Alla data del: 15 marzo 2021

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Statuto relativo al regolamento degli intermediari dei media ai sensi del § 96 del Trattato sui media**

**(Statuto dell'MI)**

**di...**

Sulla base del § 96, frase 1 del Trattato sui media (MStV) dal 14 al 28 aprile 2020 (... riferimento), il [nome dell'autorità statale federale per i media], d'intesa con le altre autorità statali federali per i media, emana il seguente statuto:

**Sezione 1: Disposizioni generali**

**§ 1**

**Scopo e obiettivo**

(1) Ai sensi del § 96 MStV, il presente statuto disciplinerà i dettagli sulle specifiche sostanziali e procedurali delle disposizioni giuridiche per la regolamentazione degli intermediari dei media e dei fornitori degli intermediari dei media (§§ da 91 a 95 MStV).

(2) Questo statuto serve a salvaguardare la diversità delle opinioni (diversità dell'offerta e del fornitore).

(3) Nell'applicazione del presente statuto si tiene conto del ruolo guida degli intermediari dei media per i rispettivi gruppi di utenti.

**§ 2**

**Campo di applicazione**

(1) 1Il campo di applicazione dello statuto comprende gli intermediari dei media, gli intermediari dei media integrati e i loro fornitori. 2Il termine "intermediario dei media integrati" ai sensi di § 91(1) MStV comprende qualsiasi integrazione di una funzione di intermediario nell'offerta di terzi, che consente agli utenti delle offerte di terzi di utilizzare la funzione di intermediario.

(2) Il numero di utenti ai sensi di § 91(2), comma 1, MStV è la somma degli utenti unici mensili.

(3) Se il fornitore di un intermediario dei media fa riferimento al regolamento di cui al § 91 (2), comma 1, MStV, deve, su richiesta dell'autorità statale federale competente per i media, presentare e giustificare il numero di utenti entro un mese e presentare i documenti e le informazioni necessari per l'esame.

(4) Se la funzione di intermediario non è ancora stata offerta o è stata offerta per meno di sei mesi, il fornitore dell'intermediario dei media, su richiesta dell'autorità statale federale competente per i media, effettua una previsione della progressione del numero di utenti ai sensi del § 91 (2), comma 1, MStV, fornendo prove credibili e presentando anche i documenti e le informazioni necessari per l'esame.

**§ 3**

**Agente autorizzato**

(1) Un agente autorizzato può essere una persona fisica o giuridica.

(2) 1Le persone fisiche devono avere il domicilio o la residenza abituale, le persone giuridiche devono avere la sede della loro principale attività nella Repubblica federale di Germania. 2Deve essere indicato un indirizzo convocabile.

(3) I requisiti di cui al § 92, frase 1, seconda mezza frase, MStV sono generalmente soddisfatti se l'agente autorizzato è designato nell'ambito delle informazioni richieste dal § 5 (1), della legge sui media (TMG) e dal§ 18 (1) MStV.

**Sezione 2: Trasparenza**

**§ 4**

**Scopo e obiettivo**

1Le disposizioni della presente sezione mirano a garantire un'adeguata trasparenza per gli utenti degli intermediari dei media per quanto riguarda le informazioni di cui al § 93(1) MStV e § 6 (informazioni da rendere trasparenti). 2In particolare, ciò dovrebbe consentire un uso informato dell'intermediario dei media per quanto riguarda l'aggregazione, la selezione e la presentazione dei contenuti giornalistico-editoriali. 3Si rivolgono anche ai fornitori di contenuti giornalistico-editoriali.

**§ 5**

**Requisiti formali**

(1) Informazioni ai sensi di § 93(1)MStV, modifiche ai sensi di § 93(3) MStV e informazioni ai sensi del § 6 devono essere rese trasparenti in tedesco.

