

CAMERA DEI DEPUTATI N. 1269

PROPOSTA DI LEGGE

d'iniziativa del deputato LEVI

Nuova disciplina del settore dell'editoria e delega al Governo
per l'emanazione di un testo unico delle disposizioni
legislative in materia di editoria

Presentata il 9 giugno 2008

ONOREVOLI COLLEGHI! — La normativa vigente in materia di editoria è il risultato di una progressiva e continua stratificazione di fonti. Risulta pertanto necessario procedere a un riordino complessivo della materia, da realizzare nel rispetto delle disposizioni comunitarie e delle competenze regionali, nonché attraverso una ponderata ridefinizione dei principi che sostengono l'attuazione dei diritti, sanciti dalla Carta costituzionale, di libera manifestazione del pensiero, di pluralismo dell'informazione e diritto all'informazione.

Tali diritti costituiscono capisaldi di una democrazia partecipata.

Il Parlamento ha già fornito precise indicazioni relativamente all'esigenza di una riforma della disciplina del settore editoriale. Da ultimo, con l'articolo 1, comma 1245, della legge 27 dicembre 2006, n. 296 (legge finanziaria 2007), l'intento di fornire attuazione del principio costituzionale del pluralismo dell'informazione e di promuovere lo sviluppo del settore dell'editoria, costituisce la pre-

messa con la quale il Governo è stato impegnato ad elaborare una proposta di riforma. Le ulteriori indicazioni della legge consistono nell'applicazione della riforma, in particolare, al prodotto editoriale, al mercato e alle provvidenze pubbliche.

Tali indicazioni sono integralmente recepite nella presente proposta di legge, il cui capo II riguarda, per l'appunto, il prodotto e le attività editoriali; il cui capo III riguarda il settore editoriale, inteso quale l'insieme dei mercati che compongono il settore stesso; il cui capo IV riguarda il riordino della molteplicità di disposizioni vigenti relative ai contributi diretti e indiretti in favore delle imprese editrici e, in genere, dei soggetti che svolgono attività editoriale; il cui capo V riguarda la promozione della lettura, mediante la distribuzione di quotidiani nelle scuole da parte delle imprese che percepiscono i contributi; il cui capo VI reca una disposizione relativa alle competenze regionali nelle materie disciplinate dalla legge; il cui capo VII prevede una delega al

Governo per l'adozione di un decreto legislativo avente ad oggetto la raccolta in un testo unificato delle norme in materia di editoria; il cui capo VIII individua, infine, le abrogazioni e le disposizioni che invece resterebbero vigenti a seguito dell'entrata in vigore delle norme proposte.

In particolare, l'intero impianto normativo di cui alla presente proposta di legge trova rappresentato nell'articolo 1 l'intento programmatico complessivo, che mira a riformare tutta la materia perseguendo le finalità generali consacrate nell'articolo 21 della Costituzione, e in particolare la concorrenza e il pluralismo dell'informazione in quanto cardini civili e sociali di ogni Paese democratico.

Il principio costituzionale, fondato sulla libertà di informare e sul diritto ad essere informati, è tradotto nello stimolo alla produzione e alla circolazione dei prodotti editoriali.

Tale chiaro intento di incentivo allo sviluppo è attuato nelle varie forme contemplate nella proposta di legge, sempre in vista della razionalizzazione e della trasparenza dell'azione amministrativa, in osservanza delle competenze regionali e comunitarie e sulla linea della giurisprudenza costituzionale.

La presente proposta di legge recepisce il parere espresso dalla Conferenza unificata il 20 settembre 2007 in materia di disciplina della distribuzione della stampa quotidiana e periodica. Al riguardo va evidenziato come, in tale materia, la competenza esclusiva sia, in base all'ordinamento costituzionale, posta in capo alle regioni che, nell'esercizio della loro potestà legislativa, dovranno tenere conto dell'obbligo della parità di trattamento delle diverse testate al fine di garantire il pluralismo informativo, fermi restando i principi di concorrenza e di tutela dei consumatori.

Il capo II è dedicato al prodotto e alle attività editoriali e, in armonia con le più recenti istanze di redazione normativa e di sistematico riordino della materia, definisce puntualmente gli elementi costitutivi della disciplina editoriale.

L'articolo 2 definisce, mediante l'utilizzazione di formule generali e onnicomprensive, il prodotto editoriale individuandone le finalità specifiche e la destinazione alla pubblicazione. Con tale definizione si è inteso garantire un principio di dinamismo che tenga conto di ogni possibile futura evoluzione della materia, al fine di superare la staticità contenuta nelle pregresse stratificazioni normative al riguardo (comma 1).

Coerentemente, pertanto, applicando successivamente un metodo di individuazione del tutto residuale, si è inteso specificare al comma 2 solo ciò che non è prodotto editoriale e al comma 3 solo i casi in cui non si applica la disciplina sul prodotto editoriale.

L'articolo 3 specifica la tutela dell'originalità del prodotto editoriale, quale manifestazione dell'ingegno, nonché il bilanciamento, operato dalle norme sulla protezione della proprietà intellettuale, tra l'interesse degli autori e l'interesse pubblico alla diffusione e alla fruizione delle conoscenze.

L'articolo 4 indica i principi generali per la tutela dei diritti degli autori e degli editori nella realizzazione di rassegne stampa.

Con l'articolo 5 si è ridefinita la categoria dei prodotti integrativi o collaterali, anche al fine di restringere l'ambito di applicazione del regime giuridico e fiscale del prodotto principale ai soli oggetti che, uniti al prodotto principale, sono essi stessi prodotto editoriale.

Con l'articolo 6, conseguentemente alla nuova nozione di prodotto editoriale, introdotta dalla proposta di legge, è apparso indispensabile definire anche l'attività editoriale, comprensiva dell'intera filiera della realizzazione, della distribuzione e della raccolta pubblicitaria. Per perseguire tale intervento innovativo si è reso necessario operare in due direzioni: da un lato, non ci si riferisce alle singole forme societarie, bensì all'attività editoriale svolta; dall'altro si è inteso estendere l'esercizio della medesima attività anche ai soggetti non imprenditori nel perseguimento di finalità non lucrative, sempre che gli stessi

assolvano l'onere dell'iscrizione presso il registro degli operatori di comunicazione.

L'articolo 7 è ispirato a criteri di semplificazione nei riguardi degli editori, sopprimendo, tra l'altro, l'obbligo di iscrizione degli editori stessi nel registro della stampa, tenuto presso i tribunali, e assegnando le funzioni di registrazione delle testate unicamente al Registro degli operatori di comunicazione, tenuto dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM).

In particolare, si è riconosciuta automaticamente alla registrazione presso il Registro degli operatori di comunicazione un'efficacia costitutiva per l'inizio delle pubblicazioni di giornali quotidiani e di periodici.

Al comma 3 ha trovato poi specifico richiamo il principio normativo di cui alla legge n. 249 del 1997, secondo il quale il Registro degli operatori di comunicazione è curato dall'AGCOM.

Infine, con il comma 4 è stata prevista l'adozione da parte dell'AGCOM di un regolamento per l'organizzazione e per la tenuta del citato Registro, secondo le modalità già adottate in attuazione dell'articolo 1, comma 6, della predetta legge n. 249 del 1997, nonché nel rispetto dei principi contenuti nell'articolo 5 della legge sulla stampa n. 47 del 1948.

L'articolo 8 prevede l'obbligo di iscrizione nel Registro degli operatori di comunicazione per i soggetti che svolgono su *internet* attività editoriale, estendendo altresì a questi ultimi la normativa sulla responsabilità per i reati a mezzo stampa.

Nel comma 3 viene espressamente escluso l'obbligo dell'iscrizione nel Registro degli operatori di comunicazione per i prodotti, come i cosiddetti « *blog* », che non costituiscono il frutto di un'organizzazione imprenditoriale del lavoro.

Il capo III pone, in primo luogo, limiti alle concentrazioni delle imprese editoriali attraverso il divieto di posizioni dominanti nel settore dell'editoria e nei singoli mercati che lo compongono; prevede, inoltre, criteri per il corretto funzionamento dell'attività delle imprese di intermediazione sul mercato della pubblicità veicolata attraverso i prodotti editoriali, e regole per la determi-

nazione del prezzo dei libri e per l'applicazione di sconti nella vendita ai consumatori finali. Si tratta di norme che, nel rispetto della libertà di iniziativa economica delle imprese editoriali, intervengono a tutela del mercato, dei consumatori, della concorrenza e del pluralismo dell'informazione.

In particolare, l'articolo 9 sancisce il divieto di posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo nel settore editoriale e in ciascuno dei mercati che lo compongono, mutuando la terminologia da quella attualmente in vigore in ambito editoriale e dalla prassi ormai consolidata nel settore radiotelevisivo e avallata anche dal giudice amministrativo: la presenza di criteri (di carattere presuntivo) per la determinazione delle posizioni dei singoli operatori sul mercato e il rinvio alla tutela del pluralismo, come parametro di riferimento per la valutazione delle conseguenze di tale posizione sul piano delle garanzie, ben si conciliano con le diverse finalità del diritto della concorrenza, sicché potranno aversi posizioni tecnicamente « dominanti », ma nel contempo anche posizioni « non dominanti » che comunque siano lesive del pluralismo e che giustifichino interventi restrittivi da parte delle autorità di settore. Parallelamente, nelle sue « Linee direttrici per l'analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del nuovo quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica » (pubblicate nella *Gazzetta Ufficiale* delle Comunità europee n. C. 165 dell'11 luglio 2002), la Commissione europea utilizza indifferentemente i termini « significativo potere di mercato » e « posizione dominante », facendo ricorso a parametri di tipo sia indiziario che presuntivo.

Il comma 1 definisce, quali principi fondamentali cui deve conformarsi il settore editoriale, la tutela della concorrenza e del pluralismo. Come da consolidata giurisprudenza costituzionale, nel settore dell'informazione la sola tutela della concorrenza non può ritenersi di per sé sufficiente; occorre, infatti, anche un livello più alto di tutela che possa consentire di colpire quelle situazioni che, pur legittime sul piano della

concorrenza, possono arrecare danni su quello del pluralismo.

