

¹⁰ FF 1995 I 389, 417–418

¹¹ RS 784.40

una misura sproporzionata. Inoltre non è certo che l'articolo 93 della Costituzione federale del 18 aprile 1999¹² (Cost.), che non istituisce alcuna competenza di regolamentazione nei confronti della stampa, costituisca una base sufficiente per introdurre un diritto di protezione affine tecnologicamente neutrale nel diritto dei media.

Dall'analisi delle possibili alternative emerge che la soluzione più opportuna consiste nell'ancorare la protezione delle pubblicazioni giornalistiche nella LDA.

1.2.2 Regolamentazione nell'ambito del diritto d'autore

Di regola i diritti d'autore sono diritti esclusivi, che forniscono ai loro titolari un controllo legalmente protetto su un oggetto specifico, che deve essere rispettato da tutti. Essi consentono lo sfruttamento commerciale delle opere e delle prestazioni. L'UE ha scelto questo approccio per la protezione delle imprese mediatriche.

Le esperienze maturate finora in Germania e in Francia, ma anche altrove, con il diritto di protezione affine suggeriscono, tuttavia, che un approccio incentrato sul diritto d'autore presenta degli svantaggi¹³. In caso di gestione individuale di un diritto esclusivo, gli aventi diritto devono concludere contratti con i prestatori di servizi online, i quali tuttavia, in ragione della libertà contrattuale, non possono essere costretti a stipulare contratti di questo genere. Non si può quindi prevedere con quante e quali imprese mediatriche i servizi online stipulerebbero dei contratti, né se le imprese mediatriche più piccole sarebbero in grado di gestire i diritti esclusivi nella maniera ipotizzata. Oltre alla libertà di conclusione, la libertà contrattuale include anche la libertà di determinare il contenuto dei contratti a piacimento all'interno dei limiti imposti dalla legge. Ciò comprende anche la possibilità di concedere licenze gratuite, che consentono l'uso di contenuti giornalistici senza alcun compenso. Questo è stato uno dei motivi per cui il diritto di protezione affine per gli editori introdotto nel 2013 in Germania non ha prodotto risultati. Dopo il rifiuto di un motore di ricerca e aggregatore di notizie di pagare licenze per l'utilizzazione di contenuti giornalistici, i media giornalistici hanno concesso licenze gratuite affinché i loro contenuti continuassero a figurare nell'elenco dei risultati. Anche sotto il profilo della libertà di contenuto dei contratti non vi è pertanto alcuna garanzia che un diritto esclusivo gestito individualmente garantisca un equo compenso. La possibilità di concedere licenze gratuite contrasterebbe con l'obiettivo di garantire un compenso efficace per le nuove forme di utilizzo digitale dei contenuti giornalistici.

Il Consiglio federale ha dunque optato per un diritto al compenso esercitato collettivamente dalle società di gestione. A tal fine si può ricorrere al già collaudato sistema della gestione collettiva da parte delle società di gestione.

Anche adottando tale approccio, non si può però né escludere né impedire che, a causa del diritto al compenso, i prestatori di servizi online sospendano certi servizi di informazione o rinuncino a visualizzare brevi anteprime di testo o di immagini (snippet o thumbnail) di pubblicazioni giornalistiche.

¹² RS 101

¹³ Rapporto del Consiglio federale del 17 dic. 2021 «Revisione della legge sul diritto d'autore. Verifica dell'efficacia» in adempimento del postulato 19.3421 CSEC-S (disponibile in tedesco e francese), pag. 27.

1.3 **Rapporto con il programma di legislatura e il piano finanziario, nonché con le strategie del Consiglio federale**

Il progetto non è annunciato né nel messaggio del 24 gennaio 2024¹⁴ sul programma di legislatura 2023–2027 né nel decreto federale del 6 giugno 2024¹⁵ sul programma di legislatura 2023–2027.

Poiché il progetto rappresenta per la Confederazione solo un onere irrilevante (v. cap. 6.1) non è contemplato nel piano finanziario.

2 **Procedura preliminare, in particolare procedura di consultazione**

2.1 **Testo sottoposto a consultazione**

L'avamprogetto di revisione della LDA prevede che in futuro i grandi prestatori di servizi online debbano versare un compenso alle imprese mediatiche per l'utilizzo di snippet. Saranno tenuti a versare un compenso i prestatori di servizi online che contano un numero annuo medio di utenti pari almeno al dieci per cento della popolazione svizzera. La gestione collettiva dei diritti sui contenuti mediatici sarà affidata a una società di gestione.

2.2 **Riassunto dei risultati della procedura di consultazione**

La procedura di consultazione è stata avviata il 24 maggio 2023 dopo l'esecuzione di un'AIR¹⁶ e si è conclusa il 15 settembre 2023. I Cantoni sono stati informati dell'avvio della procedura di consultazione e invitati a prendere posizione con lettera del 24 maggio 2023¹⁷. Il rapporto dell'Istituto Federale della Proprietà Intellettuale (IPI) sui risultati della procedura di consultazione è pubblicato sulla piattaforma di pubblicazione del diritto federale¹⁸ e sul sito dell'IPI¹⁹. A quest'ultimo sono pervenuti in totale 115 pareri, la maggior parte dei quali da parte di imprese mediatiche, associazioni di giornalisti e altri stakeholder dell'industria dei media (come sindacati, agenzie pubblicitarie e associazioni di editori). Dalla procedura di consultazione emerge che, per vari motivi, l'introduzione di un diritto di protezione affine per le imprese media-

¹⁴ FF 2024 525

¹⁵ FF 2024 1440

¹⁶ Swiss Economics SE AG (a c. di) (2022): Einführung eines rechtlichen Schutzes für journalistische Inhalte im Internet. Schlussbericht. Zurigo. Consultabile su: www.ipi.ch > Diritto e politica > Sviluppi nazionali > Diritto d'autore > Diritto di protezione per i media > Procedura di consultazione (stato: 2.9.2024).

¹⁷ Consultabile su: www.ipi.ch > Diritto e politica > Sviluppi nazionali > Diritto d'autore > Diritto di protezione per i media > Procedura di consultazione (stato: 2.9.2024).

¹⁸ Consultabile su: www.fedlex.admin.ch > Diritto federale > Procedure di consultazione > Procedure di consultazione concluse > 2023 > DFGP (stato: 2.9.2024).

¹⁹ Consultabile su: www.ipi.ch > Diritto e politica > Sviluppi nazionali > Diritto d'autore > Diritto di protezione per i media > Procedura di consultazione (stato: 2.9.2024).

tiche è controversa per quanto riguarda il principio. Ciononostante, l'attuazione concreta del progetto e la soluzione proposta sono state accolte in modo tendenzialmente positivo.

2.3 Valutazione dei risultati della procedura di consultazione

La maggioranza dei partecipanti alla consultazione accoglie con favore l'introduzione di un diritto di protezione affine per le imprese mediatiche. L'argomento principale a favore della regolamentazione è che i servizi online traggono profitto dal rendere accessibili parti di pubblicazioni giornalistiche prive di carattere originale a spese dei giornalisti e delle imprese mediatiche. Di conseguenza, si ritiene necessario un compenso sotto forma di un diritto di protezione affine introdotto nel diritto d'autore. Le imprese mediatiche e i prestatori di servizi online sono attori in un mercato a due facce: da un lato, le imprese mediatiche offrono ai consumatori pubblicazioni giornalistiche; dall'altro lato, vendono spazi pubblicitari digitali agli inserzionisti. Anche i prestatori di servizi online si rivolgono sia ai consumatori che agli inserzionisti. Al contrario delle imprese mediatiche, però, essi non offrono contenuti autoprodotti ai consumatori, bensì, tra le altre cose, snippet di pubblicazioni giornalistiche. Questa offerta aumenta la loro attrattiva sul mercato della pubblicità online, dove l'AIR ha individuato un potenziale fallimento del mercato, sebbene non a causa degli snippet. È più probabile che sia dovuto alla capacità tecnologica dei grandi gruppi Internet di mostrare pubblicità personalizzata per l'utente e alla loro posizione dominante sul mercato²⁰. Per raggiungere l'equilibrio auspicato con la regolamentazione, occorre prendere in considerazione gli effetti per entrambi i lati del mercato. Gli snippet, secondo diversi partecipanti alla consultazione, si presentano quindi come possibile punto di aggancio per la regolamentazione, anche se non è possibile individuare un fallimento del mercato per quanto riguarda gli snippet stessi. La maggioranza dei partecipanti alla consultazione ritiene adeguato l'approccio normativo dell'avamprogetto, ma sottolinea che un adeguamento della LDA non è sufficiente per risolvere i problemi strutturali dell'industria dei media.

Sebbene la necessità di integrare la LDA con un diritto di protezione affine per le imprese mediatiche sia tendenzialmente riconosciuta, essa viene valutata in modo critico per vari motivi. L'argomento centrale di un compenso viene contestato sulla base del fatto che le imprese mediatiche traggono vantaggio dall'ampiezza del bacino di utenza dei grandi servizi online mediante traffico monetizzabile sui loro siti. Sussiste un'interdipendenza tra le imprese mediatiche e i servizi online, per cui la realizzazione dei profitti di questi ultimi a scapito delle imprese mediatiche è stata messa fortemente in dubbio. Una posizione che, secondo i partecipanti che la sostengono, è avallata anche all'AIR. Si teme inoltre che, in risposta all'eventuale introduzione di un obbligo di compenso, i contenuti giornalistici possano essere eliminati dai risultati di ricerca e che il progetto abbia quindi un impatto negativo sulla libertà d'informazione. L'eventuale omissione delle pubblicazioni giornalistiche ovvero delle loro anteprime

²⁰ Swiss Economics SE AG (a c. di) (2022): Einführung eines rechtlichen Schutzes für journalistische Inhalte im Internet. Schlussbericht. Zurigo: pag. 39 segg. Consultabile su: www.ipi.ch > Diritto e politica > Sviluppi nazionali > Diritto d'autore > Diritto di protezione per i media > Procedura di consultazione (stato: 3.9.2024).

(snippet e thumbnail) dai risultati di ricerca metterebbe in discussione l'efficacia del diritto al compenso e avrebbe potenzialmente conseguenze nefaste sulla diffusione di informazioni rilevanti per la democrazia tra la popolazione. Infine, si critica anche il fatto che l'AIR non sia stata in grado di fornire informazioni precise sulle entrate previste e che non sia chiara l'idoneità della soluzione proposta. Si intende tenere conto di queste obiezioni con una clausola di revisione. Inoltre, è stato anche espresso il timore che la nuova regolamentazione possa incentivare il giornalismo sensazionalistico. Una risposta a questi timori è fornita in particolare mediante i criteri di ripartizione scelti, che volutamente non si basano sul bacino di utenza, bensì, da un lato, sulle spese sostenute dalle imprese mediatiche per la pubblicazione giornalistica e, dall'altro, sul contributo delle pubblicazioni giornalistiche al soddisfacimento del fabbisogno di informazioni mediante rendiconti indipendenti e regolari sulla politica nazionale, regionale e comunale (v. cap. 4). Ciò significa che il compenso è indipendente dal numero di clic e quindi non promuove il clickbaiting, che mira a generare più clic con contenuti sensazionalistici.