(2) 1Le informazioni da rendere trasparenti sono facilmente percepibili ai sensi del § 93 MStV, se sono collocate in una posizione chiaramente percepibile per un utente medio, tenendo conto della situazione tipica dell'intermediario dei media. 2Questo avviene di solito se le informazioni da rendere trasparenti sono ovviamente distinguibili dal resto del contenuto e sono direttamente correlate alle opzioni di input o di navigazione essenziali per l'uso dell'intermediario dei media. 3Quando si utilizza un link web che fa riferimento alle informazioni da rendere trasparenti, si applicano di conseguenza i requisiti di cui sopra.

(3)1Le informazioni da rendere trasparenti sono immediatamente accessibili ai sensi del § 93 MStV, se sono percettibili all'utente senza fasi intermedie significative. 2Questo non è particolarmente il caso se le informazioni sono accessibili con più di due link web e/o il recupero delle informazioni è subordinato a una registrazione preventiva o ad un log-in.

(4) Le informazioni da rendere trasparenti sono sempre disponibili ai sensi del § 93 MStV, se l'utente può accedervi in qualsiasi momento.

(5) Le informazioni da rendere trasparenti sono fornite in una lingua comprensibile ai sensi del § 93 MStV, se possono fornire all'utilizzatore medio la comprensione di base delle circostanze di cui al § 93(1), MStV necessaria per un uso informato dell'intermediario dei media.

(6) Se l'uso dell'intermediario dei media è prevalentemente vocale, le informazioni da rendere trasparenti dovrebbero essere riprodotte anche acusticamente su richiesta dell'utente, in base alla quale è sufficiente un'indicazione acustica del luogo in cui le informazioni da rendere trasparenti sono fornite.

**§ 6**

**Obblighi in materia di informazione**

(1) 1Il fornitore di un intermediario dei media è tenuto a rendere trasparenti i criteri che determinano l'accesso dei contenuti a un intermediario dei media e la loro conservazione (§ 93(1), comma 1, MStV). 2A tal fine, il fornitore di un intermediario dei media deve fornire in particolare le seguenti informazioni:

1. Una descrizione delle condizioni tecniche, economiche, legate ai fornitori, collegate all'utente e relative ai contenuti che determinano se il contenuto è reso percepibile tramite un intermediario dei media,
2. nel caso in cui determinati contenuti siano filtrati, declassati o migliorati in termini di percettibilità all'atto dell'accesso e della permanenza dell'intermediario dei media, in particolare mediante l'uso di sistemi automatici, si deve indicare la categoria di contenuti interessati e gli obiettivi perseguiti dal filtraggio o dalla classificazione e
3. informazioni su se e, in caso affermativo, in che modo l'accesso ai contenuti e la conservazione dei contenuti nell'intermediario dei media siano o possano essere influenzati da pagamenti o da altri vantaggi in natura diretti o indiretti

(2) 1Il fornitore di un intermediario dei media è tenuto, ai sensi di § 93(1) comma 2, MStV, a rendere trasparenti i criteri centrali per l'aggregazione, la selezione e la presentazione del contenuto e la loro ponderazione, comprese le informazioni sul funzionamento degli algoritmi utilizzati. 2A tal fine, il fornitore di un intermediario dei media deve fornire in particolare le seguenti informazioni:

1. una descrizione dei criteri centrali per l'aggregazione, la selezione e la presentazione utilizzati dal fornitore intermediario dei media,
2. una descrizione della ponderazione relativa dei criteri centrali in relazione gli uni agli altri e in relazione a criteri non centrali, senza che questi ultimi siano trasparenti,
3. una descrizione degli obiettivi di ottimizzazione perseguiti dai criteri centrali,
4. informazioni su se e, in caso affermativo, in che modo la reperibilità del contenuto nell'intermediario dei media sia o possa essere influenzata dal pagamento di commissioni o da altre considerazioni retributive dirette o indirette,
5. una descrizione delle fasi di processo di base alla base dell'aggregazione, selezione e presentazione dei contenuti, compresi i dati personali e altri dati inclusi nell'aggregazione, selezione e presentazione,
6. informazioni sul tipo e l'entità della personalizzazione utilizzata e se e, in caso affermativo, come il contenuto sia valutato per rilevanza per il rispettivo utente,
7. informazioni su se e, in caso affermativo, in che modo il comportamento dell'utente dell'intermediario dei media possa influenzare l'aggregazione, la selezione e la presentazione dei contenuti, comprese le indicazioni sulle possibilità di influenza dell'utente attraverso impostazioni e funzioni parziali e
8. informazioni su se e, in caso affermativo, come il fornitore di un intermediario dei media tratti il proprio contenuto, il contenuto di una società affiliata (§ 15 della Stock Corporation Act (AktG)) o il contenuto dei partner di cooperazione in modo speciale durante l'aggregazione, la selezione e/o la presentazione.

(3) 1Le modifiche importanti ai criteri da rendere trasparenti ai sensi del § 93(1) MStV sono rese immediatamente percepibili. 2A tal fine, il fornitore di un intermediario dei media deve tenere a disposizione una panoramica delle modifiche significative apportate nel tempo. 3Tutte le altre modifiche ai criteri da rendere trasparenti ai sensi del § 93(1), MStV devono essere comunicate almeno ogni quattro mesi a decorrere dall'entrata in vigore del presente statuto. § 5 si applica di conseguenza.

**Sezione 3: Non discriminazione**

**§ 7 Disposizioni generali**

(1) L'obbligo di un intermediario dei media ai sensi della sezione 94(1) MStV comprende anche parti definibili e contributi di un'offerta giornalistico-editoriale.

(2) 1Nel determinare un'influenza particolarmente elevata ai sensi del § 94 (1) MStV, è determinante l'influenza dell'intermediario dei media sulla percettibilità del contenuto giornalistico-editoriale nell'ambito del processo di formazione delle opinioni. 2La valutazione può tener conto in particolare di

1. la posizione dell'intermediario dei media nei rispettivi mercati rilevanti;
2. una visione d'insieme dell'uso, ad esempio in base alla gamma d'uso disponibile, al numero di utenti, alla durata e all'attività degli utenti o al numero di visualizzazioni per utente.

**§ 8 Deviazione sistematica ai sensi del § 94(2), prima alternativa MStV**

(1) Decisivo per valutare se si applichi una violazione del§ 94 (2), prima alternativa MStV

1. sono i criteri e le informazioni sulla ponderazione dei criteri che il fornitore intermediario dei media pubblica al fine di adempiere al suo obbligo ai sensi del § 93(1), MStV oppure
2. i criteri e le informazioni sulla ponderazione dei criteri che il fornitore intermediario dei media dovrebbe pubblicare per adempiere al suo obbligo ai sensi del § 93(1), MStV.

(2) Una deviazione ai sensi del § 94(2), prima alternativa MStV, si considera esistente in particolare se il fornitore di un intermediario dei media

1. non applica i criteri o i criteri pubblicati diversi da quelli da pubblicare ai sensi del § 93(1), comma 1 e 2 MStV, oppure
2. si discosta dalla ponderazione pubblicata dei criteri centrali di aggregazione, selezione e presentazione dei contenuti.

(3) 1Se una deviazione ai sensi del § 94 (2), la prima alternativa MStV sia sistematica deve essere determinata sulla base di una visione globale di tutte le circostanze. 2In particolare, si tiene conto della durata, della regolarità, della ripetizione e della programmazione della deviazione.

(4) Una deviazione è giustificata se ciò è dovuto a una ragione oggettivamente giustificata. Le ragioni di ciò possono essere in particolare

1. divieti giuridici o obblighi giuridici;
2. condizioni tecniche nella presentazione all'utente;
3. requisiti per proteggere l'integrità del servizio.

(5) L'esistenza di un motivo oggettivamente giustificato è valutata dopo aver valutato gli interessi delle parti interessate, tenendo conto dell'obiettivo del MStV di garantire la diversità dei pareri.