I commi 2 e 3 attribuiscono all'AGCOM il potere di individuare e di definire i singoli mercati rilevanti che compongono il settore editoriale, senza predeterminarne in via preventiva i confini.

Il comma 4 pone il divieto di costituzione e di mantenimento di posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo nel settore editoriale e in ciascuno dei mercati che lo compongono.

Il comma 5 fissa i parametri cui l'AGCOM deve attenersi nel valutare le posizioni degli operatori sul mercato, individuandoli nei ricavi dei soggetti rispetto ai ricavi del mercato di riferimento, nel livello di concorrenza all'interno di tale mercato, nelle barriere all'ingresso nello stesso, nelle dimensioni di efficienza economica dell'impresa e nei livelli di diffusione dei prodotti editoriali. Non si tratta di soglie predefinite, ma di criteri elastici sulla base dei quali condurre un'analisi di mercato di tipo *antitrust*. Tali parametri non sono esaustivi, in quanto l'AGCOM può definire anche ulteriori elementi per la valutazione dei soggetti sul mercato, nonché ulteriori articolazioni territoriali dei mercati di riferimento. Per quanto riguarda lo specifico mercato della stampa quotidiana e delle concessionarie di pubblicità, sono fatte salve le soglie già vigenti quanto ai limiti di tiratura e alla raccolta pubblicitaria.

Il comma 6 stabilisce la nullità degli atti giuridici, delle operazioni di concentrazione e delle intese che contrastano con i divieti di cui ai commi precedenti, analogamente a quanto già stabilito dalla normativa vigente.

L'articolo 10 definisce i provvedimenti da adottare qualora si riscontrino posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo previa individuazione delle garanzie procedurali per i procedimenti avviati dall'AGCOM.

Il comma 1 pone l'obbligo per i soggetti che operano nei mercati che compongono il settore editoriale di comunicare preventivamente all'AGCOM le intese e le operazioni di concentrazione cui partecipano,

in modo che queste possano essere valutate sotto il profilo della compatibilità con le norme poste a tutela del pluralismo.

Il comma 2 consente all'AGCOM di intervenire in tre ipotesi — a seguito delle comunicazioni preventive delle intese o delle operazioni di concentrazione di cui al comma 1, su segnalazione di chi vi abbia interesse o d'ufficio — per verificare che non si costituiscano o si mantengano posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo. Questo comma riguarda il primo livello di intervento dell'AGCOM, che si verifica qualora sia riscontrabile una situazione di rischio, poiché un'impresa, prevedibilmente potrebbe venirsi a trovare in una posizione vietata: in questo caso l'AGCOM adotta un atto di pubblico richiamo per segnalare agli interessati tale posizione.

Il comma 3 concerne la fase successiva che ricorre quando, rispetto alla mera situazione del rischio di violare le norme, sia stata riscontrata la loro violazione a seguito dell'accertamento da parte dell'AGCOM, secondo le tipiche garanzie previste per i procedimenti amministrativi. Qualora sia riscontrata una posizione vietata, l'AGCOM ha il potere di adottare tutti i provvedimenti necessari per eliminare la costituzione o impedire il mantenimento delle posizioni vietate, secondo una formulazione aperta che lascia ampi poteri discrezionali all'autorità di settore, al fine di ripristinare adeguate condizioni di concorrenza e di tutela del pluralismo.

Il comma 4 affida all'AGCOM la definizione, sulla falsariga di quanto già previsto dapprima dalla legge n. 249 del 1997 per gli analoghi procedimenti riguardanti il settore radiotelevisivo, poi dalla legge n. 112 del 2004 per il sistema integrato delle comunicazioni, e successivamente dal testo unico della radiotelevisione, di cui al decreto legislativo n. 177 del 2005, mediante approvazione di un apposito regolamento, del procedimento da seguire circa gli accertamenti da disporre in applicazione dei commi precedenti.

Il comma 5 prevede come sanzione specifica, per le imprese beneficiarie di provvidenze o di agevolazioni, la sospen-

sione del diritto a fruirne per il periodo in cui sussiste la posizione vietata, a decorrere dal momento in cui tale posizione si è determinata.

Il comma 6 riguarda i casi di inottemperanza ai provvedimenti adottati dall'AGCOM e prevede l'applicazione di una sanzione pecuniaria rapportata al fatturato dell'impresa inottemperante, compresa tra il 2 per cento e il 5 per cento.

L'articolo 11 detta i principi generali cui si devono attenere gli operatori del mercato della pubblicità destinata ai prodotti editoriali.

L'articolo 12 disciplina l'attività di intermediazione sulla pubblicità destinata ai prodotti editoriali, focalizzandosi sull'esigenza di trasparenza del relativo mercato.

Il comma 1 fornisce la definizione di attività di intermediazione, intendendosi per tale sia l'attività di ricerca e di acquisto degli spazi, sia l'attività di valutazione, pianificazione, gestione e controllo degli investimenti legati all'acquisto di tali spazi.

Il comma 2 limita l'azione dei soggetti intermediari agli acquisti di spazi pubblicitari sui mezzi di comunicazione e di informazione per conto di un committente e in base a un mandato scritto.

Il comma 3 detta le condizioni di trasparenza dei contratti tra committente e intermediario, che devono riguardare la remunerazione del mandatario, le diverse prestazioni offerte e il loro costo disaggregato, nonché le eventuali ulteriori e diverse prestazioni fornite dall'intermediario al di fuori del contratto di incarico.

Il comma 4 vieta agli intermediari di ricevere alcun corrispettivo da parte di soggetti diversi dai committenti.

Il comma 5 posticipa l'entrata in vigore dei commi 2, 3 e 4 al 1° gennaio 2010, per dare modo alle imprese di adeguarsi alla nuova normativa.

Il comma 6 stabilisce che i contratti stipulati in violazione delle disposizioni precedenti sono nulli.

L'articolo 13 interviene in materia di distribuzione dei prodotti editoriali e sancisce l'obbligo di parità di trattamento, nei diversi punti vendita, tra tutte le testate giornalistiche, in armonia con quanto già

previsto dall'articolo 4 del decreto legislativo n. 170 del 2001 in materia di riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, che distingue tra punti vendita esclusivi e non esclusivi. Il potere di vigilanza sul rispetto di tali principi nelle pratiche commerciali e nei diversi passaggi della filiera distributiva è attribuito all'AGCOM.

L'articolo 14 attribuisce all'AGCOM il potere di vigilanza e sanzionatorio in caso di violazione degli articoli 10, 11 e 12.

L'articolo 15 disciplina le modalità e i limiti agli sconti sull'acquisto di libri praticabili al consumatore finale da parte dei distributori dei prodotti librari rispetto al prezzo fissato dall'editore.

Il comma 1 attribuisce all'editore o all'importatore il diritto di fissare il prezzo dei libri venduti sul territorio nazionale praticato al consumatore finale.

Il comma 2 limita al 15 per cento lo sconto sul prezzo di vendita praticabile al consumatore finale indipendentemente dalle modalità di vendita.

Il comma 3 riconduce al potere di determinazione del prezzo di vendita da parte dell'editore o dell'importatore anche la possibilità di realizzare campagne promozionali che prevedano sconti a vantaggio del consumatore finale, salva la facoltà del rivenditore al dettaglio di non aderire a tali campagne.

Il comma 4 prevede i casi particolari in cui è consentita la vendita di libri con sconti fino ad una percentuale massima del 20 per cento sul prezzo fissato.

Il comma 5 esclude dalla disciplina in materia di prezzo di vendita al dettaglio e di sconti alcune particolari categorie di prodotti librari, quali libri per bibliofili, libri d'arte, libri antichi o edizioni esaurite, libri usati, posti fuori catalogo, pubblicati da almeno venti mesi, edizioni destinate a rapporti associativi o libri venduti attraverso il commercio elettronico.

Il comma 6 prevede l'ipotesi di prezzo complessivo di collane, collezioni o grandi opere, diverso dalla somma dei prezzi dei singoli volumi.

Il comma 7 esclude l'applicazione delle norme relative alle vendite promozionali alle vendite di libri.

Il comma 8 individua le sanzioni da applicare in caso di violazione delle disposizioni dell'articolo.

Il comma 9 attribuisce ai comuni la vigilanza sul rispetto delle precedenti disposizioni.

L'articolo 16 fa salva ogni competenza attribuita all'Autorità garante della concorrenza e del mercato dalla legge 10 ottobre 1990, n. 287.

Il capo IV della presente proposta di legge, recante « Sostegno alle imprese, alla diffusione dei prodotti editoriali, agli investimenti in innovazione e all'occupazione », delinea il nuovo quadro delle misure pubbliche di sostegno all'editoria. Si tratta di un insieme di diverse tipologie di intervento, sia dirette sia indirette, che, razionalizzando la normativa già vigente in materia di provvidenze, si propone di superare la tradizionale centralità dei contributi « a fondo perduto », in favore di agevolazioni, anche di carattere fiscale, destinate a incentivare le imprese editoriali al fine di incrementare la competitività, privilegiando gli aspetti dell'innovazione tecnologica e dello sviluppo occupazionale.

L'articolo 17 individua le finalità alla base degli interventi di sostegno.

Gli articoli 18, 19, 20 e 21 prevedono la nuova disciplina articolata nell'individuazione dei soggetti beneficiari (articolo 18), delle condizioni per l'accesso (articolo 19), della quantificazione e dei limiti (articolo 20). L'articolo 21 istituisce un fondo per l'editoria periodica.

Per quanto riguarda i soggetti beneficiari, l'articolo 18 riprende le indicazioni già presenti nell'attuale disciplina di cui all'articolo 3 della legge n. 250 del 1990, chiarendo che i soggetti beneficiari di contributi diretti sono le cooperative giornalistiche, i giornali politici, le imprese editrici di giornali quotidiani la cui maggioranza di azioni o di quote è detenuta da cooperative, fondazioni ed enti morali, quotidiani di minoranze linguistiche e quotidiani in lingua italiana all'estero. Rispetto alla normativa

vigente sono peraltro introdotti importanti elementi di trasparenza nei requisiti di accesso e di razionalizzazione delle modalità di calcolo dei contributi, volti a impedire il costituirsi e il permanere nella platea dei beneficiari di posizioni di comodo, intervenendo nel contempo sui meccanismi espansivi della spesa.