L'attuazione proposta nell'avamprogetto della LDA ha avuto un riscontro prevalentemente positivo. L'orientamento e la formulazione del progetto sono stati in linea di principio accettati. In particolare, sono stati accolti con favore l'introduzione di un diritto al compenso per le imprese mediatiche (anziché di un diritto di divieto come sancito dall'UE, v. cap. 3), fatto valere da una società di gestione collettiva, e il diritto a una partecipazione adeguata dei giornalisti. Dal punto di vista sistematico, è stata messa in dubbio la collocazione del diritto al compenso nel titolo terzo (Diritti di protezione affini) della LDA. Poiché le imprese mediatiche sono responsabili, tra l'altro, della redazione, della diffusione e della commercializzazione dei contributi giornalistici, si tratta di servizi forniti da persone e da imprese strettamente legati alla creazione di opere. Le imprese mediatiche procurano opere al pubblico e forniscono quindi prestazioni caratteristiche dei diritti di protezione affini (v. cap. 5, commento all'art. 1 cpv. 1 lett. b). Il diritto di protezione affine varrà solo per le imprese mediatiche con sede in Svizzera. L'avamprogetto della LDA conteneva una riserva di reciprocità, in base alla quale anche le imprese mediatiche straniere avevano diritto a un compenso se il Paese in cui avevano sede concedeva a sua volta alle imprese mediatiche svizzere un compenso finanziario per usi analoghi (reciprocità materiale). Questa disposizione non è stata appoggiata nella consultazione²¹ e pertanto non è stata mantenuta. Inoltre, una riserva di reciprocità non sarebbe nell'interesse pubblico di preservare il panorama mediatico svizzero.

L'integrazione nel progetto di un diritto al compenso per l'uso di contenuti giornalistici da parte di applicazioni di intelligenza artificiale (IA) non ha ottenuto l'appoggio della maggioranza al momento della consultazione. Pertanto, nel presente disegno di legge si è rinunciato a regolamentare gli aspetti pertinenti al diritto d'autore per quanto concerne l'IA. L'impiego dell'IA è oggetto della mozione Gössi «Proteggere meglio la proprietà intellettuale dagli abusi dell'IA», che il Consiglio federale ha raccomandato di accogliere. Con l'attuazione di questa mozione si intende creare le condizioni

²¹ Cfr. in merito il rapporto dell'IPI del 26 giu. 2024 sui risultati della procedura di consultazione, n. 3.2.4., consultabile su: www.ipi.ch > Diritto e politica > Sviluppi nazionali > Diritto d'autore > Diritto di protezione per i media > Procedura di consultazione (stato: 3.9.2024).

per poter tenere conto, durante i dibattiti parlamentari relativi al presente disegno, anche dell'uso dell'IA.

2.4 Ulteriori richieste

I partecipanti alla consultazione hanno espresso numerose altre richieste nei loro pareri²². In particolare, diversi interessati chiedono l'adozione di misure per la promozione dei media e la regolamentazione delle grandi imprese mediatiche e delle piattaforme. Inoltre, è stato chiesto di apportare modifiche alla tassazione dei grandi servizi online. Da un lato, queste richieste non sono legate al diritto d'autore e, dall'altro, sono controverse, per cui non sono state incluse nel progetto di revisione.

Non è stata accolta nemmeno la richiesta di introdurre un diritto al compenso per gli autori di opere giornalistiche, invece di un diritto di protezione affine per le imprese mediatiche.

Infine, nella consultazione è stato chiesto di riformulare la frase introduttiva dell'articolo 19 capoverso 3 LDA come segue: «Per informazione interna o documentazione secondo il capoverso 1 lettera c non sono ammesse:». Questa modifica esenterebbe tutti gli usi didattici dalle restrizioni di cui al capoverso 3. Depone a favore di tale adeguamento il fatto che le restrizioni di cui al capoverso 3 non si sono dimostrate efficaci nel contesto didattico e che l'attuale tariffa comune delle società di gestione per l'uso didattico (TC 7) copre usi che vanno oltre il quadro legale. Questa modifica terrebbe anche conto degli sviluppi tecnici e consentirebbe di gestire mediateche online per scopi didattici. In base alla LDA attualmente in vigore, è consentito solo il prestito di supporti fisici di dati e la messa a disposizione di estratti nell'intranet di una scuola. Al contempo, però, si teme che l'estensione richiesta abbia un effetto eccessivo. Potrebbe infatti interferire con lo sfruttamento delle opere in questione da parte di editori didattici e scientifici in un modo che sarebbe difficilmente compatibile con gli obblighi internazionali. Determinante per la decisione di non accogliere questa richiesta di modifica nel progetto è stato il fatto che l'adeguamento della restrizione in favore dell'uso a fini didattici non faceva parte dell'avamprogetto della LDA. I partecipanti alla consultazione non hanno quindi avuto modo di esprimersi in merito a questo aspetto. Recuperare questo elemento adesso significherebbe ritardare indebitamente l'affare, motivo per cui la richiesta non è stata inserita nel presente contesto.

²² Cfr. in merito il rapporto dell'IPI del 26 giu. 2024 sui risultati della procedura di consultazione, n. 3.4, consultabile su: www.ipi.ch > Diritto e politica > Sviluppi nazionali > Diritto d'autore > Diritti di protezione per i media (stato: 3.9.2024).

3 Confronto con il diritto straniero, in particolare con il diritto europeo

3.1 Unione europea

Con la protezione delle pubblicazioni di carattere giornalistico in caso di utilizzo online (art. 15 della direttiva DSM²³), nel 2019 l'UE ha introdotto un diritto esclusivo per gli editori di giornali, legiferando così nell'ambito dei diritti di protezione affini al diritto d'autore (nell'UE chiamati diritti connessi). Agli Stati membri era stato imposto il termine di attuazione del 7 giugno 2021 per adottare disposizioni che riconoscessero agli editori di giornali stabiliti in uno Stato membro i diritti per l'utilizzo online delle loro pubblicazioni a carattere giornalistico da parte di servizi online di cui all'articolo 2 (diritto di riproduzione) e all'articolo 3 paragrafo 2 (diritto di messa a disposizione del pubblico) della direttiva sull'armonizzazione del diritto d'autore²⁴. Sono esclusi dalla regolamentazione gli utilizzi privati o non commerciali di pubblicazioni di carattere giornalistico da parte di singoli utilizzatori, i collegamenti ipertestuali e la messa a disposizione di singole parole o di estratti molto brevi di pubblicazioni giornalistiche. La maggior parte dei Paesi membri non ha rispettato la scadenza per l'attuazione. L'ultimo Paese a implementare la direttiva DSM è stata la Bulgaria nel dicembre del 2023.

La direttiva DSM prevede che gli autori ricevano una quota adeguata dei proventi percepiti dagli editori per l'utilizzo online. La direttiva non contiene alcuna indicazione sull'ammontare della partecipazione, né indica se il diritto debba essere esercitato individualmente o collettivamente. Lo stesso vale per la lunghezza degli snippet esenti dall'obbligo di compenso.

Non sorprende quindi che le modalità di attuazione di questi punti differiscano da uno Stato membro all'altro. Per esempio, secondo il diritto tedesco²⁵, gli autori e i titolari di diritti su altri materiali protetti devono ottenere almeno un terzo degli introiti degli editori di pubblicazioni di carattere giornalistico. È possibile derogare a questa regola, statuendo a svantaggio degli aventi diritto alla partecipazione, soltanto in presenza di un accordo basato su una regolamentazione congiunta dei compensi o su una convenzione tariffale. La legge tedesca sul diritto d'autore prevede inoltre che il diritto al compenso possa essere fatto valere unicamente da una società di gestione (gestione collettiva obbligatoria). In Italia, la partecipazione degli autori rappresenta tra il due e il cinque per cento del compenso percepito dagli editori di giornali²⁶. La legge francese²⁷ non prevede una partecipazione minima degli autori.

²³ Direttiva (UE) 2019/790/ del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 apr.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; GU L 130 del 17.5.2019, pag. 92.

²⁴ Direttiva 2001/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 mag. 2001, sull'armonizzazione di taluni aspetti del diritto d'autore e dei diritti connessi nella società dell'informazione, GU L 167 del 22 giu. 2001, pag. 10.

²⁵ Gesetz vom 9. set. 1965 über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte, Boll. Uff. tedesco. I pag. 1273, modificata da ultimo dall'art. 25 della legge del 23 giu. 2021 (Boll. Uff. tedesco I pag. 1858).

²⁶ Legge del 22 apr. 1941 n. 633 Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio (041U0633), art. 43^{bis}.

²⁷ Code de la propriété intellectuelle du 1.7.1992, art. L218-4.

Il disegno di legge della Svizzera si ispira alla soluzione adottata dall'UE, ma presenta dei tratti originali. Come nell'UE, viene istituito un diritto di protezione affine con una validità di due anni: le imprese mediatiche (per la terminologia che si discosta dall'UE si vedano i commenti all'art. 1 cpv. 1 lett. b nel cap. 5) ricevono un compenso per la loro attività e i giornalisti ricevono una quota equa del prodotto della gestione corrispondente. Al contrario dell'UE, però, non è previsto un diritto di divieto, ma un diritto al compenso esclusivamente a carico dei servizi online che contano un numero annuo medio di utenti pari almeno al dieci per cento della popolazione svizzera²⁸. In base ai dati attuali, rientrerebbero in questa categoria piattaforme quali Google, LinkedIn, TikTok, X (ex Twitter), Xing e YouTube²⁹. Il Consiglio federale ritiene che tale differenza sia opportuna per varie ragioni. Nell'interesse della libertà d'informazione, un semplice diritto al compenso non vieta la messa a disposizione di snippet. Inoltre, la gestione collettiva del diritto al compenso da parte delle società di gestione autorizzate garantisce che beneficiano della normativa anche le imprese mediatiche più piccole orientate a livello regionale e i giornalisti. I prestatori di servizi online non hanno la possibilità di stipulare contratti solo con alcune imprese mediatiche di grandi dimensioni. Allo stesso tempo, per i prestatori questo ha il vantaggio che devono interagire solo con la società di gestione responsabile e non devono negoziare con numerose imprese mediatiche, riducendo così i loro costi di transazione. Il fatto che la protezione sia concepita come diritto al compenso impedisce per giunta che le imprese mediatiche concedano licenze gratuite per la messa a disposizione degli snippet, cosa che sarebbe contraria allo spirito e all'obiettivo della protezione. Inoltre, la limitazione ai servizi online con un numero molto elevato di utenti evita di creare barriere di accesso al mercato per nuovi servizi innovativi. Infine, la soluzione scelta di un diritto al compenso che prevede la riscossione e la successiva ripartizione da parte di una società di gestione assicura che la quota dei giornalisti sia effettivamente dedotta e ripartita.

