Nuova disciplina dell'editoria e delega al Governo per l'emanazione di un testo unico sul riordino della legislazione nel settore editoriale (disegno di legge 3 agosto 2007)

Art. 1
(Finalità generali)

1. La disciplina prevista dalla presente legge in tema di editoria quotidiana, periodica e libraria ha per scopo la tutela e la promozione del principio del pluralismo dell'informazione affermato dall'articolo 21 della Costituzione e inteso come libertà di informare e diritto ad essere informati.
2. Tale disciplina mira 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, 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, della giurisprudenza costituzionale.

Capo I
Il prodotto e l'attività editoriale

Art. 2
(Definizione del prodotto editoriale)

1. Per prodotto editoriale si intende qualsiasi prodotto contraddistinto da finalità di informazione, di formazione, di divulgazione, di intrattenimento, che sia 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 disciplina della presente legge non si applica ai prodotti discografici e audiovisivi.

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 sul prodotto editoriale tiene conto dell'interesse generale alla circolazione delle informazioni e alla diffusione della conoscenza.

Art. 4
(Prodotti editoriali integrativi o collaterali)

1. Per prodotti editoriali integrativi o collaterali si intendono i prodotti editoriali, compresi i prodotti discografici e audiovisivi, diffusi unitamente al prodotto editoriale principale. 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.
2. 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 gratuitamente, congiuntamente alla pubblicazione è superiore al dieci per cento del prezzo o dell'intera confezione" sono sostituite dalle seguenti: "; in tal caso".

Art. 5
(Esercizio dell'attività editoriale)

1. Per attività editoriale si intende ogni attività diretta alla realizzazione e 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. 6
(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 al Registro degli operatori di comunicazione è condizione per l’inizio delle pubblicazioni dei 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 alla predetta normativa.
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 e 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 del predetto articolo 1, comma 6 della legge 31 luglio 1997 n. 249 e nel rispetto delle disposizioni già contenute nell’articolo 5 della legge 8 febbraio 1948, n. 47.

Art. 7
(Attività editoriale su internet)

1. L’iscrizione al Registro degli operatori di comunicazione dei soggetti che svolgono attività editoriale su internet rileva anche ai fini dell’applicazione delle norme sulla responsabilità connessa ai reati a mezzo stampa.
2. Per le attività editoriali svolte su internet dai soggetti pubblici si considera responsabile colui che ha il compito di autorizzare la pubblicazione delle informazioni.

Capo II
Il settore editoriale

Art. 8
(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 settore 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 ma, qualora l'analisi evidenzi 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 ed 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'art. 2359 c.c., 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 all'articolo 12 della legge 5 agosto 1981, n. 416, 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 ma può comunque definire ulteriori elementi di valutazione.
6. Gli atti giuridici, le operazioni di concentrazione e le intese che contrastano con i divieti e i limiti di cui ai precedenti commi sono nulli.

Art. 9

(Rimozione delle posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo)

1. I soggetti che operano nel settore editoriale sono tenuti a comunicare preventivamente all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni le acquisizioni, le intese e le operazioni di concentrazione a cui 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 8, adotta un atto di pubblico richiamo, segnalando agli interessati la situazione di rischio.

3. Ferma restando la nullità di cui all'articolo 8, 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 impedire la costituzione o il mantenimento delle situazioni vietate. Ove accerti il compimento di atti o di operazioni

idonee 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 comunque inferiore a sei mesi e superiore a diciotto mesi, entro il quale gli interessati debbono provvedere alla dismissione.

4. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, con proprio regolamento adottato nel rispetto dei criteri di partecipazione e trasparenza di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241, e successive modificazioni, disciplina i provvedimenti di cui al comma 3, i relativi procedimenti e le modalità di comunicazione. In particolare debbono essere assicurati la notifica dell'apertura dell'istruttoria ai soggetti interessati, la possibilità di questi di presentare proprie deduzioni in ogni fase dell'istruttoria, il potere dell'Autorità 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 inerenti alla tutela delle persone o delle imprese su notizie, informazioni e dati in conformità alla normativa 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 ed agevolazioni previste dalla legge a partire dal momento in cui si sia determinata la posizione dominante o comunque lesiva del pluralismo, così come accertata dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, e per tutto il periodo in cui tale posizione sia stata conservata.

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. **10**

(Il mercato della pubblicità destinato ai prodotti editoriali)

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

Art. 11
(Attività di intermediazione sulla pubblicità)

1. Per attività di intermediazione sulla pubblicità, ai fini della presente legge, si intende:

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 la diffusione di messaggi pubblicitari;

b) la valutazione, la pianificazione, la gestione, il controllo degli investimenti ed 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 verranno offerte ed 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 norme di cui ai commi 2, 3 e 4 del presente articolo entrano in vigore a decorrere dal 1° gennaio 2009.