Tra i principali punti di novità, in particolare, l'articolo 18, comma 1, lettera *a*), elenca in maniera puntuale gli adempimenti societari e statutari richiesti alle cooperative giornalistiche per accedere ai contributi, mentre l'articolo 19, comma 1, lettera *b*), introduce, tra i requisiti di accesso, quello del rispetto di uno *standard* occupazionale minimo (cinque giornalisti per le testate quotidiane e tre per quelle periodiche). A maggiore garanzia di un'effettiva presenza sul mercato editoriale delle testate agevolate, inoltre, sono previsti, alla lettera *e*) del medesimo comma 1 dell'articolo 19, incrementi per quanto riguarda i livelli minimi di diffusione per le testate nazionali e locali, mentre al comma 2 dello stesso articolo è ridotta l'ammissibilità, ai fini dell'accesso ai contributi, delle vendite in blocco, per le quali è anche fissata una soglia massima di sconto.

La lettera *b*) del comma 1 dell'articolo 18 è finalizzata a definire le caratteristiche dei giornali organi di forze politiche, sotto il duplice e contestuale profilo dell'esplicita dichiarazione di appartenenza al partito o movimento e della presenza di un proprio gruppo parlamentare nell'anno di riferimento. A tale proposito, per armonizzare la permanenza nel sistema delle provvidenze di realtà editoriali sviluppatesi come giornali politici nell'ambito della disciplina previgente, il comma 4 dell'articolo 19 stabilisce un periodo transitorio di un anno dalla data di entrata in vigore della legge, per favorirne la trasformazione in cooperative giornalistiche.

La lettera *c*) del comma 1 dell'articolo 18 dispone che possono accedere ai contributi le imprese editrici la cui maggioranza è detenuta da cooperative, fondazioni o enti morali, a condizione che tali

imprese abbiano già maturato il diritto ai contributi alla data del 31 dicembre 2005.

Specifiche disposizioni dell'articolo 19 disciplinano l'accesso ai contributi da parte di soggetti già ricompresi nell'attuale disciplina di cui al citato articolo 3 della legge n. 250 del 1990.

La determinazione delle modalità di calcolo dei contributi e delle relative procedure istruttorie è prevista dall'articolo 20. Tale normativa fissa direttamente i limiti dei contributi, nella misura fissa, da calcolare sui costi del bilancio di esercizio relativi alla testata, e nella misura variabile, in base a scaglioni di tiratura. Nel comma 2 dell'articolo 20 è sancito il principio che il contributo finale erogabile non può comunque superare il 50 per cento dei costi della testata per le altre imprese editrici di giornali quotidiani.

Un'altra significativa innovazione, infine, è costituita dalla previsione dell'articolo 21, relativa ai contributi destinati a periodici editi da imprese minori di particolare valore sociale. La norma riforma in maniera radicale l'attuale disciplina del comma 3 dell'articolo 3 della legge n. 250 del 1990, eliminando l'anacronistico riferimento temporale che ne limitava i benefici alle sole testate già pubblicate nel biennio 1988-1989 e istituendo nel contempo, per evitare i possibili effetti dell'allargamento della platea dei beneficiari in termini di aumento di spesa, un fondo dedicato con un limite di spesa di 10 milioni di euro annui e l'eventuale ripartizione proporzionale dei contributi.

Con l'obiettivo di garantire adeguate misure di sostegno finalizzate ad incentivare le spedizioni in abbonamento di giornali quotidiani, periodici e libri, all'articolo 22 si propone di superare l'attuale sistema delle agevolazioni tariffarie postali, basato su un meccanismo di rimborso a consuntivo, in favore della società Poste Italiane Spa, dell'ammontare delle compensazioni derivanti dall'applicazione di tariffe ridotte per la spedizione postale di prodotti editoriali. Tale procedura, oltre a generare una dinamica di spesa non controllabile preventivamente e in costante aumento, contrasta con il processo di

liberalizzazione dei servizi postali voluto dalla normativa comunitaria in materia.

Il comma 1, pertanto, prevede il passaggio, per le imprese editrici di giornali quotidiani e periodici e per le imprese editrici di libri, dalla fruizione di tariffe postali, già agevolate in base alla normativa previgente, a un regime di mercato. Al nuovo regime è applicato un credito di imposta per le spese sostenute per le spedizioni delle testate in abbonamento, qualunque sia il vettore utilizzato. La finalità è di mantenere un'agevolazione per le imprese, utilizzando una tipologia di intervento che per la sua flessibilità si è già dimostrata particolarmente gradita agli operatori del settore editoriale, incentivandone, nel contempo, una razionalizzazione dei costi di distribuzione, anche attraverso l'attivazione di una rete di abbonamenti presso i punti vendita.

Il comma 2 determina l'ammontare del credito di imposta riconoscibile, in misura del 50 per cento della spesa sostenuta. È prevista, nel contempo, l'introduzione di un parametro unitario di costo di riferimento, individuato nella tariffa postale ordinaria.

Il comma 3 prevede la fissazione di un tetto complessivo di 180 milioni di euro per l'anno 2009, di 170 milioni di euro per l'anno 2010 e di 160 milioni di euro a decorrere dall'anno 2011.

Il comma 4 rimanda a un successivo decreto del Presidente del Consiglio dei ministri la determinazione delle modalità di calcolo di riconoscimento e di fruizione del credito di imposta.

Il comma 5 prevede il mantenimento dell'attuale disciplina delle agevolazioni tariffarie postali (articolo 1, commi 2 e 3, e articolo 3, comma 1, del decreto-legge 24 dicembre 2003, n. 353, convertito, con modificazioni, dalla legge 27 febbraio 2004, n. 46) in favore dei soggetti che, svolgendo attività editoriale in forma non lucrativa, non potrebbero utilizzare lo strumento del credito di imposta. Per contenere gli effetti della disposizione sulla spesa pubblica è fissato, per questa tipologia di agevolazione, un tetto complessivo annuo di 100 milioni di euro.

Il comma 6 subordina l'efficacia delle disposizioni all'autorizzazione della Commissione europea, come previsto dall'articolo 88, paragrafo 3, del trattato istitutivo della Comunità europea.

Altra forma di sostegno alle imprese editoriali, finalizzata allo sviluppo delle nuove tecnologie dell'informazione e alla multimedialità, è rappresentata, all'articolo 22, dall'estensione del credito di imposta, per investimenti finalizzati all'innovazione, agli operatori del mercato editoriale. Il sostegno rientrerà nel sistema di riordino degli incentivi alle imprese tramite appositi decreti legislativi adottati dal Governo in attuazione della delega prevista dall'articolo in oggetto.

Altra forma di sostegno è realizzata, ai sensi dell'articolo 24, con il rifinanziamento del Fondo per la mobilità e la riqualificazione professionale dei giornalisti, di cui all'articolo 15 della legge 7 marzo 2001, n. 62. Tale Fondo, con una datazione annua di 5 milioni di euro a decorrere dall'anno 2009, intende agevolare gli interventi di sostegno in favore dei giornalisti dimissionari a seguito dello stato di crisi delle imprese di appartenenza.

L'articolo 25 prevede che con decreto interministeriale siano definite le modalità di applicazione degli esoneri contributivi con riferimento ai giornalisti dipendenti, al fine dell'armonizzazione del regime previdenziale.

L'articolo 26 prevede l'istituzione, presso il Ministero del lavoro, della salute e delle politiche sociali, dell'Osservatorio per l'occupazione nell'editoria, con il compito di monitorare le ricadute per l'occupazione e per le professionalità del settore derivanti anche dalla diffusione delle nuove tecnologie. L'Osservatorio è composto da rappresentanti del Ministero del lavoro, della salute e delle politiche sociali, del Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri e delle parti sociali. Ai componenti dell'Osservatorio non compete alcun compenso o rimborso per l'attività svolta.

L'articolo 27 riporta la clausola prevista dall'articolo 16-bis, comma 11, della legge 4 febbraio 2005, n. 11, in base alla quale non può beneficiare di nuovi aiuti chi non ha restituito aiuti illegittimamente percepiti in passato.

Il capo V riguarda la promozione della lettura.

L'articolo 28, relativo alla distribuzione di giornali quotidiani nelle scuole e nelle università, dispone, per le imprese che percepiscono contributi diretti ai sensi della legge, l'obbligo di fornire a scuole e università copie dei propri giornali quotidiani, che non concorrono a determinare la percentuale di diffusione della testata ai fini dell'ammissione ai contributi. Le copie saranno utilizzate come materiale didattico e di diffusione dell'informazione e della cultura. Un decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, emanato su proposta del Ministro dell'istruzione, dell'università e della ricerca, previo parere della Commissione tecnica consultiva per l'editoria, stabilirà la quantità, le condizioni e la modalità della fornitura.

Il capo VI riguarda il raccordo con la normativa regionale.

Poiché la materia dell'ordinamento della comunicazione è prevista tra le materie di legislazione concorrente, ai sensi dell'articolo 117, terzo comma, della Costituzione, l'articolo 29 dispone che i principi desumibili dai capi IV e V costituiscono principi fondamentali della materia, ai quali le regioni dovranno attenersi nell'esercizio della propria potestà legislativa.

Il capo VII contiene la delega al Governo per la redazione di un testo unico.

L'articolo 30 prevede la delega al Governo ed è formulato sulla base di una scelta motivata, *in primis*, dall'adeguatezza di tale strumento normativo rispetto alla materia trattata.

La normativa sull'editoria presenta, infatti, notevoli complessità tecniche ed è il risultato di una copiosa stratificazione nel tempo di norme di livello primario e secondario, che necessitano di un riordino completo e sistematico.

Un'ulteriore motivazione risiede nel fatto che la delega consente di definire con

precisione l'oggetto e i limiti della stessa delega da parte del Parlamento al Governo in questo ambito strategicamente delicato.