3.2 Australia, Nuova Zelanda e Canada

Anche il *News media bargaining code (NMBC)*³⁰ australiano, approvato il 25 febbraio 2021 ed entrato in vigore il 2 marzo 2021, affronta la questione dell'adeguato compenso dei media giornalistici. In base alle dichiarazioni della Commissione australiana per la concorrenza e dei consumatori, il NMBC – e quindi ad esempio lo

²⁸ <https://de.statista.com> > Statistik > Internet > Demographie & Nutzung > Internetnutzung in der Schweiz > Anteil der Internetnutzer in der Schweiz bis 2023 (stato: 15.7.2024).

²⁹ Consultabile su: <https://gs.statcounter.com> > Search Market Share > Switzerland (stato: 15.7.2024); <https://de.statista.com> > Statistik > Internet > Demografie & Nutzung > Internetnutzung in der Schweiz > Anteil der Internetnutzer in der Schweiz bis 2023 (stato: 15.7.2024); <https://de.statista.com> > Statistik > Internet > Social Media > Social Media in der Schweiz > Nutzungshäufigkeit von Xing und LinkedIn in der Schweiz 2022 (stato: 15.7.2024); <https://de.statista.com> > Statistik > Internet > Social Media > Social Media in der Schweiz > Meistgenutzte Soziale Medien in der Schweiz 2023 (stato: 15.7.2024); <https://de.statista.com> > Statistik > Internet > Streaming > Video-Streaming in der Schweiz > Umfrage zur Nutzung von Video-Streaming-Plattformen in der Schweiz 2021 ubis 2023 (stato: 15.7.2024).

³⁰ The Parliament of the Commonwealth of Australia, House of Representatives, Treasury Laws Amendment (News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code) Bill 2021 No. 21. Consultabile su: www.legislation.gov.au/Details/C2021A00021 (stato: 16.7.2024).

svolgimento obbligatorio di una procedura di conciliazione in caso di mancata intesa tra le parti – non si applica a Facebook e Google fintantoché queste piattaforme stipulano accordi con un numero sufficiente di media giornalistici in Australia. Il NMBC funge dunque da norma suppletiva nel caso in cui i prestatori di servizi online non regolamentino i compensi per le prestazioni giornalistiche in sede privata. Il NMBC non prevede un obbligo di pagamento esplicito. I prestatori di servizi online devono invece negoziare con le imprese mediatiche, su loro richiesta, il compenso da corrispondere per i loro contributi. Se le parti non raggiungono un'intesa viene avviata una procedura di conciliazione. La normativa non contempla eccezioni ad esempio per la diffusione gratuita di singole parole o snippet e nemmeno un diritto di partecipazione per i giornalisti. In reazione a questo progetto legislativo, Facebook in un primo momento aveva rinunciato a diffondere notizie in Australia. In seguito sono state apportate modifiche al NMBC per garantire maggiore flessibilità ai prestatori di servizi online e alle imprese mediatiche. Google e Facebook avevano inizialmente concluso accordi con una serie di imprese mediatiche per la concessione di licenze per l'utilizzo di contenuti giornalistici. Tuttavia, secondo quanto riportato dai media, all'inizio del 2024, Facebook ha deciso di interrompere i pagamenti alle imprese mediatiche e di non concludere nuovi accordi. Il NMBC è servito da modello per normative simili, ad esempio in Nuova Zelanda e in Canada. L'*Online News Act*³¹ canadese è stato approvato nel giugno 2023 ed è entrato in vigore nel dicembre 2023. In risposta, Facebook ha sospeso l'offerta di notizie sulle sue piattaforme.

La soluzione australiana si basa sull'obbligo di avviare trattative contrattuali, mettendo editori più piccoli in una posizione più debole. Il NMBC non prevede inoltre una partecipazione dei giornalisti. Seguire l'approccio australiano non consentirebbe pertanto di raggiungere gli obiettivi prefissati dal Consiglio federale. Inoltre, esso provoca una forte reazione difensiva da parte dei prestatori di servizi online a causa degli elevati costi di transazione.

3.3 Stati Uniti

Alla fine di giugno del 2022, un rapporto dell'U.S. Copyright Office³² all'indirizzo della Commissione del diritto dei beni immateriali del Senato ha raccomandato di rinunciare a una protezione affine per gli editori di giornali. Tuttavia, se si legge più attentamente il rapporto, esso conferma la correttezza dell'approccio adottato con il presente disegno svizzero (ossia un diritto al compenso previsto dal diritto di protezione affine). L'U.S. Copyright Office nutre infatti riserve soltanto nei confronti di un diritto esclusivo nel quadro del diritto di protezione affine, come previsto dall'UE, e quindi lo rigetta poiché ritiene che possa funzionare soltanto se non si cerca di eluderlo accorciando gli snippet. Una soluzione giuridica di questo tipo sarebbe però problematica dal punto di vista della libertà d'informazione e dei principi fondamentali del diritto d'autore. L'U.S. Copyright Office reputa inoltre che le imprese mediatiche difficilmente si potrebbero sottrarre alla concessione di licenze gratuite, dal momento

³¹ Consultabile su: www.laws.justice.gc.ca > Consolidated Acts > S.C. 2023, c. 23 (stato: 19.7.2024).

³² The Register of Copyrights (2022): Copyright Protections for Press Publishers. Consultabile su: www.copyright.gov > Law & Policy > Policy Studies > Policy Reports: June 30, 2022 Study on Ancillary Copyright Protections for Publishers (stato: 19.7.2024).

che sono interessate alla reperibilità dei propri contenuti. Ciononostante, l'U.S. Copyright Office riconosce anche la necessità di agire e suggerisce quindi di cercare delle alternative. Una di queste alternative potrebbe essere il *Journalism Competition and Preservation Act* of 2023³³, presentato al Senato nel luglio 2023 e attualmente pendente. Tra le altre cose, esso prevede un quadro di riferimento per le negoziazioni collettive tra i prestatori di servizi giornalistici e determinate piattaforme. Queste considerazioni sono in linea con il presente disegno svizzero, la cui configurazione come mero diritto al compenso tiene conto della libertà d'informazione e della ponderazione degli interessi nell'ambito del diritto d'autore.

4 Punti essenziali del progetto

4.1 La normativa proposta

L'obiettivo della presente revisione consiste nel garantire che i grandi servizi online versino un compenso alle imprese mediatiche e ai giornalisti per l'utilizzo dei loro contenuti. A tal fine, il disegno prevede un diritto al compenso delle imprese mediatiche (diritto di protezione affine) quando dei grandi servizi online mettono a disposizione snippet delle pubblicazioni giornalistiche. Per quanto riguarda gli autori delle opere contenute nelle pubblicazioni giornalistiche, essi devono beneficiare in misura adeguata di questo compenso.

A differenza dei diritti esclusivi, l'introduzione di un diritto al compenso non crea un divieto. In questo modo, la messa a disposizione di parti non protette dal diritto d'autore di pubblicazioni giornalistiche, come ad esempio la visualizzazione di snippet nei risultati di ricerca, non può essere vietata, ma viene assoggettata all'obbligo di compenso. Ciò garantisce il funzionamento dei servizi online in questione ed è in linea con la libertà d'informazione. A differenza della regolamentazione dell'UE (v. cap. 3), sono assoggettati alla normativa svizzera anche brevi parti di testo di una pubblicazione giornalistica, purché siano però direttamente correlate alla pubblicazione in questione. Non si vuole infatti che né brevi parti di testo né singole parole siano soggette a compenso soltanto perché risultano utilizzate in una pubblicazione giornalistica. I collegamenti ipertestuali non rientrano, invece, nel campo di applicazione della normativa proposta. Questo si applica anche nei casi in cui i collegamenti ipertestuali rinviano a una pubblicazione giornalistica. Siccome non esistono limiti minimi per quanto riguarda la lunghezza degli snippet, viene meno anche l'incentivo per i servizi online ad accorciare gli snippet nei loro risultati di ricerca o nelle anteprime in modo che non rientrino nel campo d'applicazione del diritto al compenso. Questo approccio favorisce, da un lato, l'interesse del pubblico all'informazione perché il tenore informativo contenuto in brevi snippet è più debole e lo sforzo di ricerca potenzialmente maggiore. Dall'altro, permette di evitare discussioni sulla lunghezza degli snippet che fa scattare l'obbligo di compenso, come avvenuto in diversi Stati membri dell'UE.

³³ Consultabile su: www.congress.gov > Home > Legislation > 118th Congress > S. 1094 (stato: 22.7.2024).

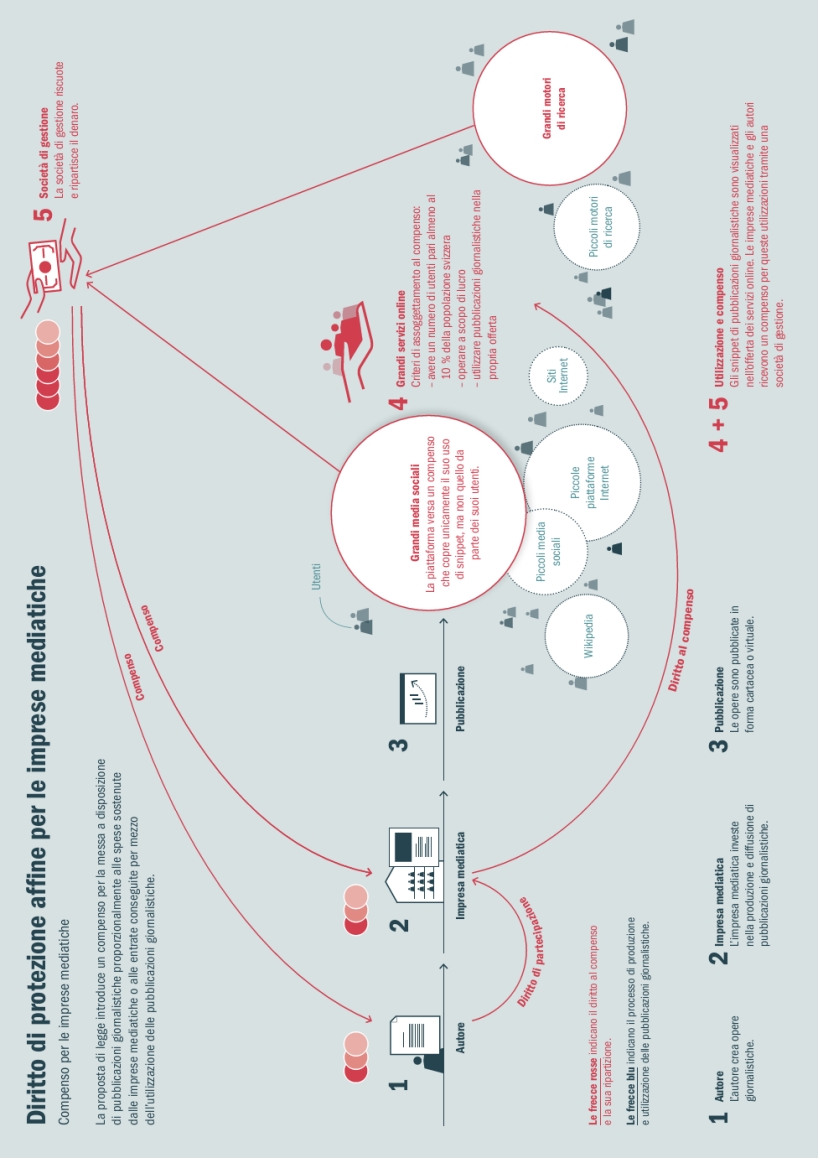
Sono tenuti a versare un compenso i grandi prestatori di servizi online che, a titolo professionale e a scopo di lucro, mettono a disposizione intere pubblicazioni giornalistiche o parti di esse. Si tratta essenzialmente di imprese che soddisfano cumulativamente i seguenti requisiti: utilizzano pubblicazioni giornalistiche a titolo professionale, operano a scopo di lucro e hanno determinate dimensioni. Utenti privati (tra cui blogger), organizzazioni che non operano a scopo di lucro come Wikipedia, istituzioni della memoria pubbliche e biblioteche saranno invece esentati, così come i servizi online più piccoli, in quanto si vuole impedire che la regolamentazione ostacoli l'innovazione o l'accesso al mercato.