**§ 9**

**Ostacolo irragionevole ai sensi del § 94(2), seconda alternativa MStV**

(1) Un ostacolo ai sensi del § 94(2), seconda alternativa MStV è il danno diretto o indiretto in termini di accesso o di reperibilità a un'offerta giornalistico-editoriale.

(2) § 8(1) si applica di conseguenza.

(3) 1Se un ostacolo ai sensi del § 94(2), seconda alternativa MStV alternativa è sistematico, deve essere determinato sulla base di una visione globale di tutte le circostanze. 2La durata, la regolarità, la ripetizione e la regolarità dell'ostacolo devono essere prese in considerazione.

(4) 1La natura irragionevole di un ostacolo è valutata sulla base di un equilibrio tra gli interessi delle parti, tenendo conto dell'obiettivo del MStV di salvaguardare la diversità dei pareri. 2La natura irragionevole di un'ostacolo può derivare da criteri individuali o dall'interazione cumulativa di più criteri.

**Sezione 4: Procedura e indagine**

**§ 10**

**Competenza dello ZAK**

(1) Per i compiti da svolgere nell'ambito del presente statuto, la Commissione per le licenze e la vigilanza (ZAK) della competente autorità federale dei media statali funge da organo idoneo (§ 104 (2) frase 1 No 1, § 105 (1) frase 1 n. 10 MStV in combinato disposto con il regolamento di procedura ZAK - GVO ZAK).

(2) 1L'autorità competente per i media dello stato federale deve inoltrare immediatamente le denunce alla ZAK tramite l'Ufficio congiunto ai sensi del § 11 e informarlo degli esami d'ufficio. 2La ZAK conduce il procedimento fino a quando la decisione non è pronta.

**§ 11**

**Procedura di non discriminazione**

(1) L'autorità federale dei media esamina, attraverso la ZAK, sulla base di un reclamo o in casi palesi d'ufficio, se il fornitore di un intermediario dei media stia violando le disposizioni di cui ai § 94(1) e (2) MStV o §§ 8 e 9.

(2) Il diritto al ricorso ai sensi del § 94(3), frase 1 MStV è concesso a

1. fornitori di contenuti giornalistico-editoriali e
2. fornitori di piattaforme multimediali e interfacce utente, nella misura in cui si lamentano di discriminazione nei confronti dei pacchetti di contenuti giornalistico-editoriali che offrono.

(3) 1Il denunciante deve motivare il ricorso. A tal fine dovrà essere fornita un'adeguata prova da cui emergeranno prove sufficienti per la presunta discriminazione del suo contenuto giornalistico-editoriale ai sensi del § 94(2), MStV o §§ 8 e 9. 2In particolare, possono essere presentati i seguenti elementi:

1. valutazioni della reperibilità dei propri contenuti giornalistico-editoriali nell'intermediario dei media e
2. studi adeguati.

3Inoltre, il denunciante deve fornire, ove possibile, prove adeguate dalle quali vi siano prove sufficienti dell'influenza particolarmente elevata dell'intermediario dei media sulla percettibilità del contenuto giornalistico-editoriale ai sensi del § 94(1) MStV.

(4) Un caso evidente ai sensi del § 94(3), della frase 2 MStV e (1) esiste se i fatti alla base della violazione del divieto di discriminazione sono chiaramente identificabili per i terzi.

**§ 12**

**Rettifica**

1Se l'autorità federale dello Stato competente in materia di media stabilisce, tramite la ZAK, che il fornitore di un intermediario dei media viola i §§ da 92 a 94 MStV o le disposizioni del presente statuto, il fornitore dell'intermediario dei media deve correggere immediatamente l'intermediario dei media. 2Il fornitore dell'intermediario dei media è tenuto a fornire la prova della rettifica all'autorità federale dello Stato competente in materia di media in modo adeguato e comprensibile.