Nei principi e criteri direttivi è espresso lo spirito della presente proposta di legge, coerente anche con finalità di coordinamento formale e sostanziale della normativa sull'editoria con quella sul diritto d'autore, data la peculiarità del prodotto editoriale rispetto agli altri beni materiali, dai quali differisce per la natura mista. È infatti tipica soltanto del prodotto editoriale la duplice componente che unisce, in un bene unitario, l'elemento immateriale, consistente nel libero pensiero di colui che informa o comunica, con la parola o con lo scritto ovvero con qualsiasi altro mezzo di espressione, e l'elemento materiale, dato dal supporto attraverso il quale il primo elemento trova espressione concreta. Per questo nella proposta di legge sono rafforzate la centralità del prodotto editoriale e l'attenzione alla sua evoluzione nel tempo presente e futuro, in linea con la tendenza a esaltare i principi, già costituzionalmente garantiti, di tutela del libero pensiero, del pluralismo informativo e comunicativo, della cultura e dello sviluppo.

Lo strumento adottato è, pertanto, particolarmente mirato anche alla tutela della trasparenza, della concorrenza del mercato e della garanzia in tema di responsabilità degli operatori dell'informazione, in armonia con il panorama normativo europeo e con il dettato costituzionale.

Risulta utilmente perseguita anche la coerenza con il sistema delle Conferenze, per esplicito richiamo al necessario parere della Conferenza unificata e delle competenti Commissioni parlamentari. Qualora il termine per esprimere i suddetti pareri sia decorso infruttuosamente, si procede comunque all'adozione del decreto legislativo. È di fondamentale evidenza, quindi, il principio generale per cui tutti i soggetti istituzionali che rappresentano gli interessi coinvolti devono essere chiamati a esprimersi, nel rispetto degli obblighi formali e sostan-

ziali dettati per la completezza e la correttezza del procedimento legislativo *in itinere*.

L'intento di riordino sistematico e di raccolta organica di norme del settore è perseguito, inoltre, attraverso la delegificazione delle materie che esulano dalla riserva di legge e, ancora, attraverso la dichiarata intenzione di abrogare esplicitamente le norme non più vigenti o incompatibili con il nuovo testo.

Il termine stabilito per l'adozione del decreto legislativo delegato da parte del Governo, ai sensi dell'articolo 14 della legge 23 agosto 1988, n. 400, è di dodici mesi dalla data di entrata in vigore della legge e risulta essere quindi strettamente connesso con l'ulteriore termine di dodici mesi stabilito per l'emanazione di eventuali ulteriori decreti legislativi correttivi o integrativi.

La previsione espressa nella stessa legge di delega di due scadenze differenziate corrisponde ad una prassi legislativa ormai diffusa, assicurando un congruo termine per valutare le necessità di modifica emerse successivamente.

Per dare piena attuazione all'operazione di riordino normativo, oltre alla nuova scrittura di quelle primarie, è previsto che segua una raccolta organica delle norme regolamentari, di natura attuativa ed esplicativa, anche e soprattutto in attuazione del richiamato principio di delegificazione.

Il capo VIII prevede la clausola di copertura finanziaria, le abrogazioni e le disposizioni finali.

Quanto alla prima, l'articolo 31, per fare fronte agli oneri derivanti dall'attuazione degli articoli 21, 24 e 25, prevede la riduzione dell'importo corrispondente in Tabella C della legge 24 dicembre 2007, n. 244 (legge finanziaria 2008) dovuta a risparmi nell'applicazione delle nuove disposizioni sui contributi.

Gli articoli 32 e 33 individuano rispettivamente le disposizioni oggetto di abrogazione e le disposizioni finali.

PROPOSTA DI LEGGE

CAPO I

PRINCÌPI

ART. 1.

(Finalità generali).

1. La presente legge disciplina il settore dell'editoria quotidiana, periodica e libraria e ha per finalità la tutela e la promozione del principio del pluralismo dell'informazione stabilito dall'articolo 21 della Costituzione e inteso come libertà di informare e come diritto ad essere informati.

2. La presente legge è altresì finalizzata all'arricchimento della produzione e della circolazione dei prodotti editoriali, allo sviluppo delle imprese e del settore editoriale in conformità ai principi della concorrenza e del pluralismo, al sostegno all'innovazione e all'occupazione, nonché alla razionalizzazione e alla trasparenza delle provvidenze pubbliche, nel rispetto dei principi affermati dallo stesso articolo 21 della Costituzione, delle competenze assegnate alle regioni dall'articolo 117 della Costituzione, delle norme comunitarie e della giurisprudenza costituzionale.

CAPO II

PRODOTTO E ATTIVITÀ EDITORIALI

ART. 2.

(Definizione di prodotto editoriale).

1. Ai fini della presente legge, per prodotto editoriale si intende qualsiasi prodotto contraddistinto da finalità di informazione, di formazione, di divulgazione o di intrattenimento e destinato alla pubblicazione, quali che siano la forma nella quale esso è realizzato e il mezzo con il quale esso viene diffuso.

2. Non costituiscono prodotti editoriali quelli destinati alla sola informazione

aziendale, sia ad uso interno sia presso il pubblico.

3. La presente legge non si applica ai prodotti discografici e audiovisivi, fatti salvi i casi in cui tale applicazione sia espressamente prevista.

ART. 3.

(Tutela del prodotto editoriale).

1. L'originalità del prodotto editoriale è riconosciuta e tutelata come espressione dell'intelligenza e del lavoro della persona. La protezione della proprietà intellettuale del prodotto editoriale tiene conto dell'interesse generale alla circolazione delle informazioni e alla diffusione della conoscenza.

ART. 4.

(Rassegne stampa).

1. I soggetti che attraverso la sola riproduzione di articoli quotidiani o periodici realizzano rassegne stampa, ivi comprese quelle ad uso interno, sono tenuti a riconoscere i diritti degli autori degli articoli riprodotti e degli editori delle testate da cui gli articoli sono tratti.

ART. 5.

(Prodotti editoriali integrativi o collaterali).

1. Ai fini della presente legge, per prodotti editoriali integrativi o collaterali si intendono i prodotti editoriali, compresi i prodotti discografici e audiovisivi, diffusi unitamente al prodotto editoriale principale.

2. I prodotti editoriali integrativi o collaterali seguono il regime giuridico applicato al prodotto principale al quale sono uniti. Le disposizioni del presente comma non hanno effetti ai fini fiscali.

3. All'articolo 74, comma 1, lettera c), del decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 633, le parole: « ; se il costo del bene ceduto, anche gratui-

tamente, congiuntamente alla pubblicazione è superiore al dieci per cento del prezzo o dell'intera confezione» sono sostituite dalle seguenti: « ; in tale caso ».

ART. 6.

(Esercizio dell'attività editoriale).

1. Ai fini della presente legge, per attività editoriale si intende ogni attività diretta alla realizzazione e alla distribuzione di prodotti editoriali, nonché alla relativa raccolta pubblicitaria. L'esercizio dell'attività editoriale può essere svolto anche in forma non imprenditoriale per finalità non lucrative.

ART. 7.

(Registro degli operatori di comunicazione).

1. Ai fini della tutela della trasparenza, della concorrenza e del pluralismo nel settore editoriale, tutti i soggetti che esercitano l'attività editoriale sono tenuti all'iscrizione nel Registro degli operatori di comunicazione, di cui all'articolo 1, comma 6, lettera *a*), numero 5), della legge 31 luglio 1997, n. 249. Sono esclusi dall'obbligo della registrazione i soggetti che operano come punti finali di vendita dei prodotti editoriali.

2. L'iscrizione nel Registro degli operatori di comunicazione è condizione per l'inizio delle pubblicazioni dei giornali quotidiani e dei periodici, e sostituisce a tutti gli effetti la registrazione presso il tribunale, di cui all'articolo 5 della legge 8 febbraio 1948, n. 47. Sono fatti salvi i diritti già acquisiti da parte dei soggetti tenuti a tale registrazione in base al citato articolo 5 della legge n. 47 del 1948.

3. La tenuta del Registro degli operatori di comunicazione è curata dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera *a*), numero 5), della legge 31 luglio 1997, n. 249.

4. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni adotta un regolamento per

l'organizzazione e la tenuta del Registro degli operatori di comunicazione nonché per la definizione dei criteri di individuazione dei soggetti e delle imprese tenuti all'iscrizione ai sensi della presente legge mediante modalità analoghe a quelle già adottate in attuazione dell'articolo 1, comma 6, della legge 31 luglio 1997, n. 249, e nel rispetto delle disposizioni stabilite nell'articolo 5 della legge 8 febbraio 1948, n. 47.

ART. 8.

(Attività editoriale sulla rete internet).

1. L'iscrizione nel Registro degli operatori di comunicazione dei soggetti che svolgono attività editoriale sulla rete *internet* rileva anche ai fini dell'applicazione delle norme sulla responsabilità connessa ai reati a mezzo stampa.

2. Per le attività editoriali svolte sulla rete *internet* dai soggetti pubblici si considera responsabile colui che ha il compito di autorizzare la pubblicazione delle informazioni.

3. Sono esclusi dall'obbligo dell'iscrizione nel Registro degli operatori di comunicazione i soggetti che accedono alla rete *internet* o che operano sulla stessa in forme o con prodotti, quali i siti personali o a uso collettivo, che non costituiscono il frutto di un'organizzazione imprenditoriale del lavoro.

CAPO III

SETTORE EDITORIALE

ART. 9.

(Divieto di posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo).

1. Il settore editoriale si conforma ai principi della concorrenza e del pluralismo.

2. L'individuazione e la definizione dei mercati rilevanti che compongono il set-

tore editoriale sono effettuate dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, sentita l'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

3. I mercati rilevanti del settore editoriale hanno, di norma, dimensione nazionale; tuttavia, qualora l'analisi evidenziasse l'esistenza di mercati omogenei su base regionale o interregionale, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni può definirne diversamente l'ambito geografico.

4. Nel settore editoriale e in ciascuno dei mercati rilevanti che lo compongono sono vietati la costituzione o il mantenimento, anche attraverso società controllate, controllanti o collegate ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile, di posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo.