Avranno diritto a un compenso le imprese mediatiche, gli editori di giornali o i portali di informazione, i cui contenuti giornalistici vengono messi a disposizione. La dimensione delle imprese riveste un ruolo poiché il Consiglio federale intende consentire anche alle imprese mediatiche più piccole di approfittare del diritto al compenso. Beneficiarie sono tutte le imprese mediatiche con sede in Svizzera. Quelle che vorranno far valere il loro diritto al compenso dovranno dichiarare altresì di lavorare secondo le regole riconosciute per la prassi giornalistica (p. es. il codice deontologico del Consiglio svizzero della stampa). Tale requisito, sostenuto dal settore dei media, intende garantire standard minimi di qualità delle pubblicazioni giornalistiche.

In veste di autori delle opere contenute nelle pubblicazioni giornalistiche, i giornalisti hanno diritto a una congrua parte del compenso che viene versato alle imprese mediatiche per l'utilizzo delle suddette pubblicazioni. Tali opere includono, oltre agli articoli, anche le fotografie di stampa, i grafici e le sequenze audiovisive inserite nelle pubblicazioni in questione. Gli autori di simili contributi dovranno ricevere una parte adeguata del compenso, anche quando vengono messe a disposizione su Internet parti delle loro opere sprovviste di carattere originale (anteprime di testo, di audio o di immagini oppure porzioni di immagini sotto forma di snippet e thumbnail). Il diritto di partecipazione è indipendente da diritti esclusivi e accordi contrattuali; è intrasmissibile e irrinunciabile. L'obiettivo è di evitare che i beneficiari vi rinuncino, ad esempio con clausole contenute nel contratto di lavoro.

Mentre la LDA per determinare l'importo del compenso si basa generalmente sulle entrate conseguite per mezzo dell'utilizzazione dell'opera, il presente diritto al compenso permette di considerare le spese sostenute dalle imprese mediatiche oppure le entrate conseguite dai servizi online. Ai fini della libertà d'informazione, che verrebbe notevolmente ostacolata da una limitazione dei risultati di ricerca, il diritto al compenso è inoltre articolato in modo da minimizzare gli incentivi per i grandi servizi online a escludere determinate pubblicazioni giornalistiche (v. cap. 3).

Figura



Il diritto al compenso deve infine essere obbligatoriamente esercitato collettivamente soltanto da società di gestione autorizzate. Questo sistema offre numerosi vantaggi: i grandi prestatori di servizi online si devono così interfacciare con un unico partner contrattuale, il che consente di evitare complesse trattative individuali con un gran numero di titolari di diritti. Inoltre, si previene il rischio che i grandi servizi online in questione stipulino licenze (gratuite) solo con alcune imprese mediatiche selezionate, ignorandone altre magari di piccole dimensioni. Ciò permette anche di scongiurare complessi contenziosi in materia di diritto dei cartelli sull'ammissibilità di accordi contrattuali selettivi (come è accaduto ad es. in Francia)³⁴. L'importo dei compensi viene inoltre stabilito sulla base di tariffe elaborate dalle società di gestione. Queste ultime devono intavolare negoziati al riguardo con le associazioni che rappresentano gli utenti. Le tariffe concordate dovranno essere approvate dalla Commissione arbitrale federale per la gestione dei diritti d'autore e dei diritti affini (CAF). Quest'ultima ha la facoltà di verificare l'adequatezza di una tariffa delle società di gestione e di convalidarla anche nel caso in cui le parti non siano state in grado di raggiungere un accordo consensuale.

La ripartizione tra le imprese mediatiche del compenso riscosso non si basa sul bacino d'utenza o sull'utile generato dall'utilizzo delle singole opere – come, invece, avviene solitamente per gli altri diritti al compenso – ma, da una parte, sulle spese sostenute dalle imprese mediatiche per la pubblicazione giornalistica e, dall'altra, sul contributo della pubblicazione giornalistica al soddisfacimento del fabbisogno di informazioni sotto forma di rendiconti indipendenti e regolari sulla politica nazionale, regionale e comunale (cfr. art. 49a). In riferimento alle spese sostenute dalle imprese mediatiche, assumono particolare rilevanza le retribuzioni corrisposte dalle imprese mediatiche ai giornalisti o agli autori. I criteri di ripartizione sono stabiliti nel regolamento di ripartizione delle società di gestione competenti, il quale va approvato dall'IPI.

4.2 Compatibilità tra compiti e finanze

Il disegno non implica una modifica dei compiti della Confederazione. La riscossione e la ripartizione del compenso proposto compete alle società di gestione esistenti. Le spese supplementari sostenute dalle società di gestione sono interamente a carico delle imprese mediatiche, in quanto gli oneri amministrativi sono finanziati dall'ammontare del compenso e dedotti prima della ripartizione.

Per esercitare la loro attività, le società di gestione necessitano di un'autorizzazione dell'IPI che, in qualità di autorità competente in materia di diritto della proprietà intellettuale, si occupa della sorveglianza sulle società di gestione (insieme alla CAF). La nuova regolamentazione dovrebbe comportare un aumento minimo degli oneri per l'IPI e la CAF. Eventuali costi aggiuntivi per l'attività di sorveglianza da parte dell'IPI

³⁴ Cfr. Cour d'appel de Paris, Pôle 5 – Chambre 7, Arrêt du 08 octobre 2020 (n°21, 38 pages), 20/08071 – N°Portalis 35L7-V-B7E-CB5Z5. Consultabile in francese su: www.cours-appel.justice.fr/sites/default/files/2022-05/20-08071%20GOOGLE%20contre%20ADLC%20%28Mesures%20conservatoires%29.pdf (stato: 19.9.2024).

sono a carico dell'Istituto stesso, dato che esso si finanzia indipendentemente dal bilancio federale. Spetta alla CAF convalidare le nuove tariffe dell'indennizzo destinato alle imprese mediatiche e addebitare i relativi costi alle società di gestione. Confederazione e Cantoni non devono farsi carico di ulteriori oneri.

4.3 Attuazione

Il compenso per la messa a disposizione di pubblicazioni giornalistiche viene riscosso da una società di gestione autorizzata sulla base di una tariffa. La tariffa viene concordata tra le società di gestione e le associazioni che rappresentano gli utenti e poi avallata dalla CAF. Siccome le tariffe sono vincolanti, è esclusa la concessione di licenze gratuite. Al tempo stesso, le società di gestione sono aperte a tutti i titolari dei diritti. In questo modo, da un lato, si garantisce il versamento di un compenso e, dall'altro, il fatto che anche le piccole imprese mediatiche possano beneficiarne. I diritti di protezione affini vengono generalmente fatti valere da Swissperform. Tuttavia, siccome la maggior parte delle imprese mediatiche e dei giornalisti è affiliata a ProLitteris, potrebbe essere più opportuno demandare l'esercizio del diritto al compenso a quest'ultima.

La società di gestione competente può separare direttamente dagli introiti la parte che spetta ai giornalisti e farla pervenire loro. La gestione collettiva assicura il diritto al compenso per i giornalisti.

La ripartizione è determinata in particolare in base agli stipendi dei giornalisti e al contributo fornito per soddisfare il fabbisogno di informazioni attraverso rendiconti indipendenti e regolari sulla politica nazionale, regionale e comunale. In questo modo vengono favoriti i contenuti rilevanti per la democrazia, la pluralità mediatica e il lavoro giornalistico rispetto ai contributi che generano solo clic da parte del bacino d'utenza, al giornalismo sensazionalistico e ai contenuti generati dall'IA (v. commento dell'art. 49a nel cap. 5).

5 Commento ai singoli articoli

Art. 1 cpv. 1 lett. b

Con la creazione di un diritto al compenso per le imprese mediatiche (art. 37a), l'oggetto disciplinato è ampliato. L'*articolo 1 capoverso 1* è integrato con una nuova categoria di aventi diritto alla protezione. Pertanto nella *lettera b* sono ora espressamente menzionate anche le imprese che producono pubblicazioni giornalistiche (imprese mediatiche). La protezione degli autori di opere letterarie o artistiche è già ancorata nell'articolo 1 capoverso 1 lettera a, per cui i giornalisti che secondo l'articolo 37b hanno diritto a una parte del prodotto della gestione sono già coperti dal diritto vigente.

Il termine «impresa mediatica» include i prestatori di servizi che si occupano, tra l'altro, della redazione, della distribuzione e della commercializzazione dei contributi giornalistici. Si tratta di prestazioni fornite da persone o imprese con un forte nesso

con la creazione di opere. Le imprese mediatiche offrono opere al pubblico, fornendo così prestazioni caratteristiche dei diritti di protezione affini. Con la nozione di «imprese mediatiche» (*Medienunternehmen, entreprises de médias*) si intende introdurre nella LDA una designazione comprensibile, moderna e adeguata alla situazione plurilingue della Svizzera, a differenza del termine «produttori di supporti audio o audiovisivi», che figura già nella legge. In linea di massima gli atti normativi vanno redatti attenendosi all'uso comune e corrente della lingua e va per quanto possibile evitato l'uso di termini che richiedono una definizione. Contrariamente al contesto europeo, nel nostro Paese il termine «giornale» è meno affermato per definire il panorama mediatico giornalistico nel suo complesso. Riprendere la nozione di «editori di giornali» dalla direttiva DSM (p. es. art. 15 paragrafo 1 DSM) comporta il rischio di limitare l'attenzione ai media stampati tradizionali e di mettere in secondo piano i media online. La restrizione alle imprese che producono pubblicazioni giornalistiche intende concentrarsi sulle strutture permanenti e in grado di offrire regolarmente servizi pubblicistici. Le imprese mediatiche possono avere diverse forme giuridiche, anche se spesso sono le società di capitali (SA o Sagl) a essere scelte come inquadramento per le attività imprenditoriali dei media. Altre persone giuridiche, quali ad esempio associazioni, fondazioni, società cooperative o imprese individuali vengono parimenti prese in considerazione.