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

Art. **12**
(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 fra le testate giornalistiche.

Art. **13**
(Sanzioni e vigilanza)

1. Salvo che il fatto costituisca reato, chiunque effettui indagini di rilevazione sulla lettura e diffusione di prodotti editoriali in violazione degli obblighi di correttezza e attendibilità indicati all'articolo 10, ovvero le effettui con modalità non trasparenti o discriminatorie, è soggetto alla sanzione amministrativa pecuniaria da euro 10.000 a euro 300.000.

2. La disposizione del precedente comma 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 effettui operazioni di distribuzione di prodotti dell'editoria quotidiana e periodica con modalità che non rispettano i principi di concorrenza, pluralismo o parità di trattamento tra le testate giornalistiche di cui all'articolo 12, è soggetto alla sanzione amministrativa pecuniaria da euro 10.000 a euro 300.000.

4. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni vigila sull'osservanza delle disposizioni contenute negli articoli 10, 11 e 12, dichiara la nullità dei contratti come previsto dal comma 6 dell'art. 11 e applica le sanzioni amministrative previste dai commi 1, 2 e 3 del presente articolo.

Art. 14
(Interventi sulla disciplina del prezzo dei libri)

1. Il prezzo al consumatore finale dei libri venduti sul territorio nazionale è liberamente fissato dall'editore o dall'importatore ed è da questi apposto, comprensivo di imposta sul valore aggiunto, su ciascun esemplare o su apposito allegato.
2. È consentita la vendita ai consumatori finali dei libri, da chiunque e con qualsiasi modalità effettuata, con uno sconto sul prezzo fissato purché non superiore al 15 per cento.
3. Agli editori è consentita la possibilità di realizzare campagne promozionali, per un periodo non superiore a un mese, con sconti sul prezzo fissato che eccedano il limite fissato al comma 2. E' comunque fatta salva la facoltà dei dettaglianti di non aderire a tali campagne promozionali.
4. E' 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, centri di formazione legalmente riconosciuti, istituzioni o centri con finalità scientifiche, o di ricerca, biblioteche, archivi e musei pubblici, istituzioni scolastiche di ogni ordine e grado, educative ed università, i quali siano consumatori finali;

c) quando sono venduti per corrispondenza.

5. I commi 1 e 2 non si applicano per i 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 siano trascorsi almeno sei mesi dall'ultimo acquisto effettuato dalla libreria o da altro venditore al dettaglio;

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

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

6. Il prezzo complessivo di collane, collezioni complete, 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 vendita promozionali, di saldi di fine stagione e di disciplina del settore della distribuzione commerciale di cui ai commi 1, lettere e) e f), 3 e 4 dell'articolo 3 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. 15
(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 III
Sostegno alle imprese, alle spedizioni dei prodotti editoriali, agli investimenti in innovazione, all'occupazione

Art. 16
(Finalità)

1. Al fine di promuovere il pluralismo dell'informazione, la cultura e la lingua italiana, la tutela delle minoranze linguistiche sono previsti gli interventi a 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 non possono concorrere a determinare a favore delle imprese beneficiarie ingiuste posizioni di vantaggio nel mercato.

Art. 17
(Contributi diretti all'editoria quotidiana e periodica. Categorie e requisiti)

1. Sono concessi contributi diretti a favore di:
   a) cooperative giornalistiche editrici di quotidiani e 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 associno almeno il cinquanta 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 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 quotidiani e periodici, anche su internet, che siano riconosciuti come propria espressione, anche per esplicita menzione riportata in testata, da forze politiche che, nell'anno di

riferimento dei contributi, abbiano il proprio gruppo parlamentare in una delle Camere o almeno due rappresentanti eletti nelle proprie liste al Parlamento europeo.

c) imprese editrici di quotidiani costituite in forma societaria la cui maggioranza delle azioni o quote sia 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 n. 250 del 7 agosto 1990.

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

e) imprese editrici che editino 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) ed f) del comma 1 dell'articolo 18.

Art. 18

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

1. Le imprese editrici di cui all'articolo 17, ad eccezione delle imprese di cui alla lettera *e)* del comma 1 del medesimo articolo, accedono ai contributi, 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 nazionale di lavoro;

   c) la testata per la quale sono richiesti i contributi sia posta in vendita ed abbia un numero di uscite almeno pari a 240 numeri all'anno per i quotidiani, 45 per i plurisettimanali e settimanali, 18 per i quindicinali, 9 per i mensili e 5 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 17, 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 19, è ridotto della percentuale pari alla differenza tra la percentuale dei ricavi pubblicitari, come sopra individuati, ed 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 contributi 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 CONSOB. Le imprese di cui al lettera *e)* del comma 1 dell' articolo 17, 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

3. 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 anch'esse con sconti non superiori al 50 per cento del prezzo di copertina, concorrono a determinare la diffusione della testata in misura non superiore ad un quinto della percentuale di diffusione minima prevista.