5. Fermi restando i limiti relativi alla tiratura e alla raccolta pubblicitaria di cui all'articolo 3, comma 1, della legge 25 febbraio 1987, n. 67, e successive modificazioni, e all'articolo 12 della legge 5 agosto 1981, n. 416, e successive modificazioni, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni accerta l'esistenza di posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo nel settore editoriale e in ciascuno dei mercati rilevanti che lo compongono. Nel formulare il proprio giudizio, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni tiene conto del livello di concorrenza all'interno del mercato rilevante, delle barriere all'ingresso nello stesso, dei ricavi delle imprese in rapporto ai ricavi del mercato rilevante e dei mercati connessi, dell'efficienza economica delle imprese, della diffusione dei prodotti editoriali nonché di ulteriori elementi di valutazione definiti dalla medesima Autorità.

6. Gli atti giuridici, le operazioni di concentrazione e le intese che contrastano con i divieti e con i limiti di cui al presente articolo sono nulli.

ART. 10.

(Rimozione delle posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo).

1. I soggetti che operano nel settore editoriale sono tenuti a comunicare pre-

ventivamente all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni le acquisizioni, le intese e le operazioni di concentrazione alle quali partecipino.

2. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, a seguito delle comunicazioni di cui al comma 1, su segnalazione di chi vi abbia interesse o d'ufficio, verifica che non si costituiscano o si mantengano posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo. Qualora accerti che un soggetto si trovi nella condizione di poter violare i divieti e i limiti di cui all'articolo 9, adotta un atto di pubblico richiamo, segnalando agli interessati la situazione di rischio.

3. Ferma restando la nullità di cui all'articolo 9, comma 6, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, a seguito di un'istruttoria svolta nel rispetto del principio del contraddittorio, adotta i provvedimenti necessari per eliminare o per impedire la costituzione o il mantenimento delle situazioni vietate. Ove accerti il compimento di atti o di operazioni idonei a determinare una posizione dominante o comunque lesiva del pluralismo, ne inibisce la prosecuzione e ne ordina la rimozione. Ove risulti indispensabile la dismissione di aziende o di rami di azienda, fissa un termine, che non può essere inferiore a sei mesi e superiore a diciotto mesi, entro il quale gli interessati devono provvedere alla dismissione.

4. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, con proprio regolamento adottato nel rispetto dei criteri di partecipazione e di trasparenza di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241, disciplina i provvedimenti di cui al comma 3, i relativi procedimenti e le modalità di comunicazione. In particolare, ai soggetti interessati sono assicurati la notifica dell'apertura dell'istruttoria e la possibilità di presentare proprie deduzioni in ogni fase dell'istruttoria. All'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni è assicurato il potere di richiedere ai soggetti interessati e a terzi che ne siano in possesso di fornire informazioni e di esibire documenti utili all'istruttoria stessa. L'Autorità è tenuta a rispettare gli obblighi di riservatezza ine-

renti la tutela delle persone o delle imprese su notizie, informazioni e dati in conformità alla normativa vigente in materia di tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento di dati personali.

5. Le imprese editrici perdono il diritto alle provvidenze e alle agevolazioni previste dalla legge a decorrere dal momento in cui si è determinata la posizione dominante o comunque lesiva del pluralismo, accertata dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, e per tutto il periodo in cui tale posizione viene mantenuta.

6. In caso di inottemperanza ai provvedimenti adottati dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ai sensi del presente articolo, si applica ai soggetti interessati una sanzione amministrativa pecuniaria non inferiore al 2 per cento e non superiore al 5 per cento del fatturato realizzato nell'ultimo esercizio chiuso anteriormente alla notificazione del pubblico richiamo o dell'apertura dell'istruttoria.

ART. 11.

(Mercato della pubblicità destinata ai prodotti editoriali).

1. Al fine di garantire i principi di concorrenza e di pluralismo, gli operatori del mercato della pubblicità destinata ai prodotti editoriali organizzano la propria attività nel rispetto della trasparenza delle politiche commerciali, della correttezza e dell'attendibilità delle indagini di rilevazione e dei dati relativi alla lettura e alla diffusione dei prodotti editoriali.

ART. 12.

(Attività di intermediazione sulla pubblicità).

1. Ai fini della presente legge, per attività di intermediazione sulla pubblicità si intendono:

a) la ricerca e l'acquisto, per conto di terzi, di spazi sui mezzi di informazione e

di comunicazione, comprese le reti elettroniche, per la pubblicazione e per la diffusione di messaggi pubblicitari;

b) la valutazione, la pianificazione, la gestione e il controllo degli investimenti nonché ogni altra prestazione connessa all'acquisto degli spazi di cui alla lettera a).

2. I soggetti che esercitano l'attività di intermediazione sulla pubblicità possono acquistare spazi pubblicitari sui mezzi di informazione e di comunicazione, comprese le reti elettroniche, esclusivamente per conto di un committente e sulla base di un mandato scritto.

3. Il contratto tra il committente e l'intermediario fissa le condizioni della remunerazione del mandatario, le diverse prestazioni che saranno offerte e il loro singolo costo.

4. Gli esercenti attività di intermediazione sulla pubblicità non possono ricevere alcuna remunerazione o vantaggio da parte di soggetti diversi dai committenti.

5. Le disposizioni di cui ai commi 2, 3 e 4 entrano in vigore a decorrere dal 1° gennaio 2010.

6. Sono nulli i contratti stipulati in violazione delle disposizioni del presente articolo.

ART. 13.

(Distribuzione dell'editoria quotidiana e periodica).

1. Gli operatori della distribuzione dell'editoria quotidiana e periodica nelle concrete pratiche commerciali, nei diversi passaggi e ad ogni stadio, nazionale o locale, della filiera distributiva, rispettano i principi della concorrenza e del pluralismo e garantiscono la parità di trattamento tra le testate giornalistiche.

2. Al fine di favorire una maggiore diffusione della stampa, gli operatori della distribuzione si conformano ai principi della concorrenza e del pluralismo secondo condizioni di pari opportunità sul territorio nazionale e locale, nonché di

migliore accessibilità all'acquisto dei prodotti editoriali per i consumatori finali.

ART. 14.

(Sanzioni e vigilanza).

1. Salvo che il fatto costituisca reato, chiunque effettua indagini di rilevazione sulla lettura e la diffusione dei prodotti editoriali in violazione degli obblighi di correttezza e di attendibilità indicati all'articolo 11, ovvero effettua tali indagini con modalità non trasparenti o discriminatorie, è soggetto alla sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 euro a 300.000 euro.

2. La disposizione del comma 1 si applica anche nel caso di intenzionale pubblicazione e divulgazione di dati non veritieri, incompleti o inesatti relativi alla lettura e alla diffusione dei prodotti editoriali.

3. Salvo che il fatto costituisca reato, chiunque effettua operazioni di distribuzione di prodotti dell'editoria quotidiana e periodica con modalità che non rispettano i principi di concorrenza, di pluralismo o di parità di trattamento tra le testate giornalistiche di cui all'articolo 13, è soggetto alla sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 euro a 300.000 euro.

4. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni vigila sull'osservanza delle disposizioni contenute negli articoli 11, 12 e 13, dichiara la nullità dei contratti ai sensi di quanto previsto dal comma 6 dell'articolo 12 e applica le sanzioni amministrative previste dai commi 1, 2 e 3 del presente articolo.

ART. 15.

(Interventi sulla disciplina del prezzo dei libri).

1. Il prezzo dei libri venduti sul territorio nazionale praticato al consumatore finale è liberamente fissato dall'editore o dall'importatore ed è da questi apposto, comprensivo dell'imposta sul valore ag-

giunto, su ciascun esemplare o su un apposito allegato.

2. È consentita la vendita dei libri ai consumatori finali, da chiunque e con qualsiasi modalità effettuata, con sconti fino ad una percentuale massima del 15 per cento sul prezzo fissato.

3. Agli editori è comunque consentito di realizzare campagne promozionali, per un periodo non superiore a un mese, con sconti sul prezzo fissato che eccedono il limite fissato al comma 2. È fatta salva la facoltà dei venditori al dettaglio di non aderire a tali campagne promozionali.

4. È altresì consentita la vendita di libri con sconti fino ad una percentuale massima del 20 per cento sul prezzo fissato:

a) in occasione di manifestazioni di particolare rilevanza internazionale, nazionale, regionale e locale, ai sensi degli articoli 40 e 41 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 112;

b) in favore di organizzazioni non lucrative di utilità sociale, di centri di formazione legalmente riconosciuti, di istituzioni o di centri con finalità scientifiche o di ricerca, di biblioteche, di archivi e di musei pubblici, di istituzioni scolastiche di ogni ordine e grado, di istituzioni educative e di università, i quali siano consumatori finali;

c) quando i libri sono venduti per corrispondenza.

5. I commi 1 e 2 non si applicano ai seguenti prodotti:

a) libri per bibliofili, intesi come quelli pubblicati a tiratura limitata per un ambito ristretto e di elevata qualità formale e tipografica;

b) libri d'arte, intesi come quelli stampati, anche parzialmente, con metodi artigianali per la riproduzione delle opere artistiche, quelli con illustrazioni eseguite direttamente a mano e quelli che sono rilegati in forma artigianale;

c) libri antichi e di edizioni esaurite;

d) libri usati;

e) libri posti fuori catalogo dall'editore;

f) libri pubblicati da almeno venti mesi e dopo che sono trascorsi almeno sei mesi dall'ultimo acquisto effettuato dalla libreria o da altro venditore al dettaglio;

g) edizioni destinate a essere cedute nell'ambito di rapporti associativi;

h) libri venduti nell'ambito di attività di commercio elettronico.

6. Il prezzo complessivo di collane, di collezioni complete e di grandi opere, fissato ai sensi del comma 1 in via preventiva, può essere diverso dalla somma dei prezzi dei singoli volumi che le compongono.

7. Alla vendita dei libri non si applicano le norme in materia di vendite promozionali, di saldi di fine stagione e di disciplina del settore della distribuzione commerciale, di cui all'articolo 3, commi 1, lettere e) e f), 3 e 4, del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006, n. 248.