Una pubblicazione giornalistica viene definita come una collezione di contenuti giornalistici in genere finalizzata a informare il pubblico su notizie (d'attualità) o su altri argomenti. Esempi principe sono i siti Internet dedicati all'attualità ad esempio quelli dei quotidiani, delle riviste o delle emittenti radiotelevisive. Il termine non include, invece, i periodici editi a fini scientifici o accademici. Le notifiche di agenzie si annoverano anch'esse nelle pubblicazioni giornalistiche. Queste ultime riportano perlopiù contenuti testuali, ma anche altri oggetti protetti quali fotografie o video. Con la digitalizzazione dei media i componenti tecnici e contenutistici si mescolano e singoli elementi come testi, foto, audio, video o grafici vengono combinati in forme multimediali. Questo è il motivo per cui la nozione di «pubblicazione giornalistica» non deve includere solamente i contributi testuali. I filmati che servono a soddisfare il fabbisogno di informazioni non rientrano nel campo d'applicazione dell'articolo 13a LDA (art. 13a cpv. 2 lett. b. n. 1 LDA: «un'altra opera giornalistica creata nel corso del rapporto di lavoro o su commissione») e non vengono quindi remunerati mediante la tariffa comune 14 (*Video on demand*). In questo ambito, l'introduzione di un diritto di protezione affine per le imprese mediatiche non comporta quindi alcun rischio di compenso multiplo. Il diritto d'autore protegge i contenuti nella loro forma e non i contenuti in sé. I fatti su cui si basano le pubblicazioni giornalistiche non rientrano nel campo di applicazione del disegno di legge. Le restrizioni del diritto d'autore (art. 19–28 segg. LDA) valgono anche per l'utilizzazione delle pubblicazioni giornalistiche per cui l'uso privato (art. 19 cpv. 1 lett. a LDA) non viene pregiudicato.

Art. 25 cpv. 2

I testi italiano e francese sono stati adeguati al testo tedesco. Si tratta di una modifica di natura redazionale.

Art. 28 cpv. 2

L'attuale restrizione del diritto d'autore per i rendiconti sugli avvenimenti d'attualità (art. 28 cpv. 2 LDA) viene precisata in modo che venga fatto salvo l'articolo 37a. Questa precisazione permette di evitare che l'articolo 37a diventi lettera morta, dal momento che, quando rendono accessibili le pubblicazioni giornalistiche, i prestatori di servizi online possono invocare l'*articolo 28 capoverso 2 LDA*. Le utilizzazioni nel quadro di questa disposizione sono finora state esenti da compenso per chiunque. L'unica conseguenza di questa riserva è che le utilizzazioni nel quadro della restrizione di cui all'articolo 28 capoverso 2 LDA saranno d'ora in poi soggette a compenso per i grandi prestatori di servizi online. Per tutti gli altri utenti che vogliono avvalersi della restrizione del diritto d'autore per i rendiconti sugli avvenimenti d'attualità non cambia nulla.

Si coglie l'occasione della presente revisione per adeguare i testi italiano e francese al testo tedesco. Si tratta di una modifica di natura redazionale.

Art. 35 cpv. 2

Il testo tedesco e quello italiano vengono uniformati alla versione francese: dalla formulazione del capoverso 2 emerge ora più chiaramente che si tratta di una norma che statuisce un diritto. Inoltre, con l'espressione «ha diritto» il tenore viene uniformato a quello del capoverso 1.

Art. 37a Messa a disposizione di pubblicazioni giornalistiche: diritto a compenso delle imprese mediatiche

Con la loro attività redazionale, le imprese mediatiche forniscono prestazioni importanti per la successiva diffusione delle informazioni da loro elaborate. Si vuole pertanto impedire che tali prestazioni, le quali comportano un notevole dispendio di risorse, possano essere sfruttate da prestatori di servizi online senza un'adeguata contropartita. Per questo motivo, l'*articolo 37a LDA* istituisce un diritto al compenso per le imprese mediatiche quando i prestatori di servizi online mettono a disposizione parti di pubblicazioni giornalistiche.

I prestatori di servizi online agiscono, tra l'altro, da intermediari di notizie d'attualità. Essi ampliano le possibilità di comunicazione pubblica e formazione dell'opinione, ad esempio rendendo reperibili informazioni in Internet mediante motori di ricerca. Una caratteristica comune di questi prestatori di servizi online è che non producono contenuti giornalistici propri, perlomeno non su base regolare. Facilitano la ricerca di informazioni, permettono a persone e organizzazioni di rivolgersi con i propri contenuti a un pubblico potenzialmente vasto e semplificano la comunicazione pubblica tra privati e organizzazioni³⁵.

A differenza di un diritto esclusivo come quello previsto dall'UE (diritto di divieto), il diritto al compenso della soluzione scelta non autorizza i titolari di diritti a vietare

³⁵ Cfr. rapporto dell'Ufficio federale delle comunicazioni del 17 nov. 2021 «Intermediari e piattaforme di comunicazione. Effetti sulla comunicazione pubblica e approcci di governance», pag. 2, consultabile su: www.bakom.admin.ch > Digitalizzazione e Internet > Comunicazione digitale > Intermediari e piattaforme di comunicazione (stato: 4.9.2024).

l'utilizzo dei contributi giornalistici, il che costituisce un aspetto sostanziale nell'ottica della libertà d'informazione. Un'impresa mediatica non potrà ad esempio impedire al gestore di un motore di ricerca di inserire estratti di articoli di giornale nei risultati di ricerca, se essi sono sprovvisti di carattere originale e dunque restano sotto la soglia di protezione del diritto d'autore. Un diritto al compenso consente per giunta di escludere la negoziazione di contratti di licenza individuali per l'utilizzazione di pubblicazioni giornalistiche e permette di evitare che, in determinate circostanze, soltanto le grandi imprese mediatiche riescano a concludere contratti di licenza con i prestatori di servizi online o concedano licenze gratuite. Grazie a questa modifica, anche le piccole imprese mediatiche riceveranno un compenso se i loro contenuti saranno utilizzati.

Capoverso 1

In base alla *lettera a*, solo le imprese mediatiche con sede in Svizzera hanno diritto al compenso. Trattare le imprese mediatiche nazionali ed estere allo stesso modo creerebbe un forte squilibrio a danno delle imprese mediatiche con sede in Svizzera: le imprese mediatiche estere beneficerebbero della protezione nel nostro Paese, mentre quelle svizzere non godrebbero di tutele simili all'estero. Anche la protezione delle pubblicazioni giornalistiche accordata dall'UE è limitata territorialmente e si applica unicamente a editori di giornali con sede in uno dei Paesi dell'UE.

Le imprese mediatiche assumono l'iniziativa e la responsabilità redazionale per le pubblicazioni giornalistiche, contribuendo così in misura determinante alla disponibilità di informazioni affidabili. In considerazione di ciò, la *lettera b* prevede che le imprese mediatiche dichiarino di lavorare secondo le regole per la prassi giornalistica riconosciute dal settore (p. es. codice deontologico del Consiglio svizzero della stampa) per aver diritto al compenso. I destinatari di questa disposizione sono principalmente i giornalisti. Tuttavia, ne derivano anche doveri per le imprese mediatiche per quanto riguarda il loro lavoro redazionale, che è subordinato al codice deontologico³⁶. La dichiarazione in questione, il cui scopo è il rispetto degli standard settoriali riconosciuti per le pubblicazioni giornalistiche, deve essere rilasciata di fronte alla società di gestione incaricata della riscossione e della ripartizione del compenso. Spetterà alle parti interessate (ossia imprese mediatiche, prestatori di servizi online e società di gestione) stabilire il contenuto esatto della dichiarazione, tenendo conto della situazione delle imprese mediatiche più piccole e delle redazioni di dimensioni più modeste. In particolare i media locali e regionali dipendono spesso dai contributi redatti da giornalisti non professionisti per poter mettere a disposizione del pubblico informazioni attuali e pertinenti sotto forma di notizie d'attualità locali.

Benché la nozione di «impresa mediatica» non vada intesa in senso ristretto, una piattaforma come Wikipedia, ad esempio, non rientra nella cerchia dei beneficiari. Se è vero che alcune offerte online possono costituire pubblicazioni giornalistiche, Wiki-

³⁶ Cfr. codice deontologico del Consiglio svizzero della stampa, Note protocollari concernenti la «Dichiarazione dei doveri e dei diritti dei giornalisti», n. 11. Consultabile su: www.presserat.ch > Codice deontologico > Dichiarazione (stato: 19.9.2024).

pedia non produce pubblicazioni giornalistiche ai sensi della LDA. Wikipedia si autodefinisce, infatti, un'enciclopedia e non un portale d'attualità³⁷. Il progetto affine Wikinotizie produce invece pubblicazioni giornalistiche, ma non lavora «rispettando le regole per la prassi giornalistica riconosciute nel settore». Secondo il colophon della versione tedesca di Wikinotizie, ogni utente è interamente responsabile per i contributi che pubblica e chiunque può modificare praticamente ogni contenuto³⁸.

Capoverso 2

Il *capoverso 2* prevede che siano tenuti a versare un compenso unicamente i prestatori di servizi online che operano a scopo di lucro. L'idea è quella di evitare di imporre oneri finanziari ai prestatori di servizi online senza scopo di lucro, che di norma necessitano di un sostegno finanziario e non fanno concorrenza alle imprese mediatrici sul mercato pubblicitario. Sono quindi escluse dal compenso Wikipedia o le istituzioni della memoria pubbliche (p. es. archivi, biblioteche o musei). Inoltre, i servizi online devono vantare un determinato bacino d'utenza, in modo da evitare che l'obbligo del compenso crei barriere di accesso al mercato nei confronti di nuovi prestatori di servizi online ed eventuali ostacoli all'innovazione. L'obbligo in questione vale quindi solo per i prestatori di servizi online che contano un numero di utenti medio annuo pari almeno al dieci per cento della popolazione svizzera; il numero delle utilizzazioni effettuate (p. es. numero di richieste di ricerca) non è invece rilevante. Tale percentuale riprende la proposta della Commissione europea relativa a una legge sui servizi digitali³⁹, che impone obblighi specifici (p. es. obbligo di trasparenza, d'informazione e di rendicontazione) ai prestatori di servizi digitali che vantano un determinato raggio d'azione (concretamente 45 mio. di utenti al mese). In caso di modifiche, tale soglia andrà adeguata affinché corrisponda sempre al dieci per cento della popolazione dell'UE⁴⁰. Per ragioni pratiche, si rinuncia qui a indicare un numero concreto di persone adeguato alla realtà svizzera, preferendo invece basarsi direttamente sulla soglia del dieci per cento della popolazione svizzera.

Secondo il *capoverso 2*, sono assoggettati alla regolamentazione solo i prestatori di servizi online che mettono a disposizione i loro contenuti a titolo professionale. Di conseguenza, il modello commerciale dei prestatori di servizi online deve includere lo scambio di informazioni legate all'attualità, ma non è necessario che ne costituisca l'attività principale. In questa categoria si annoverano ad esempio gli aggregatori di notizie, per i quali l'utilizzo di pubblicazioni giornalistiche costituisce un elemento chiave del modello commerciale, o i motori di ricerca mediante i quali vengono cercate e messe a disposizione informazioni in merito all'attualità o contenuti giornalistici. La disposizione non riguarda, invece, i prestatori di servizi online che offrono

³⁷ Consultabile su: [www.de.wikipedia.org > wiki > Wikipedia: Neuigkeiten](http://www.de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Neuigkeiten) (stato: 21.11.2022).