4. 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.

5. 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 quotidiani o periodici che perdano la qualifica di organo di forze politiche così come definita ai sensi dell'articolo 17, comma 1, lettera *b)*, 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 dell'articolo 17, 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. 19

(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 17 tengono conto della diffusione effettiva, della tiratura e dei costi sostenuti per l'edizione e la distribuzione delle testate stesse e sono determinati nella seguente misura:
    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:
        - euro 200.000 nell'ipotesi di tiratura netta media compresa tra le 10.001 e le 50.000 copie.
        - euro 400.000 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, l'ammontare dei contributi erogabili ai sensi del presente articolo non può in nessun caso superare il 60 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 organi di forze politiche e 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 tutte le altre imprese richiedenti i contributi diretti. 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 17, comma 1, lettera *d)* non può comunque superare la somma di 1,5 milioni di euro per le testate interamente 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 su internet previsto per le imprese di cui all'articolo 17, 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 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 controllo o di collegamento.

6. Con regolamento adottato ai sensi dell'articolo 17, comma 2, della legge 23 agosto 1988, n. 400, da emanarsi secondo quanto previsto dall'articolo 2, comma 117, del decreto-legge 3 ottobre 2006, n. 262, convertito in legge, 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 30 giorni dall'assegnazione. Decorso il predetto termine senza che le Commissioni abbiano espresso i pareri di rispettiva competenza, il regolamento può essere comunque adottato.

7. Con il regolamento di cui al comma 6 sono stabiliti adempimenti, termini e modalità riguardanti le situazioni in cui nei cinque anni dalla riscossione dell'ultimo contributo le società procedano ad operazioni di riduzione del capitale per esuberanza, 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 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. 20

(Fondo per l'editoria periodica)

1. E' istituito un fondo di dieci milioni di euro annui per le imprese editrici di periodici costituite come cooperative, fondazioni o enti morali senza finalità di lucro, ovvero come società nelle quali la maggioranza del capitale sociale sia 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 mila 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 nell'anno di riferimento dello stesso, non meno di 45 numeri ogni anno per ciascuna testata per i plurisettimanali e settimanali, 18 per i quindicinali e 9 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. 21

(Agevolazioni per la spedizione di 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 d'imposta è concesso quali che siano l'operatore e il sistema di recapito prescelti, ivi compresa la struttura distributiva delle edicole.
2. Il credito d'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

d'imposta, a prescindere dall'operatore e dal sistema di recapito utilizzati. L'importo complessivo delle spese ammissibili all'agevolazione non può eccedere, in ogni caso, l'importo corrispondente ai costi determinati in applicazione delle tariffe postali ordinarie.

3. Il credito d'imposta è concesso nei limiti di spesa complessivi pari a 190 milioni di euro per l'anno 2008, 180 milioni di euro per l'anno 2009, 170 milioni di euro per l'anno 2010, 160 milioni di euro per l'anno 2011, ed è indicato nella relativa dichiarazione dei redditi. Esso non concorre alla formazione del reddito né della base imponibile ai fini dell'Irap, non rileva ai fini del rapporto di cui agli articoli 96 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 adottarsi 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 riconoscimento e di fruizione del credito di imposta, nonché specifiche cause di revoca totale o parziale dei benefici e di applicazione delle sanzioni.
5. Per le spese sostenute per la spedizione e 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 in legge, con modificazioni, dalla legge 27 febbraio 2004, n. 46, si applicano le tariffe postali agevolate, determinate con decreto del Ministro delle comunicazioni, di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze, sentita la Presidenza del Consiglio dei Ministri, entro sei mesi dall'entrata in vigore della presente legge, nelle forme previste dall'articolo 3, comma 1, del medesimo decreto legge. 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, all'autorizzazione della Commissione Europea.

Art.22

(Estensione del credito di imposta per investimenti finalizzati alla innovazione)

1. Al fine di promuovere gli investimenti finalizzati allo sviluppo dell'innovazione, con particolare riferimento alla nuove tecnologie

dell'informazione e alla multimedialità, nonchè di favorire l'ingresso di nuovi operatori nel mercato editoriale, il Governo è delegato ad emanare, entro il termine di 90 giorni dall'entrata in vigore della presente legge, uno o più decreti legislativi di riordino degli incentivi alle imprese del settore editoriale, secondo i seguenti criteri e principi direttivi:

a) prevedere una vigente disciplina in materia di credito d'imposta in misura non superiore al 15% del costo sostenuto per le imprese che svolgono attività editoriale ai sensi dell'articolo 6 e che effettuano, entro il periodo di imposta di riferimento, gli investimenti di innovazione previsti dal medesimo decreto legislativo;

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

c) quantificare il massimo intervento complessivo entro il limite di stanziamento previsto in legge finanziaria.