8. La vendita di libri al consumatore finale, effettuata in difformità dalle disposizioni del presente articolo, comporta l'applicazione delle sanzioni di cui agli articoli 22, comma 3, e 29, commi 2 e 3, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.

9. Il comune vigila sul rispetto delle disposizioni del presente articolo e provvede all'accertamento e all'irrogazione delle sanzioni previste al comma 8; i relativi proventi sono attribuiti al comune nel quale le violazioni hanno avuto luogo.

ART. 16.

(Competenze dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato).

1. Nelle materie di cui al presente capo restano ferme le competenze dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato previste dalla legge 10 ottobre 1990, n. 287.

CAPO IV

SOSTEGNO ALLE IMPRESE, ALLA DIFFUSIONE DEI PRODOTTI EDITORIALI, AGLI INVESTIMENTI PER L'INNOVAZIONE E ALL'OCCUPAZIONE

ART. 17.

(Finalità).

1. Al fine di promuovere il pluralismo dell'informazione, la cultura e la lingua italiana e la tutela delle minoranze linguistiche sono previsti gli interventi di sostegno delle imprese, della diffusione dei prodotti editoriali, dell'innovazione tecnologica e dell'ingresso di nuovi operatori sul mercato, della qualificazione professionale e dell'occupazione di cui al presente capo.

2. Gli interventi di sostegno di cui al comma 1 non possono concorrere a determinare in favore delle imprese beneficiarie ingiuste posizioni di vantaggio nel mercato.

ART. 18.

(Contributi diretti all'editoria quotidiana e periodica. Categorie e requisiti).

1. Sono concessi contributi diretti a favore di:

a) cooperative giornalistiche editrici di giornali quotidiani e di periodici costituite da almeno cinque anni, ai sensi degli articoli 2511 e seguenti del codice civile, composte esclusivamente da giornalisti professionisti, pubblicisti, poligrafici o grafici editoriali, e che associano almeno il 50 per cento dei giornalisti dipendenti. Gli statuti devono inoltre consentire che siano ammessi come soci tutti i giornalisti dipendenti che ne facciano richiesta. Tali cooperative devono pubblicare da almeno cinque anni la testata per la quale richiedono i contributi. In caso di cambiamento della periodicità della testata da periodico a giornale quotidiano, anche durante il quinquennio di maturazione dei contributi, il requisito di anzianità deve essere

considerato con riferimento alla nuova periodicità;

b) imprese editrici di giornali quotidiani e di periodici, anche sulla rete *internet*, che sono riconosciuti come propria espressione, limitatamente ad una sola testata e per esplicita menzione riportata nella testata stessa, da forze politiche che, nell'anno di riferimento dei contributi, hanno costruito il proprio gruppo parlamentare in una delle Camere o hanno almeno due membri del Parlamento europeo spettanti all'Italia eletti nelle proprie liste;

c) imprese editrici di giornali quotidiani costituite in forma societaria, la cui maggioranza delle azioni o quote è detenuta da cooperative, fondazioni o enti morali senza finalità di lucro, a condizione che alla data del 31 dicembre 2005 abbiano già maturato il diritto ai contributi previsti dall'articolo 3, comma 2-*bis*, della legge 7 agosto 1990, n. 250;

d) imprese editrici di giornali quotidiani interamente o parzialmente realizzati in lingua francese, tedesca, ladina o slovena ed editi e diffusi nelle regioni autonome Valle d'Aosta, Trentino-Alto Adige e Friuli Venezia Giulia;

e) imprese editrici che editano da almeno cinque anni giornali quotidiani italiani pubblicati e diffusi all'estero, limitatamente ad una sola testata e a condizione che siano in possesso dei requisiti di cui alle lettere a), c) e f) del comma 1 dell'articolo 19.

ART. 19.

(Contributi diretti all'editoria quotidiana e periodica. Condizioni per l'accesso).

1. Le imprese editrici indicate all'articolo 18, ad eccezione delle imprese di cui alla lettera e) del comma 1 del medesimo articolo, accedono ai contributi diretti ivi previsti limitatamente a una sola testata e a condizione che:

a) abbiano adottato con norma statutaria il divieto di distribuzione degli utili

nell'esercizio di riscossione dei contributi e nei cinque esercizi successivi;

b) abbiano alle proprie dipendenze, nell'anno di riferimento dei contributi, almeno cinque giornalisti, se testate quotidiane, o almeno tre giornalisti, se testate periodiche, a tempo pieno e a norma del contratto collettivo nazionale di lavoro;

c) la testata per la quale sono richiesti i contributi sia posta in vendita e abbia un numero di uscite almeno pari a 240 numeri all'anno per i quotidiani, a 45 numeri all'anno per i plurisettimanali e per i settimanali, a 18 numeri all'anno per i quindicinali, a 9 numeri all'anno per i mensili e a 5 numeri all'anno per i bimestrali;

d) la testata per la quale sono richiesti i contributi non sia posta in vendita congiuntamente con altre testate nazionali o locali nell'anno di riferimento dei contributi medesimi o in periodi parziali di esso;

e) la testata abbia una diffusione pari ad almeno il 30 per cento della tiratura complessiva se testata a diffusione nazionale e ad almeno il 60 per cento se testata a diffusione locale. Tale condizione non si applica alle imprese di cui all'articolo 18, comma 1, lettera b);

f) abbiano acquisito, nell'anno di riferimento dei contributi, ricavi pubblicitari non superiori al 40 per cento dei costi complessivi dell'impresa, compresi gli ammortamenti risultanti dal bilancio di esercizio dell'anno medesimo. Nell'ipotesi in cui i ricavi pubblicitari risultino superiori al 20 per cento dei costi complessivi dell'impresa, il contributo finale calcolato, compresa l'eventuale applicazione dei limiti di cui al comma 2 dell'articolo 20, è ridotto della percentuale pari alla differenza tra la percentuale dei ricavi pubblicitari, individuati ai sensi della presente lettera, e il predetto limite del 20 per cento;

g) abbiano sottoposto l'intero bilancio dell'esercizio cui si riferiscono i contributi, i costi relativi all'edizione della testata per la quale richiedono i contri-

buti nonché i dati relativi alla tiratura e alla diffusione, compresi i dettagli relativi alle vendite in blocco, a revisione contabile effettuata da parte di una società scelta tra quelle di cui all'apposito elenco previsto dalla Commissione nazionale per le società e la borsa (CONSOB). Le imprese di cui alla lettera *e*) del comma 1 dell'articolo 18 devono allegare alla domanda i bilanci corredati da una relazione di revisione da parte di società abilitate secondo la normativa dello Stato in cui ha sede l'impresa.

2. Ai fini dell'ammissione ai contributi diretti, si intende per diffusione l'insieme delle vendite e degli abbonamenti effettuati a titolo oneroso, con sconti in nessun caso superiori al 50 per cento del prezzo di copertina. Ai medesimi fini, le vendite in blocco, regolarmente fatturate e con sconti non superiori al 50 per cento del prezzo di copertina, concorrono a determinare la diffusione della testata in misura non superiore a un quinto della percentuale di diffusione minima prevista.

3. Ai fini dell'ammissione ai contributi diretti, si intende per testata locale quella la cui diffusione è concentrata per almeno il 70 per cento in non più di quattro regioni italiane.

4. Le cooperative editrici costituite ai sensi e per gli effetti dell'articolo 153, comma 4, della legge 23 dicembre 2000, n. 388, nonché le imprese editrici di giornali quotidiani o di periodici che perdono la qualifica di organo di forze politiche definita ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), della presente legge continuano a percepire i contributi, a condizione che, entro un anno dalla data di entrata in vigore della presente legge, si trasformino in cooperative giornalistiche ai sensi del medesimo articolo 18, comma 1, lettera *a*), ad esclusione dell'applicazione dei requisiti di anzianità di costituzione e di pubblicazione e siano, nell'anno di riferimento dei contributi, in possesso dei requisiti di cui al comma 1 del presente articolo.

ART. 20.

(Contributi diretti all'editoria quotidiana e periodica. Quantificazione e limiti).

1. Al fine di collegare il sostegno pubblico all'apporto fornito da ciascuna testata al pluralismo dell'informazione, le modalità di calcolo dei contributi alle imprese editrici di cui all'articolo 18 tengono conto della diffusione effettiva, della tiratura e dei costi sostenuti per l'edizione e per la distribuzione delle testate stesse e sono determinati nelle seguenti misure:

a) un contributo annuo d'importo pari al 40 per cento dei costi, inclusi gli ammortamenti, relativi all'edizione della testata per la quale sono richiesti i contributi e comunque non superiore a 2,2 milioni di euro per ciascuna impresa;

b) un contributo annuo pari a:

1) 200.000 euro nell'ipotesi di tiratura netta media compresa tra le 10.001 e le 50.000 copie;

2) 400.000 euro per ogni scaglione di 10.000 copie di tiratura netta media compresa tra le 50.001 e le 150.000 copie.

2. Al fine di limitare la dipendenza dal sostegno pubblico e di assicurare parità di trattamento tra le diverse tipologie di soggetti beneficiari l'ammontare dei contributi erogabili ai sensi del presente articolo non può in nessun caso superare il 50 per cento dei costi, compresi gli ammortamenti, relativi all'edizione della testata per la quale è richiesto il contributo per le imprese editrici di giornali quotidiani. Per le cooperative di giornalisti editrici di periodici il contributo complessivo non può in nessun caso superare 320.000 euro per tirature nette medie inferiori alle 10.000 copie e 500.000 euro per tirature nette medie eccedenti le 10.000 copie.

3. Il contributo complessivo per le imprese di cui all'articolo 18, comma 1, lettera d), non può comunque superare la somma di 1,5 milioni di euro per le testate totalmente pubblicate nelle lingue e nelle

regioni di cui alla medesima lettera *d*) del comma 1 e 750.000 euro per le testate parzialmente pubblicate nelle lingue e nelle regioni di cui alla medesima lettera *d*) del comma 1.