³⁸ Consultabile su: [www.de.wikinews.org > wiki/Wikinews: Impressum](http://www.de.wikinews.org/wiki/Wikinews:Impressum) (stato: 21.11.2022).

³⁹ Commissione europea, Proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 dic. 2020 relativo a un mercato unico dei servizi digitali (legge sui servizi digitali) e che modifica la direttiva 2000/31/CE, COM (2020) 825 final. Consultabile su: <https://www.legislation.gov.au/Details/C2021A00021> (stato: 4.9.2024).

⁴⁰ Commissione europea, Proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 dic. 2020, relativo a un mercato unico dei servizi digitali (legge sui servizi digitali) e che modifica la direttiva 2000/31/CE, COM (2020) 825 final. Consultabile su: <https://www.legislation.gov.au/Details/C2021A00021> (stato: 4.9.2024).

ad esempio informazioni relative a merci acquistate e vendute (p. es. piattaforme di compravendita online), anche se viene messa a disposizione una pubblicazione giornalistica a titolo di commento. Sono altresì fatte salve le utilizzazioni di pubblicazioni giornalistiche a fini privati e non a titolo professionale: la presente regolamentazione non riguarda pertanto gli utenti di servizi online, e nemmeno i prestatori di servizi online che mettono a disposizione dei contenuti giornalistici a titolo professionale, ma non a scopo di lucro come, ad esempio, Wikipedia o le istituzioni della memoria pubbliche.

In genere, possono essere considerate parti prive di carattere originale le brevi anteprime o i brevi estratti di pubblicazioni giornalistiche (snippet). Gli snippet vengono generati automaticamente dai motori di ricerca e dipendono dal termine di ricerca. Se le parti utilizzate presentano un carattere originale, si tratta di opere. Se queste ultime possono essere rese accessibili o meno dipende dall'articolo 10 LDA, che non è toccato dalla presente normativa.

La *lettera a* riguarda pertanto l'utilizzo di snippet privi di carattere originale. A differenza di quanto avviene nell'UE, un compenso è dovuto anche per le utilizzazioni di estratti brevissimi di pubblicazioni giornalistiche. Ciò significa che i prestatori di servizi online non possono eludere l'obbligo del compenso accorciando gli snippet al minimo indispensabile. Una tale riduzione sarebbe anche d'ostacolo al fabbisogno di informazioni della popolazione: se i risultati di ricerca visualizzassero solo snippet molto brevi, potrebbe infatti accadere che le informazioni cercate non sarebbero più riconoscibili. Inoltre, questa soluzione permette di evitare discussioni sulla lunghezza minima degli snippet, come avvenuto in diversi Paesi dell'UE. Come nell'UE, i puri collegamenti ipertestuali sono esenti da compenso.

Il diritto al compenso non sussiste solo se i prestatori di servizi online raccolgono contributi giornalistici e mettono a disposizione servizi e funzioni d'informazione (p. es. Google News). Secondo la *lettera b* il compenso è dovuto anche se la messa a disposizione è il risultato di una ricerca di un utente. In questo modo, i prestatori di servizi online non possono sottrarsi all'obbligo del compenso appellandosi al fatto di non provvedere direttamente alla messa a disposizione di parti di pubblicazioni giornalistiche. La visualizzazione o messa a disposizione di notizie continua a caratterizzare il loro modello commerciale e, dunque, rimane soggetta all'obbligo di compenso anche se essi non esercitano un'influenza diretta sui contenuti visualizzati dai propri utenti.

La *lettera c* stabilisce che le imprese mediatiche hanno diritto a un compenso anche quando i prestatori di servizi online mettono a disposizione a titolo professionale brevi estratti di contributi giornalistici nel quadro della restrizione del diritto d'autore prevista per i servizi d'attualità (cfr. art. 28 cpv. 2 LDA). Finora questo utilizzo era esente dal compenso.

La messa a disposizione di snippet da parte degli utenti nei media sociali non comporta, invece, un obbligo di compenso per i prestatori di servizi online. Non è dovuto quindi alcun compenso alle imprese mediatiche che, in veste di utenti dei media sociali, mettono a disposizione degli snippet mediante i loro canali. Di conseguenza, non è interessata nemmeno la ricondivisione degli snippet da parte di altri utenti dei media sociali. Inoltre, poiché secondo il capoverso 1 i collegamenti ipertestuali non sono

assoggettati all'obbligo del compenso, la condivisione di link sui media sociali non è toccata dal campo di applicazione della revisione. Lo stesso vale per la creazione di eventuali snippet sociali, ossia testi succinti che appaiono automaticamente al momento dell'inserimento di un link sulle piattaforme. I prestatori di media sociali dovranno quindi versare un compenso unicamente per la messa a disposizione di snippet nel quadro di una propria offerta secondo il capoverso 1 (p. es. funzioni o ambiti dedicati a notizie d'attualità quali Facebook News, che attualmente non sono disponibili in Svizzera).

Capoverso 3

Il *capoverso 3* stabilisce che il diritto al compenso può essere esercitato soltanto da società di gestione autorizzate. Analogamente a tutti i diritti al compenso, la gestione collettiva è quindi obbligatoria. Nella pratica, visto il numero di utenti e di beneficiari, un esercizio individuale di tale diritto sarebbe pressoché impossibile da gestire e anche difficile da imporre in assenza di un diritto di divieto. La soluzione adottata nel presente disegno di legge si discosta in questo punto dalla regolamentazione dell'UE, che prevede un diritto di divieto con gestione individuale. L'obbligo di gestione collettiva mira a permettere in particolare alle imprese mediatiche più piccole, con un potere contrattuale relativamente limitato, di essere indennizzate per l'utilizzazione delle loro pubblicazioni giornalistiche. Inoltre, la separazione e la ripartizione diretta delle quote spettanti ai giornalisti e agli autori (art. 37b) da parte delle società di gestione garantiscono che essi ricevano un'equa parte del prodotto della gestione. Nella fattispecie, le società di gestione possono anche appellarsi all'articolo 51 LDA. Secondo l'articolo 51 capoverso 1 LDA gli utenti d'opere devono fornire alle società di gestione tutte le informazioni di cui necessitano per fissare e applicare le tariffe pertinenti nonché per ripartire il prodotto della gestione. Gli utenti interessati dall'articolo 51 LDA sono quelli che utilizzano un diritto o una prestazione protetta la cui gestione è disciplinata dall'articolo 40 LDA⁴¹. Gli articoli 37a e 37b del disegno della LDA riguardano diritti che vanno obbligatoriamente gestiti in maniera collettiva. La società di gestione competente può pertanto chiedere le informazioni di cui necessita ai prestatori di servizi online e alle imprese mediatiche. Gli oneri (operativi) supplementari per le società di gestione saranno interamente a carico delle imprese mediatiche rappresentate (v. n. 4.2). Siccome la maggior parte delle imprese mediatiche e dei giornalisti è già affiliata a ProLitteris, apparirebbe più logico demandare a quest'ultima l'esercizio del diritto al compenso, nonostante Swissperform sia la società di gestione competente per i diritti di protezione affini. Ciò permetterebbe di contenere i costi, poiché non sarebbe necessario creare delle nuove banche dati o delle nuove strutture di gestione.

Capoverso 4

La dichiarazione di lavorare rispettando le regole per la prassi giornalistica riconosciute nel settore costituisce un criterio pragmatico e semplice da applicare: assicura

⁴¹ Brem, Ernst / Salvadé, Vincent / Wild, Gregor (2012): Art. 51. In: Müller, Barbara K. / Oertli, Reinhard (a c. di): Urheberrechtsgesetz (URG). 2a ed. Berna: Stämpfli Verlag, Art. 51 n. marg. 4. Barrelet, Denis / Meier, Dieter (2020): Art. 51. In: Barrelet, Denis / Egloff, Willi (a c. di): Das neue Urheberrecht. Kommentar zum Bundesgesetz über das Urheberrecht und verwandte Schutzrechte. 4a edizione, completamente rivista e integrata. Berna: Stämpfli Verlag, Art. 51 n. marg. 3.

che abbiano diritto al compenso solo le imprese mediatiche che rispondono a un determinato standard di qualità giornalistica e si impegnano in particolare per garantire la libertà d'informazione e l'accertamento della verità. Nel caso in cui un'impresa mediatica non rispetti tali regole, ai sensi del *capoverso 4*, la società di gestione ha la possibilità di escluderla dalla ripartizione finché perdura il comportamento scorretto. Si pensi, ad esempio, a ripetute violazioni dell'obbligo di diligenza riscontrate dal Consiglio svizzero della stampa. Nel caso di violazioni isolate e non particolarmente gravi delle regole riconosciute dal settore (p. es. una violazione una tantum dell'obbligo di diligenza per cui un'esclusione completa dal compenso parrebbe sproporzionata), la società di gestione collettiva è libera di ridurre il compenso.

Capoverso 5

Il diritto al compenso per la messa a disposizione di pubblicazioni giornalistiche non tange i diritti d'autore e i diritti di protezione affini su opere o altri oggetti protetti in una pubblicazione giornalistica. Per l'utilizzo di queste opere (p. es. articoli di giornale o grafici) o altri oggetti protetti (p. es. foto prive di carattere originale, cfr. art. 2 cpv. 3^{bis} LDA) è sempre necessario il consenso del titolare dei diritti. La presente normativa non tocca nemmeno altri diritti al compenso quale il compenso per l'uso privato (cfr. art. 20 cpv. 2 e 3 LDA) o i diritti della personalità dell'artista.

Art. 37b Messa a disposizione di pubblicazioni giornalistiche: diritto di partecipazione dell'autore

Il lavoro dei giornalisti è di fondamentale importanza per le imprese mediatiche. In fin dei conti sono proprio le loro opere, contenute nelle pubblicazioni giornalistiche, a essere messe a disposizione di terzi dai prestatori di servizi online sotto forma di snippet. Gli autori delle opere contenute nelle pubblicazioni giornalistiche hanno diritto di beneficiare in maniera adeguata al prodotto della gestione delle imprese mediatiche. I termini «autore» e «opera» non escludono che altre persone, ovvero altri titolari di diritti e di diritti di protezione affini derivanti dalle pubblicazioni giornalistiche, possano richiedere anch'essi una parte del compenso.

Analogamente al diritto al compenso delle imprese mediatiche, il diritto di partecipazione degli autori sussiste quando parti delle loro opere sprovviste di carattere originale vengono utilizzate da prestatori di servizi online. Gli autori di un'opera contenuta in una pubblicazione giornalistica possono quindi pretendere una parte del prodotto di gestione a prescindere dalla loro nazionalità, dalla loro sede o dal loro domicilio.

L'equa partecipazione ai sensi del *capoverso 1* consiste in una ripartizione del prodotto della gestione di cui all'articolo 37a LDA tra le imprese mediatiche e gli autori delle opere contenute nelle pubblicazioni giornalistiche. Tale ripartizione è in linea con lo spirito dell'articolo 49 capoverso 3 LDA. Prendendo a riferimento l'attuale chiave di ripartizione della società di gestione ProLitteris, è lecito supporre che il prodotto della gestione sarà ripartito a metà.