Art. 23

(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 2008, per un importo annuo di 5 milioni di euro.

Art. 24

(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 e della previdenza sociale, 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 restando l'assenza di oneri a carico dell'INPGI.

Art. 25
(Osservatorio per l'occupazione nell'editoria)

1. Presso il Ministero del lavoro e della previdenza sociale è istituito, con decreto del Ministro del lavoro e della previdenza sociale, 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 Ministro del lavoro e della previdenza sociale, 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. 26
(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 1, comma 1223, della legge 27 dicembre 2006, n. 296 (Legge finanziaria 2007), di non rientrare fra coloro che hanno ricevuto e, successivamente, non rimborsato o depositato in un conto bloccato, aiuti individuati quali illegali o incompatibili dalla Commissione europea.

Capo IV
Promozione della lettura

Art. 27
(Distribuzione di quotidiani nelle scuole)

1. Le imprese editrici che percepiscono contributi diretti ai sensi della presente legge sono tenute a fornire alle scuole copie di quotidiani da utilizzare nelle classi quale materiale didattico e di diffusione dell'informazione e della cultura. Quantità, condizioni e modalità delle consegne saranno definiti con decreto del Presidente del Consiglio dei

Ministri, su proposta del Ministro della Pubblica Istruzione, previo parere della Commissione Tecnica Consultiva per l'editoria.

2. La Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per le politiche giovanili e le attività sportive e Dipartimento per l'informazione e l'editoria promuove accordi ed opportune iniziative con le associazioni di categoria per incentivare la lettura dei quotidiani da parte dei giovani.

Capo V
Competenze regionali

Art. 28
(Competenze regionali)

1. Salva la competenza legislativa esclusiva dello Stato in tema di tutela della concorrenza, di ordinamento ed organizzazione amministrativa dello Stato e degli enti pubblici nazionali, di ordinamento civile e penale, i principi desumibili dai capi III e IV della presente legge sono principi fondamentali ai sensi dell'art. 117, comma 3, della Costituzione.

Capo VI
Delega al Governo per la redazione del Testo Unico in materia di editoria

Art. 29
(Delega al Governo)

1. Il Governo è delegato ad emanare, 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 editoriale, del mercato editoriale, 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 ed 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 e alle rassegne stampa;
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 e delle competenti Commissioni parlamentari, le quali si esprimono entro trenta giorni dall'assegnazione. Decorso tale termine senza che la Conferenza e le Commissioni abbiano espresso il parere di rispettiva competenza, il decreto legislativo può essere comunque emanato.
3. Il Governo è delegato ad emanare 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 presente articolo, entro dodici mesi decorrenti dalla data di scadenza del termine di cui al medesimo 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 in legge, 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 VII.
Copertura finanziaria, abrogazioni e disposizioni finali

Art. 30
(Copertura finanziaria)

1. Ai maggiori oneri derivanti dalle disposizioni di cui agli articoli 23 e 24, pari a euro 9.200.000 all'anno, si fa fronte mediante riduzione, per pari importo, delle autorizzazioni di spesa di cui alla legge 25 febbraio 1987, n. 67, come determinate dalla Tabella C della legge finanziaria 2007.

Art. 31
(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) Articoli 1 e 11 della legge 7 marzo 2001, n. 62;

2. A decorrere dall'anno di riferimento successivo alla data di entrata in vigore della presente legge sono abrogate le seguenti norme:
   a) Articolo 3 della legge 7 agosto 1990, n.250
   b) Articolo 2 della legge 14 agosto 1991, n. 278, limitatamente alle parole “dall’articolo 3, comma 11, e”;
   c) Articolo 1, comma 1, del decreto legge 24 dicembre 2003, n. 353, convertito in legge dalla legge 27 febbraio 2004, n. 46.

Art. 32
(Disposizioni finali)

1. Restano ferme le disposizioni relative ai contributi in conto interessi ed in conto canoni a 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 previste dall’articolo 26 della legge 5 agosto 1981, n. 416, e successive modificazioni, ai contributi per quotidiani italiani teletrasmessi all’estero previsti dall’articolo 3, comma 2, della legge 7 marzo 2001, n. 62, ai contributi per l’editoria speciale periodica per non vedenti previsti dall’articolo 28, comma 5, della legge 25 febbraio 1987, n. 67, e successive modificazioni, ai contributi a periodici delle associazioni dei consumatori e degli utenti previsti dagli articoli 5, 6 e 7 della legge 30 luglio 1998, n. 281, ai contributi ad 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, nonché le disposizioni relative alle riduzioni tariffarie telefoniche per la stampa previste dall’articolo 28 della legge 5 agosto 1981, n. 416, e successive modificazioni.