4. Il contributo per le testate pubblicate sulla rete *internet* previsto per le imprese di cui all'articolo 18, comma 1, lettera *b*), è corrisposto in alternativa a quello per la testata su supporto cartaceo ed è pari al 40 per cento dei costi sostenuti per l'edizione della testata.

5. Nell'ipotesi di accertamento di situazioni di collegamento o di controllo, ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile, anche attraverso altre società direttamente o indirettamente controllate, tra imprese richiedenti i contributi previsti dal presente articolo, le stesse decadono automaticamente dal diritto ai contributi per l'anno di riferimento e fino all'esercizio successivo a quello di eliminazione del rapporto di collegamento o di controllo.

6. Con regolamento emanato ai sensi dell'articolo 17, comma 2, della legge 23 agosto 1988, n. 400, in attuazione di quanto previsto dall'articolo 2, comma 117, del decreto-legge 3 ottobre 2006, n. 262, convertito, con modificazioni, dalla legge 24 novembre 2006, n. 286, entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, sono determinate le procedure istruttorie, con riferimento particolare ai termini di presentazione delle domande per l'accesso ai contributi e a quelli di presentazione della documentazione, a pena di decadenza dai contributi stessi. Lo schema di regolamento di cui al presente comma è trasmesso alle Camere per l'acquisizione dei pareri delle competenti Commissioni parlamentari, le quali si esprimono entro trenta giorni dall'assegnazione. Decorso il predetto termine senza che le Commissioni abbiano espresso i pareri di rispettiva competenza, il regolamento può essere comunque emanato.

7. Con il regolamento di cui al comma 6 sono stabiliti adempimenti, termini e modalità riguardanti i casi in cui nei cinque anni dalla riscossione dell'ultimo contributo le società procedano ad operazioni di riduzione del capitale per esube-

ranza, deliberino la fusione o comunque operino il conferimento di azienda in società il cui statuto non contempli l'esclusione della distribuzione di utili ovvero siano poste in liquidazione.

8. Con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri è rideterminata la composizione della commissione tecnica consultiva per l'editoria, di cui all'articolo 54 della legge 5 agosto 1981, n. 416, e successive modificazioni, che ha il compito di esprimere un parere sull'esistenza dei requisiti per l'ammissione ai contributi previsti dal presente articolo.

9. I contributi di cui al presente articolo sono erogati in un'unica soluzione entro l'anno successivo a quello di riferimento.

ART. 21.

(Fondo per l'editoria periodica).

1. A decorrere dall'anno 2010 è istituito, presso il Ministero per i beni e le attività culturali, un fondo di 10 milioni di euro annui per le imprese editrici di periodici costituite in forma di cooperative, fondazioni o enti morali senza finalità di lucro, ovvero di società nelle quali la maggioranza del capitale sociale è detenuta da cooperative, fondazioni o enti morali senza finalità di lucro.

2. Alle imprese che accedono al fondo sono corrisposti annualmente 0,2 euro per copia stampata fino a 30.000 copie di tiratura media, indipendentemente dal numero delle testate. I contributi di cui al presente comma sono corrisposti a condizione che le imprese editrici:

a) siano costituite da almeno cinque anni ed editino da almeno cinque anni la testata per la quale richiedono i contributi;

b) non abbiano acquisito, nell'anno di riferimento dei contributi, ricavi pubblicitari superiori complessivamente al 20 per cento dei costi, compresi gli ammortamenti, dell'impresa per l'anno medesimo, risultanti dal bilancio d'esercizio;

c) abbiano pubblicato negli anni di maturazione del diritto al contributo e nel-

l'anno di riferimento dello stesso, almeno 45 numeri ogni anno per ciascuna testata per i plurisettimanali e per i settimanali, 18 numeri ogni anno per i quindicinali e 9 numeri ogni anno per i mensili;

d) abbiano adottato con norma statutaria il divieto di distribuzione degli utili nell'esercizio di riscossione dei contributi e nei cinque esercizi successivi.

3. Al fondo non possono accedere le imprese editrici che richiedono i contributi diretti ai sensi della presente legge.

4. Con il regolamento di cui al comma 6 dell'articolo 20 sono determinate le procedure istruttorie, con riferimento particolare ai termini di presentazione delle domande per l'accesso al fondo e a quelli di presentazione della documentazione, a pena di decadenza dal contributo stesso.

ART. 22.

(Agevolazioni per la spedizione di giornali quotidiani, periodici e libri).

1. Al fine di tutelare la concorrenza e il pluralismo dell'informazione anche attraverso una migliore distribuzione dei prodotti editoriali e nel rispetto dei principi del processo di liberalizzazione dei servizi postali nell'Unione europea, alle imprese editrici è concesso annualmente un credito di imposta per le spese sostenute per la spedizione in abbonamento, nominativo e a titolo oneroso, di testate quotidiane o periodiche e per la spedizione di libri, al netto di eventuali rimborsi ottenuti dai soggetti destinatari delle pubblicazioni. Il credito di imposta è concesso quali che siano l'operatore e il sistema di recapito prescelti, ivi compresa la struttura distributiva delle edicole.

2. Il credito di imposta concesso per le spedizioni di testate quotidiane, periodiche e di libri è fissato nella misura del 50 per cento dei costi effettivamente sostenuti complessivamente per ciascun periodo di imposta, a prescindere dall'operatore e dal sistema di recapito utilizzati. L'importo complessivo delle spese ammissibili al-

l'agevolazione non può eccedere, in ogni caso, l'importo corrispondente ai costi determinati in applicazione delle tariffe postali ordinarie.

3. Il credito di imposta è concesso nei limiti di spesa complessivi pari a 180 milioni di euro per l'anno 2009, a 170 milioni di euro per l'anno 2010 e a 160 milioni di euro a decorrere dall'anno 2011, ed è indicato nella relativa dichiarazione dei redditi. Esso non concorre alla formazione del reddito né della base imponibile ai fini dell'imposta regionale sulle attività produttive (IRAP), non rileva ai fini del rapporto previsto dagli articoli 61 e 109, comma 5, del testo unico delle imposte sui redditi, di cui al decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, e successive modificazioni, ed è utilizzabile in compensazione ai sensi dell'articolo 17 del decreto legislativo 9 luglio 1997, n. 241, e successive modificazioni.

4. Con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze, da adottare entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, sono definite le modalità di attuazione del presente articolo, ed in particolare le modalità di calcolo basate su scaglioni, di concessione e di fruizione del credito di imposta, anche al fine di garantire il rispetto dei limiti di spesa fissati dal comma 3, nonché specifiche cause di revoca totale o parziale dei benefici e di applicazione delle sanzioni.

5. Per le spese sostenute per la spedizione e per la distribuzione in abbonamento delle pubblicazioni da parte di soggetti che svolgono attività editoriale per finalità non lucrative di cui all'articolo 1, commi 2 e 3, del decreto-legge 24 dicembre 2003, n. 353, convertito, con modificazioni, dalla legge 27 febbraio 2004, n. 46, e successive modificazioni, si applicano le tariffe postali agevolate, determinate con decreto del Ministro dello sviluppo economico, di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze, sentita la Presidenza del Consiglio dei ministri, entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, nelle

forme previste dall'articolo 3, comma 1, del medesimo decreto-legge n. 353 del 2003. Le compensazioni dovute a fronte dell'applicazione delle tariffe agevolate di cui al presente articolo spettano a tutti gli operatori postali titolari di licenze individuali di cui all'articolo 5 del decreto legislativo 22 luglio 1999, n. 261, che assicurano la prestazione del servizio universale di recapito. Fino alla determinazione di nuove tariffe agevolate, continuano ad applicarsi le tariffe agevolate vigenti. L'importo complessivo delle agevolazioni concesse ai sensi del presente comma non può eccedere un limite di spesa complessivo annuo pari a 100 milioni di euro.

6. L'efficacia delle disposizioni del presente articolo è subordinata, ai sensi dell'articolo 88, paragrafo 3, del Trattato istitutivo della Comunità europea, e successive modificazioni, all'autorizzazione della Commissione europea.

ART. 23.

(Delega al Governo per l'estensione del credito di imposta per investimenti finalizzati all'innovazione).

1. Al fine di promuovere gli investimenti finalizzati allo sviluppo dell'innovazione, con particolare riferimento alle nuove tecnologie dell'informazione e alla multimedialità, nonchè di favorire l'ingresso di nuovi operatori nel mercato editoriale, il Governo è delegato ad adottare, entro il termine di dodici mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, uno o più decreti legislativi di riordino degli incentivi alle imprese del settore editoriale, secondo i seguenti principi e criteri direttivi:

a) prevedere una disciplina in materia di credito di imposta in misura non superiore al 15 per cento del costo sostenuto per le imprese che svolgono attività editoriale ai sensi dell'articolo 6, che sono iscritte nel Registro degli operatori di comunicazione di cui all'articolo 7 e che effettuano, entro il periodo di imposta di riferimento, gli inve-

stimenti di innovazione previsti dai decreti legislativi di cui all'alinea;

b) garantire la parità di trattamento tra tutte le imprese editoriali, nel rispetto della normativa comunitaria vigente in materia di aiuti di Stato.

2. I decreti legislativi di cui al comma 1 la cui attuazione determina nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica sono emanati solo successivamente all'entrata in vigore dei provvedimenti legislativi che stanziavano le occorrenti risorse finanziarie.

ART. 24.

(Fondo per la mobilità e la riqualificazione professionale dei giornalisti).

1. Al fine di favorire la qualificazione professionale dei giornalisti negli stati di crisi aziendali, il Fondo per la mobilità e la riqualificazione professionale dei giornalisti, di cui all'articolo 15 della legge 7 marzo 2001, n. 62, è rifinanziato per un periodo di cinque anni, a decorrere dall'anno 2009, per un importo annuo di 5 milioni di euro.

ART. 25.

(Armonizzazione dei regimi previdenziali).