Il *capoverso 2* stabilisce che il diritto di partecipazione è intrasmissibile e irrinunciabile, così da evitare che gli autori lo trasferiscano ad altri o vi rinuncino nel quadro di accordi contrattuali con le imprese mediatiche. Il diritto in questione non può essere corrisposto tramite lo stipendio, e può essere fatto valere unicamente mediante una

società di gestione autorizzata, la quale in seguito versa direttamente le somme dovute agli autori delle opere contenute nelle pubblicazioni giornalistiche.

Art. 39 Inizio ed estinzione del diritto a compenso per la messa a disposizione di pubblicazioni giornalistiche

Il diritto al compenso delle imprese mediatiche nasce con la pubblicazione della pubblicazione giornalistica e si estingue dopo due anni. La durata della protezione corrisponde a quella prevista dall'UE. Il termine di due anni comincia a decorrere dal 31 dicembre dell'anno in cui è avvenuta la pubblicazione. Se, ad esempio, una pubblicazione giornalistica è stata pubblicata il 12 febbraio 2024, all'impresa mediatica spetta un compenso dal 12 febbraio 2024 al 31 dicembre 2026.

Art. 40 cpv. 1 lett. b

A causa dei nuovi diritti gestiti obbligatoriamente in maniera collettiva nel settore dei diritti online (art. 37a e 37b), il *capoverso 1 lettera b* è stato ampliato.

Art. 49a Ripartizione del prodotto della gestione derivante dalla messa a disposizione secondo l'articolo 37a

L'articolo 49a prevede che il compenso riscosso dalla società di gestione sia ripartito conformemente a due criteri: in primo luogo in base alle spese complessive sostenute dalle imprese mediatiche che rendono accessibili le loro pubblicazioni giornalistiche; in secondo luogo in base al contributo al soddisfacimento del fabbisogno di informazione attraverso rendiconti indipendenti e regolari sulla politica nazionale, regionale e comunale.

La nuova regola di ripartizione si discosta intenzionalmente dalla ripartizione basata sul reddito e sull'utilizzazione (art. 49 cpv. 1 LDA) e non si ricollega quindi al bacino d'utenza raggiunto da un contenuto. Il numero di clic è irrilevante per la ripartizione e pertanto non vengono creati incentivi per le imprese mediatiche a optare per il giornalismo sensazionalistico. L'*articolo 49a* concretizza la prescrizione del Consiglio federale di far beneficiare del compenso in particolare anche le piccole e medie imprese mediatiche.

La presa in considerazione delle spese permette di evitare che soltanto le grandi imprese mediatiche beneficino del compenso. Queste ultime approfittano regolarmente dei vantaggi in termini di costi che le elevate tirature portano con sé, godendo quindi di costi bassi o in calo per unità di prodotto. Le spese includono i costi sostenuti per la produzione di pubblicazioni giornalistiche, tra cui rientrano in particolare le retribuzioni versate dalle imprese mediatiche agli autori delle opere giornalistiche utilizzate nelle pubblicazioni giornalistiche (ossia i pagamenti ai giornalisti). Con «retribuzioni versate» si intendono i pagamenti effettivamente versati dalle imprese mediatiche agli autori. Questo approccio permette di assicurare che le imprese mediatiche possano far valere solo quei contributi che hanno effettivamente versato. Per quanto riguarda le imprese mediatiche che dispongono di numerose redazioni locali, occorre prestare attenzione che le spese sostenute in maniera comune non vengano fatte valere più di una volta, ma che piuttosto vengano ricapitolate dalla redazione

principale oppure ripartite tra le diverse redazioni locali. I criteri di ripartizione esatti saranno stabiliti nel regolamento di ripartizione della società di gestione competente.

È importante che i requisiti dei rendiconti necessari alla valutazione delle spese siano mantenuti semplici. Come valore di riferimento potrebbero, ad esempio, valere tutti quei dati reperibili dai conti annuali delle imprese mediatiche, al fine di evitare a queste ultime un onere amministrativo eccessivo.

Il criterio secondo cui il contributo delle pubblicazioni giornalistiche al soddisfacimento del fabbisogno di informazioni si misura sulla base di rendiconti indipendenti e regolari sulla politica nazionale, regionale e comunale assicura che la ripartizione avvenga in favore delle imprese mediatiche che contribuiscono alla formazione dell'opinione pubblica democratica e alla diversità culturale. Un rendiconto indipendente da parte di imprese mediatiche di regola contribuisce in misura sostanziale a soddisfare il fabbisogno di informazioni dell'opinione pubblica. Di centrale importanza è la messa a disposizione del pubblico, in maniera indipendente, di informazioni pertinenti e attuali, che contribuiscono ad esempio alla creazione di un'opinione, al dibattito sociale su questioni politiche o alla legittimazione delle decisioni politiche. In questo modo vengono privilegiate le imprese mediatiche che non fanno parte di un grande gruppo mediatico.

I giornalisti hanno diritto di beneficiare in maniera adeguata di una parte del prodotto della gestione (cfr. art. 37*b*). Tenendo conto dell'attuale pratica di ripartizione, si prevede che la partecipazione sarà al 50 per cento. In virtù dell'articolo 49*a*, la parte non è ripartita tra le imprese mediatiche, ma è la società di gestione competente che la separa dal resto e la somma all'ammontare che spetta ai giornalisti in base ad altre tariffe.

Art 60a Compenso spettante alle imprese mediatiche

L'*articolo 60a* stabilisce i criteri di calcolo del compenso dovuto (art. 37*a*). L'articolo costituisce una deroga (*lex specialis*) all'articolo 60 e disciplina l'importo del compenso che i prestatori di servizi online devono corrispondere per l'utilizzo degli snippet. A questo proposito, devono essere tenute in considerazione le spese sostenute dalle imprese mediatiche nel quadro di una gestione razionale o le entrate conseguite per mezzo della messa a disposizione delle pubblicazioni giornalistiche (cpv. 1). Se i grandi prestatori di servizi online sono gestori di motori di ricerca, occorre anche tenere conto del numero di ricerche legate all'attualità (cpv. 2).

Considerando le spese sostenute dalle imprese mediatiche nel quadro di una gestione razionale, un'importanza fondamentale è accordata alla costosa produzione dei contenuti giornalistici. Questo criterio assicura che le imprese mediatiche che producono pubblicazioni giornalistiche importanti per il soddisfacimento del fabbisogno di informazioni possano approfittare del compenso. Sono considerate spese, ad esempio, gli stipendi corrisposti ai giornalisti. I prestatori di servizi online contribuiscono così ai costi di produzione dei contenuti giornalistici che mettono a disposizione. Il semplice impiego di giornalisti non crea automaticamente un giornalismo rilevante per la democrazia. Tuttavia, il lavoro dei giornalisti è un requisito indispensabile per un giornalismo di qualità e i costi per i loro stipendi sono facilmente quantificabili, a differenza della qualità del giornalismo.

In alternativa, la disposizione propone di determinare l'entità del compenso in base alle entrate supplementari conseguite dai prestatori di servizi online. Esse risultano dalla visualizzazione dei contenuti giornalistici e permettono al prestatore di accrescere l'attrattiva dei suoi servizi d'informazione senza pagare diritti di licenza.

Il fatto di tenere in considerazione queste entrate aggiuntive garantisce che i prestatori di servizi online versino, sotto forma di compenso, una parte del prodotto generato grazie ai contenuti mediatici.

Una ricerca legata all'attualità contiene una o più parole oppure una domanda inserita da un utente in un motore di ricerca per cercare in maniera mirata eventi, notizie o rendiconti d'attualità. Queste richieste vengono registrate e salvate direttamente dai motori di ricerca, il che rende facile reperire il loro numero. Siccome questo dato costituisce un indicatore importante del fabbisogno di informazioni dell'utente e della pertinenza delle pubblicazioni giornalistiche, deve essere considerato per il calcolo del compenso delle imprese mediatiche. Il criterio delle ricerche legate all'attualità nell'interesse della libertà d'informazione viene applicato a titolo correttivo. È importante che le piattaforme non abbiano alcun incentivo a cercare di ridurre l'importo del compenso limitando la visualizzazione dei risultati di ricerca. L'unico modo in cui una piattaforma non sarebbe più obbligata a pagare un compenso sarebbe se si astenesse completamente dal mostrare snippet di pubblicazioni giornalistiche. Questo sistema non è nuovo. Anche il compenso per fotocopie si rifà nella maggior parte dei casi alla possibilità di fotocopiare e non alla quantità effettiva di fotocopie. Tendenzialmente, la tariffa dovrebbe essere stabilita sulla base di un'analisi del comportamento degli utenti, come avviene nel compenso per le fotocopie.

Art 83a Disposizione transitoria della modifica del...

La disposizione transitoria stabilisce che il compenso previsto nell'articolo 37a è dovuto a partire dall'entrata in vigore della presente revisione. Conformemente al principio del diritto intertemporale, il nuovo diritto è applicabile alle fattispecie che seguono la sua entrata in vigore. Il diritto al compenso può essere fatto valere a partire dall'approvazione della tariffa da parte della CAF, poiché l'articolo 74 capoverso 2 lettera a LDA esclude l'effetto sospensivo dei ricorsi contro le decisioni della CAF. Questa norma corrisponde alla prassi attuale per l'entrata in vigore di nuovi diritti a compenso (art. 83 cpv. 2 LDA).

Art. 83b Rivalutazione del diritto di protezione affine per le imprese mediatiche

L'*articolo 83b* è una clausola di riesame. Al termine del secondo periodo tariffario, al più tardi dopo dieci anni dall'entrata in vigore della presente revisione sul diritto d'autore, il Consiglio federale valuta l'efficacia delle disposizioni relative al diritto di protezione affine e presenta un rapporto all'Assemblea federale.

La rivalutazione proposta permette di valutare l'efficacia del diritto di protezione affine per le imprese mediatiche e di individuare un'eventuale esigenza di modifica a

livello di legge o di ordinanza. Nel quadro della rivalutazione viene verificato in particolare se il diritto di protezione affine ha apportato gli effetti positivi previsti in termini di pluralità mediatica e delle notizie d'attualità svizzere.

Il momento determinante della valutazione si basa sul calcolo del compenso dovuto e sulla relativa ripartizione alle imprese mediatiche. Una rivalutazione della regolamentazione potrà avere luogo quando sarà stata approvata e attuata una tariffa e i compensi saranno stati divisi tra gli aventi diritto. Per poter misurare l'impatto sul panorama mediatico e affinché i dati raccolti siano significativi, è fondamentale altresì che abbiano avuto luogo più cicli di ripartizione. A causa del mancato effetto sospensivo dei ricorsi contro le decisioni della CAF (art. 74 cpv. 2 lett. a LDA), i compensi sono dovuti indipendentemente da una procedura di ricorso pendente contro una tariffa. Gli utenti sono tenuti a versare il compenso previsto da una tariffa approvata dalla CAF.