**§ 13**

**Informazione e presentazione dei documenti**

(1) 1Per verificare un'eventuale infrazione, il fornitore di un intermediario dei media è tenuto a fornire tutte le informazioni necessarie, a mettere a disposizione le informazioni e a presentare documenti. 2L'autorità federale dello Stato competente in materia di media può in particolare

1. richiedere la presentazione di tutta la documentazione che dimostri i criteri ai sensi del § 93(1), comma 1 MStV o i criteri centrali e la loro ponderazione, nonché il funzionamento degli algoritmi utilizzati ai sensi del § 93(1), comma 2 MStV;
2. ascoltare come testimoni i dipendenti del fornitore intermediario dei media coinvolti nella definizione, nell'attuazione tecnica e nella modifica dei criteri ai sensi del § 93(1), comma 1 MStV o i criteri centrali e la loro ponderazione, nonché il funzionamento degli algoritmi utilizzati ai sensi del§ 93(1), comma 2, MStV;
3. chiedere al fornitore intermediario dei media una dichiarazione giurata relativa alle informazioni da rendere trasparenti ai sensi del § 93 (1) MStV e § 6;
4. richiedere la presentazione di accordi contrattuali, impegni o altri obblighi oggettivamente connessi all'accesso e al mantenimento dei contenuti all'intermediario dei media, in particolare nella misura in cui riguardano l'inclusione, la presentazione e il mantenimento di contenuti giornalistico-editoriali.

(2) 1Al momento della presentazione dei documenti di cui al paragrafo 1, il fornitore intermediario dei media contrassegna le parti dei documenti che contengono segreti aziendali o commerciali. 2In questo caso, essi devono inoltre presentare una versione che, dal loro punto di vista, possa essere visionata da terzi senza rivelare segreti aziendali o commerciali. 3Se ciò non avviene, l'autorità federale dello Stato competente in materia di media può assumere il consenso all'ispezione, a meno che non sia a conoscenza di circostanze particolari che non giustifichino tale presunzione. 4Se l'autorità federale dello Stato competente in materia di media considera ingiustificata la marcatura dei documenti come segreti aziendali o commerciali, deve dare al fornitore la possibilità di presentare osservazioni prima di decidere se concedere l'accesso a terzi.

**Sezione 5: Disposizioni finali**

**§ 14**

**Valutazione**

La ZAK riesamina il presente statuto almeno ogni tre anni, tenendo conto in particolare di:

1. l'esperienza acquisita con l'applicazione pratica del presente statuto;
2. sviluppi tecnici ed economici nel settore della regolamentazione;
3. l'importanza dei singoli intermediari dei media per la formazione dell'opinione pubblica;
4. sviluppi della co-regolamentazione, quali gli impegni assunti a livello dell'industria;
5. lo sviluppo della ricerca sulla trasparenza e la discriminazione;
6. lo sviluppo della ricerca e della scienza nel campo dell'analisi dei dati, dell'intelligenza artificiale e dell'apprendimento automatico.

**§ 15**

**Entrata in vigore**

1Il presente statuto entrerà in vigore il 1º settembre 2021. 2Se, entro il 31 agosto 2021, i corrispondenti statuti non sono stati emanati e pubblicati da tutte le autorità federali dello Stato competente in materia di media, questo statuto diventerà obsoleto. 3Il presidente della Conferenza dei direttori delle autorità federali dello Stato competenti in materia di media (DLM) pubblica su Internet con il marchio ombrello "die medienanstalten" se tutte le autorità federali dello Stato competenti in materia di media hanno emanato e pubblicato gli statuti corrispondenti entro il termine di cui alla frase 2.[[1]](#footnote-1)

1. Notificato ai sensi della direttiva (UE) 2015/1535 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 9 settembre 2015, che prevede una procedura d'informazione nel settore dei regolamenti tecnici e delle regole relative ai servizi della società dell'informazione (GU L 241 del 17.9.2015, pag. 1). [↑](#footnote-ref-1)