1. Al fine di promuovere l'armonizzazione dei regimi previdenziali e la stabilizzazione dei rapporti di lavoro nel settore dell'editoria, con decreto del Ministro del lavoro, della salute e delle politiche sociali, di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze, sono definite le modalità di applicazione, in riferimento ai giornalisti dipendenti, degli esoneri contributivi di cui all'articolo 8, comma 1, del decreto-legge 30 settembre 2005, n. 203, convertito, con modificazioni, dalla legge 2 dicembre 2005, n. 248, e all'articolo 1, commi 361 e 362, della legge 23 dicembre 2005, n. 266, in modo tale da assicurare, per le aziende editrici, il livello complessivo di esonero ivi previsto e ferma re-

stando l'assenza di oneri a carico dell'Istituto nazionale di previdenza dei giornalisti italiani.

2. Gli esoneri contributivi di cui al comma 1 decorrono dalla data di entrata in vigore della presente legge e comunque da data non anteriore al 1° gennaio 2009.

ART. 26.

(Osservatorio per l'occupazione nell'editoria).

1. Presso il Ministero del lavoro, della salute e delle politiche sociali è istituito, con decreto del Ministro del lavoro, della salute e delle politiche sociali, senza oneri aggiuntivi a carico del bilancio dello Stato, l'Osservatorio per l'occupazione nell'editoria, con il compito di monitorare l'evoluzione del settore editoriale con particolare attenzione ai livelli di occupazione e allo sviluppo delle professionalità, anche alla luce della diffusione dell'uso delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione e della progressione verso la multimedialità.

2. L'Osservatorio di cui al comma 1 è composto da rappresentanti del Ministero del lavoro, della salute e delle politiche sociali, da rappresentanti del Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri nonché, secondo criteri di pariteticità, da rappresentanti delle confederazioni delle organizzazioni sindacali dei datori di lavoro e delle organizzazioni sindacali dei lavoratori maggiormente rappresentative sul piano nazionale. Ai componenti dell'Osservatorio non compete alcun compenso né rimborso spese per l'attività espletata.

ART. 27.

(Dichiarazioni obbligatorie).

1. I destinatari delle agevolazioni di cui alla presente legge possono avvalersi di tali misure agevolative solo se dichiarano, ai sensi dell'articolo 16-bis, comma 11, della legge 4 febbraio 2005, n. 11, introdotto dall'articolo 6 della legge 25 febbraio 2008, n. 34, di non rientrare tra coloro che

hanno ricevuto e, successivamente, non rimborsato o depositato in un conto bloccato, aiuti ritenuti illegittimi o incompatibili dalla Commissione europea.

CAPO V

PROMOZIONE DELLA LETTURA

ART. 28.

(Distribuzione di giornali quotidiani nelle scuole).

1. Le imprese editrici che percepiscono contributi diretti ai sensi della presente legge sono tenute a fornire alle scuole di ogni ordine e grado copie di giornali quotidiani da utilizzare nelle classi quale materiale didattico e di diffusione dell'informazione e della cultura. Quantità, condizioni e modalità delle consegne sono definiti con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, su proposta del Ministro dell'istruzione, dell'università e della ricerca, previo parere della commissione tecnica consultiva per l'editoria.

2. La Presidenza del Consiglio dei ministri – Dipartimento della gioventù e Dipartimento per l'informazione e l'editoria promuove accordi e opportune iniziative con le associazioni di categoria per incentivare la lettura dei giornali quotidiani da parte dei giovani.

CAPO VI

COMPETENZE REGIONALI

ART. 29.

(Competenze regionali).

1. Salva la competenza legislativa esclusiva dello Stato in tema di tutela della concorrenza, di ordinamento e di organizzazione amministrativa dello Stato e degli enti pubblici nazionali, di ordinamento civile e

penale, i principi desumibili dai capi IV e V della presente legge costituiscono principi fondamentali ai sensi dell'articolo 117, terzo comma, della Costituzione.

CAPO VII

DELEGA AL GOVERNO PER LA REDAZIONE DEL TESTO UNICO IN MATERIA DI EDITORIA

ART. 30.

(Delega al Governo).

1. Il Governo è delegato ad adottare, entro dodici mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, su proposta del Presidente del Consiglio dei ministri, di concerto con i Ministri interessati, un decreto legislativo avente ad oggetto la raccolta in un testo unico delle norme primarie in materia di editoria, con riferimento particolare alla disciplina del prodotto e dell'impresa editoriali, del mercato editoriale e delle provvidenze dirette e indirette all'editoria, anche modificando e integrando le norme vigenti ai fini del loro coordinamento formale e sostanziale, nonché del loro adeguamento ai principi e alle norme del diritto comunitario e costituzionale. Ai fini dell'adozione del predetto decreto legislativo il Governo è tenuto al rispetto dei seguenti principi e criteri direttivi:

a) attuazione delle norme costituzionali in tema di libertà di manifestazione del pensiero, anche attraverso il rafforzamento della trasparenza e della tutela della concorrenza del mercato;

b) coordinamento e adeguamento della disciplina del diritto d'autore in relazione all'evoluzione del prodotto editoriale, anche con riferimento alle possibilità di uso differenziato dello stesso prodotto;

c) coordinamento e adeguamento della disciplina in tema di responsabilità degli operatori dell'informazione;

d) ampia delegificazione delle materie non coperte da riserva di legge;

e) indicazione esplicita delle norme abrogate.

2. Il decreto legislativo di cui al comma 1 è emanato previo parere della Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 28, successive modificazioni, e delle competenti Commissioni parlamentari, le quali si esprimono entro trenta giorni dall'assegnazione dello schema di decreto legislativo. Decorso tale termine senza che la Conferenza unificata e le Commissioni parlamentari abbiano espresso il parere di rispettiva competenza, il decreto legislativo può essere comunque adottato.

3. Il Governo è delegato ad adottare uno o più decreti legislativi recanti disposizioni correttive e integrative del decreto legislativo di cui al comma 1, nel rispetto dei principi e criteri direttivi determinati dal medesimo comma 1, entro dodici mesi decorrenti dalla data di scadenza del termine di cui al citato comma 1.

4. Il Governo completa il processo di riordino della materia dell'editoria emanando una raccolta organica delle norme regolamentari relative alla medesima materia, anche sulla base degli obiettivi indicati nel comma 117 dell'articolo 2 del decreto-legge 3 ottobre 2006, n. 262, convertito, con modificazioni, dalla legge 24 novembre 2006, n. 286, e tenendo conto, in particolare, di quanto previsto dal comma 1, lettera d), del presente articolo.

CAPO VIII

COPERTURA FINANZIARIA, ABROGAZIONI E DISPOSIZIONI FINALI

ART. 31.

(Copertura finanziaria).

1. All'onere derivante dalle disposizioni di cui all'articolo 21, pari a 10 milioni di euro annui a decorrere dal 2009, all'articolo 24, pari a 5 milioni di euro annui per

ciascuno degli anni 2009-2013, e all'articolo 25, valutati in 4,7 milioni di euro per il 2009, in 4,8 milioni di euro per il 2010 e in 4,9 milioni di euro a decorrere dal 2011, si provvede mediante corrispondente riduzione dell'autorizzazione di spesa di cui alla legge 25 febbraio 1987, n. 67, come determinata dalla tabella C della legge 24 dicembre 2007, n. 244.

2. Il Ministero del lavoro, della salute e delle politiche sociali provvede al monitoraggio degli oneri di cui all'articolo 25, informando tempestivamente il Ministero dell'economia e delle finanze, anche ai fini dell'adozione dei provvedimenti correttivi di cui all'articolo 11-ter, comma 7, della legge 5 agosto 1978, n. 468, e successive modificazioni. Gli eventuali decreti emanati ai sensi dell'articolo 7, secondo comma, numero 2), della citata legge n. 468 del 1978, prima dell'entrata in vigore dei provvedimenti o delle misure di cui al periodo precedente, sono tempestivamente trasmessi alle Camere, corredati da apposite relazioni illustrative.

3. Il Ministro dell'economia e delle finanze è autorizzato ad apportare, con propri decreti, le occorrenti variazioni di bilancio.

ART. 32.

(Abrogazioni).

1. A decorrere dalla data di entrata in vigore della presente legge, sono abrogate le seguenti norme:

a) articolo 5 della legge 8 febbraio 1948, n. 47;

b) articolo 3 della legge 7 agosto 1990, n. 250, e successive modificazioni;

c) articoli 1 e 11 della legge 7 marzo 2001, n. 62, e successive modificazioni.

2. All'articolo 2, comma 1, della legge 14 agosto 1991, n. 278, le parole: « dall'articolo 3, comma 11, e » sono soppresse.

3. A decorrere dall'anno successivo a quello della data di entrata in vigore della presente legge l'articolo 1, comma 1, del

decreto-legge 24 dicembre 2003, n. 353, convertito, con modificazioni, dalla legge 27 febbraio 2004, n. 46, è abrogato.

ART. 33.

(Disposizioni finali).

1. Restano ferme le disposizioni relative ai contributi in conto interessi e in conto canoni in favore delle imprese editoriali concessi dallo Stato per il sostegno dei programmi di investimento nel settore editoriale previsti dagli articoli 4, 5, 6 e 7 della legge 7 marzo 2001, n. 62, ai contributi per la stampa italiana all'estero previsti dall'articolo 26 della legge 5 agosto 1981, n. 416, e successive modificazioni, ai contributi per i quotidiani italiani teletrasmessi all'estero previsti dall'articolo 3, comma 2, della citata legge n. 62 del 2001, ai contributi per l'editoria speciale periodica per non vedenti previsti dall'articolo 28, comma 5, della legge 25 febbraio 1987, n. 67, ai contributi per i periodici delle associazioni dei consumatori e degli utenti previsti dagli articoli 137 e 138 del codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e successive modificazioni, e ai contributi per le agenzie di stampa quotidiane previsti dall'articolo 2, comma 30, della legge 28 dicembre 1995, n. 549, e dall'articolo 4, comma 187, della legge 24 dicembre 2003, n. 350. Restano altresì ferme le disposizioni relative alle riduzioni tariffarie telefoniche per la stampa previste dall'articolo 28 della citata legge n. 416 del 1981, e successive modificazioni.

PAGINA BIANCA

PAGINA BIANCA

€ 0,86



16PDL0014370