6 Ripercussioni

Le seguenti indicazioni sulle ripercussioni si basano sull'AIR e sulle esperienze finora maturate nell'UE. Alcune ripercussioni osservate in altri Paesi (quali Australia o Canada) sono illustrate nel capitolo 3. Qui di seguito vengono trattate solo marginalmente, poiché le soluzioni per cui hanno optato tali Paesi si discostano troppo dal presente disegno.

6.1 Ripercussioni per la Confederazione

Il presente disegno comporta ripercussioni trascurabili per la Confederazione. Solamente l'attività di sorveglianza sulle società di gestione comporterà oneri supplementari marginali per la CAF e l'IPI. La CAF dovrà periodicamente approvare le tariffe e addebiterà i relativi costi alle società di gestione richiedenti. Inoltre, aumenterà leggermente l'attività di sorveglianza dell'IPI sulle società di gestione. Eventuali costi supplementari saranno a carico dell'IPI.

6.2 Ripercussioni per i Cantoni e i Comuni, per le città, gli agglomerati e le regioni di montagna

Le modifiche previste mirano a preservare un panorama mediatico improntato alla pluralità a beneficio di tutte le aree e regioni linguistiche della Svizzera. Il progetto prevede che anche le imprese mediatiche più piccole e regionali possano beneficiare di un compenso se vengono rese accessibili parti delle loro pubblicazioni giornalistiche. Siccome i media locali e regionali di regola operano nelle zone periferiche, la regolamentazione proposta andrà pure a vantaggio dei Cantoni plurilingue oppure che presentano regioni a carattere rurale e regioni di montagna.

6.3 Ripercussioni per l'economia

Non si attendono ripercussioni degne di nota per l'economia. Anche se l'esito di un negoziato collettivo nella procedura tariffaria (v. n. 4.1) dovesse ammontare a decine di milioni di franchi, come presume l'AIR nella migliore delle ipotesi⁴², gli impulsi economici saranno probabilmente deboli in tutti i settori.

Imprese mediatiche e autori

Le imprese mediatiche aventi diritto a un compenso e gli autori delle opere giornalistiche beneficeranno in futuro di entrate supplementari, la cui entità verrà negoziata, secondo il nuovo diritto al compenso, tra la società di gestione competente e i prestatori di servizi online interessati o la loro federazione. In seguito, la tariffa verrà poi verificata dalla CAF (composta da cinque membri indipendenti nonché da rappresentanti delle società di gestione e delle associazioni di utenti), che ne valuterà l'adequatezza (v. cap. 4). Le decisioni della CAF possono essere impugnate dinanzi al Tribunale amministrativo federale e, in ultima istanza, di fronte al Tribunale federale.

Ai sensi del diritto di partecipazione previsto dalla revisione, oltre alle imprese mediatiche, anche gli autori trarranno vantaggio dai compensi versati dai prestatori di servizi online. L'obbligo di gestione collettiva evita inoltre che ogni impresa mediatica debba negoziare singolarmente con i prestatori di servizi online (come accade invece con l'approccio scelto dall'UE, v. cap. 3). L'approccio svizzero riduce i costi di transazione per tutte le parti interessate, accresce la trasparenza e favorisce in particolare le piccole imprese mediatiche con una forza negoziale più limitata (v. n. 4.1).

Tuttavia, secondo l'AIR, i prestatori di servizi online potrebbero reagire limitando o escludendo snippet e thumbnail dai risultati delle ricerche, il che potrebbe comportare ripercussioni finanziarie negative per le imprese mediatiche e gli autori. Nell'ottica della libertà economica, la possibilità che i servizi online riducano la loro offerta o sopprimano contenuti giornalistici non può però essere del tutto esclusa. Considerando l'approccio normativo collettivo svizzero complessivamente più equilibrato, reazioni di questo genere appaiono meno probabili rispetto, ad esempio, all'Australia o al Canada, dove i prestatori di servizi online sono obbligati a negoziare individualmente con le imprese mediatiche e devono confrontarsi con costi di transazione decisamente più elevati (v. cap. 3). Siccome nell'ottica della libertà d'informazione si è deciso di esentare i meri collegamenti ipertestuali delle pubblicazioni giornalistiche dal compenso, è possibile che i prestatori di servizi online si limitino alla pubblicazione di semplici link.

Prestatori di servizi online

Le esperienze di pubblico dominio maturate finora in relazione all'approccio negoziale individuale dell'UE (v. cap. 3) evidenziano che i prestatori di servizi online hanno manifestato la disponibilità a versare dei compensi nel quadro di trattative con

⁴² Swiss Economics SE AG (a c. di) (2022): Einführung eines rechtlichen Schutzes für journalistische Inhalte im Internet. Schlussbericht. Zürich, pag. 50. Consultabile sotto: www.ipi.ch > Diritto e politica > Sviluppi nazionali > Diritto d'autore > Diritto di protezione per i media > Procedura di consultazione (stato: 4.9.2024).

single imprese mediatiche di grandi dimensioni. Nella maggior parte dei casi, però, è probabile che le parti decideranno di non rivelare i dettagli degli accordi raggiunti. La concessione di licenze gratuite da parte delle imprese mediatiche in cambio dell'utilizzo delle offerte dei servizi online rimarrà quindi verosimilmente possibile a livello dell'UE. La soluzione proposta in Svizzera esclude, invece, il rilascio di licenze gratuite, dato che le tariffe autorizzate dalla CAF avranno carattere vincolante, e limita anche gli incentivi, in particolare per i motori di ricerca, ad accorciare o eliminare completamente gli snippet di contenuti giornalistici (v. n. 4.1 riguardo alla rinuncia a specificare un limite minimo di lunghezza). Per la Svizzera sarebbe ad esempio ipotizzabile che venga pattuito un versamento forfettario alla società di gestione competente, in modo da ridurre gli oneri di tracciamento nell'interesse dei servizi online, rispondendo contemporaneamente all'esigenza degli utenti in materia di protezione dei dati. Tuttavia, per gli autori dell'AIR, reazioni quali l'accorciamento degli snippet o l'esclusione di contenuti giornalistici non possono essere del tutto esclusi (v. all'inizio del presente n. 6.3, Ripercussioni sulle imprese mediatiche e sugli autori). In Spagna nel 2014, prima dell'entrata in vigore della direttiva DSM dell'UE (v. cap. 3), l'introduzione di una regolamentazione nazionale autonoma, secondo cui venne introdotto un diritto di protezione affine per le imprese mediatiche ha portato gli aggregatori di notizie a disattivare Google-News. Il presente disegno scoraggia in misura molto maggiore sviluppi di questo tipo, dato che l'obbligo di compenso non riguarda soltanto gli aggregatori di notizie, ma anche i motori di ricerca. Google dovrebbe quindi ritirarsi dal mercato in misura assai più radicale. Un incentivo del genere praticamente non sussiste finché Google e gli altri servizi online trarranno benefici economici notevolmente maggiori dagli snippet rispetto ai compensi versati per utilizzarli.

Non può essere completamente escluso nemmeno il rischio che grandi prestatori di servizi online abbandonino del tutto il mercato svizzero a causa dei compensi previsti. La regolamentazione svizzera non costituisce comunque un unicum, dato che si orienta ai diritti di protezione connessi dell'UE (v. cap. 3), con la differenza che, poiché l'approccio svizzero semplifica l'attuazione dei diritti di protezione affini e impedisce per giunta pressoché totalmente la concessione di licenze gratuite, la normativa elvetica risulta più efficace. È tuttavia improbabile che ne derivino svantaggi concorrenziali sostanziali, dato che l'attrattiva della piazza economica svizzera è dettata anche da altri fattori, quali la pace sociale e il carico fiscale ridotto. A causa dell'elevata soglia di utenti stabilita dal disegno per l'assoggettamento al compenso (un numero medio annuo di utenti pari ad almeno il 10 per cento della popolazione svizzera), non si creano nemmeno barriere di accesso al mercato.

Consumatori

Per i consumatori non si prevedono ripercussioni degne di nota, a condizione che i prestatori di servizi online non si ritirino dal mercato svizzero né limitino la loro offerta in reazione all'introduzione di un diritto al compenso.

Imprese pubblicitarie e inserzionisti

Le imprese pubblicitarie e gli inserzionisti tradizionali nonché i settori annessi sono in linea di massima interessati a un traffico sui siti Internet delle imprese mediatiche il più elevato possibile. Poiché il disegno si propone di minimizzare il rischio che i

grandi prestatori di servizi online si ritirino dal mercato svizzero oppure riducano la loro offerta, non dovrebbero esserci in linea di massima ripercussioni negative per le imprese pubblicitarie e gli inserzionisti. Entrambi potrebbero anzi addirittura beneficiare indirettamente del diritto al compenso, perché anch'essi sono, tra l'altro, dipendenti dalle imprese mediatiche.

Società di gestione

Le modifiche proposte andranno attuate dalle società di gestione, le quali dispongono già dell'infrastruttura, dei sistemi nonché del know-how necessari. Gli oneri operativi supplementari per le società di gestione saranno interamente a carico delle imprese mediatiche rappresentate (v. n. 4.2).

6.4 Ripercussioni sulla società

Per le ripercussioni sulla società si rimanda al numero 1.1.

6.5 Altre ripercussioni

Non si attendono altre ripercussioni degne di nota, ad esempio sull'ambiente; le rispettive questioni non sono quindi state prese in esame.

7 Aspetti giuridici

7.1 Costituzionalità

Il disegno si fonda sugli articoli 95 e 122 Cost., che attribuiscono alla Confederazione la facoltà di legiferare sull'esercizio dell'attività economica privata e in materia di diritto civile e di procedura civile.

7.2 Compatibilità con gli impegni internazionali della Svizzera

Le modifiche proposte non si ripercuotono sugli impegni internazionali della Svizzera e sono quindi compatibili con essi.

In base all'articolo 3 dell'Accordo sugli aspetti dei diritti di proprietà intellettuale attinenti al commercio (Accordo TRIPS)⁴³, ogni Stato membro accorda ai cittadini degli altri Stati membri un trattamento non meno favorevole di quello da esso accordato ai propri cittadini in materia di protezione della proprietà intellettuale. Nell'ambito dei

⁴³ Accordo del 15 apr. 1994 sugli aspetti dei diritti di proprietà intellettuale attinenti al commercio, Allegato 1C all'Accordo che istituisce l'Organizzazione mondiale del commercio; RS 0.632.20.

diritti di protezione affini, questo trattamento nazionale dovrebbe riguardare esclusivamente artisti interpreti, produttori di fonogrammi e organismi di radiodiffusione (art. 14 Accordo TRIPS), senza estendersi ai diritti di proprietà intellettuale al di fuori di questo campo di applicazione. Pertanto l'articolo 3 dell'Accordo TRIPS non dovrebbe risultare in contrasto con il previsto diritto di protezione affine per le imprese mediatiche.

7.3 Subordinazione al freno alle spese

Il progetto non prevede nuove disposizioni in materia di sussidi né nuovi crediti d'impegno o limiti di spesa, motivo per cui non sottostà al freno alle spese (art. 159 cpv. 3 lett. b Cost.).

7.4 Protezione dei dati

Le modifiche proposte non hanno ripercussioni sulla protezione dei dati.

Allegato

