



2025/1156

3.11.2025

REGOLAMENTO DELEGATO (UE) 2025/1156 DELLA COMMISSIONE

del 12 giugno 2025

che integra il regolamento (UE) n. 600/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le norme tecniche di regolamentazione sull'obbligo di mettere a disposizione del pubblico i dati di mercato a condizioni commerciali ragionevoli

(Testo rilevante ai fini del SEE)

LA COMMISSIONE EUROPEA,

visto il trattato sul funzionamento dell'Unione europea,

visto il regolamento (UE) n. 600/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 maggio 2014, sui mercati degli strumenti finanziari e che modifica il regolamento (UE) n. 648/2012 ⁽¹⁾, in particolare l'articolo 13, paragrafo 5, quarto comma,

considerando quanto segue:

- (1) Al fine di garantire che i dati di mercato siano forniti a condizioni commerciali ragionevoli, secondo clausole contrattuali imparziali ed eque e in modo uniforme in tutta l'Unione, è necessario specificare le condizioni che i gestori del mercato e le imprese di investimento che gestiscono una sede di negoziazione, i dispositivi di pubblicazione autorizzati (APA), i sistemi consolidati di pubblicazione (CTP) e gli internalizzatori sistematici dovrebbero soddisfare. Tali condizioni dovrebbero garantire che l'obbligo di fornire dati di mercato a condizioni commerciali ragionevoli sia sufficientemente chiaro e applicato in modo efficace e uniforme, tenendo conto nel contempo dei diversi modelli operativi e delle diverse strutture dei costi dei gestori del mercato e delle imprese di investimento che gestiscono una sede di negoziazione, degli APA, dei CTP e degli internalizzatori sistematici.
- (2) Al fine di garantire che siano forniti dati di mercato a condizioni commerciali ragionevoli, è necessario specificare le modalità di calcolo dei costi attribuibili ai dati di mercato. Il calcolo dei costi attribuibili ai dati di mercato dovrebbe includere soltanto i costi direttamente associati alla produzione e alla diffusione di dati di mercato. Al fine di effettuare tale calcolo, i costi dovrebbero essere classificati operando una distinzione tra i costi relativi all'infrastruttura utilizzata ai fini della produzione e della diffusione di dati di mercato, le attività fisiche e i software utilizzati al fine di consentire la connettività necessaria per la produzione e la diffusione di dati di mercato, i costi del personale, i costi finanziari e altri costi, compresi i costi amministrativi destinati alla produzione e alla diffusione di dati di mercato. Al fine di evitare doppi conteggi dei costi, i costi relativi alla produzione e alla diffusione di dati di mercato dovrebbero essere imputati esclusivamente a una categoria di costi, in base alla natura di ciascun fattore di costo. I costi di audit non dovrebbero essere inclusi nella ripartizione dei costi di produzione e diffusione di dati di mercato.
- (3) I fornitori di dati di mercato, in particolare le sedi di negoziazione, offrono spesso una varietà di servizi oltre alla fornitura di dati di mercato. Tali soggetti sostengono pertanto costi diversificati concernenti categorie quali le tecnologie e le infrastrutture, lo sviluppo di software, le vendite e il marketing, le analisi, la ricerca quantitativa, l'attività o la conformità. Al fine di stabilire commissioni per i dati di mercato a condizioni commerciali ragionevoli, è importante distinguere, ad esempio, i costi imputabili all'attività primaria di far incontrare acquirenti e venditori dai costi direttamente imputabili alla produzione e alla diffusione di dati di mercato.
- (4) In alcuni casi, attività fisiche, software, personale e servizi amministrativi potrebbero essere parzialmente utilizzati per la produzione di altri servizi non direttamente connessi alla produzione e alla diffusione di dati di mercato. In considerazione di ciò, è necessario ripartire i costi imputabili alle risorse condivise sulla base di una metodologia chiara, specificando la misura in cui ciascuna risorsa contribuisce alla produzione e alla diffusione di dati di mercato. Anche i costi finanziari derivanti dalle risorse condivise dovrebbero essere oggetto di ripartizione, sulla base dell'assegnazione di tali risorse alla produzione e alla diffusione di dati di mercato. La metodologia utilizzata per la ripartizione dei costi dovrebbe essere riesaminata annualmente al fine di garantirne la correttezza. I fornitori di dati di mercato dovrebbero fornire all'autorità competente pertinente prove a sostegno della metodologia scelta e delle relative modifiche.

⁽¹⁾ GU L 173 del 12.6.2014, pag. 84, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2014/600/oj>.

- (5) Il margine incluso nelle commissioni per i dati di mercato dovrebbe essere fissato in modo da trovare un equilibrio tra la necessità di garantire che la produzione e la diffusione di dati di mercato rimangano commercialmente sostenibili per i fornitori di dati di mercato e la necessità di assicurare un accesso quanto più ampio possibile ai dati di mercato. Per i CTP, che saranno istituiti nei prossimi anni, il margine dovrebbe essere sufficiente a sostenere l'investimento nell'avviamento e la redditività commerciale nel periodo necessario per consentire loro di fare maturare la loro impresa.
- (6) Per garantire che siano forniti dati di mercato a condizioni commerciali ragionevoli, è necessario specificare in che modo dovrebbe essere determinato il margine incluso nelle commissioni per i dati di mercato. In particolare, il margine dovrebbe essere l'utile operativo realizzato dal fornitore di dati di mercato dopo aver sottratto dai ricavi tutte le spese relative alla produzione e alla diffusione di dati di mercato. Tali spese dovrebbero includere costi operativi quali infrastrutture, attività utilizzate ai fini della connettività, personale dedicato alla produzione e alla diffusione di dati di mercato e spese finanziarie. Al fine di aumentare la trasparenza, il margine dovrebbe essere espresso in percentuale dei costi.
- (7) Per garantire che il margine incluso nelle commissioni per i dati di mercato sia ragionevole, è necessario specificare che tale margine non dovrebbe essere sproporzionato rispetto ai costi sostenuti per la produzione e la diffusione di dati di mercato e che il margine dovrebbe essere allineato ai margini applicabili all'attività complessiva che il fornitore di dati di mercato intraprende.
- (8) Al fine di garantire la non discriminazione tra i clienti, i fornitori di dati di mercato dovrebbero disporre di capacità scalabili per consentire a tutti i clienti un accesso tempestivo ai dati di mercato.
- (9) Negli ultimi anni, la possibilità di applicare commissioni differenziate proporzionate al valore che i dati di mercato rappresentano per il cliente ha portato alla creazione di più categorie di clienti che sono state applicate simultaneamente al medesimo cliente, una circostanza questa che ha determinato una conseguente duplicazione delle commissioni.
- (10) Al fine di assicurare che i dati di mercato siano forniti a condizioni commerciali ragionevoli, i fornitori di dati di mercato dovrebbero essere in grado di stabilire categorie di clienti sulla base di elementi fattuali, tra cui l'utilizzo o le dimensioni del cliente. La categorizzazione dei clienti dovrebbe consentire ai fornitori di dati di mercato di trattare in modo diverso i clienti che presentano caratteristiche fattuali diverse. I clienti rientranti in una categoria dovrebbero essere chiaramente distinguibili da quelli appartenenti ad altre categorie in ragione di uno o più elementi che li distinguono dai clienti appartenenti ad altre categorie. Un cliente dovrebbe appartenere a un'unica categoria. Ad esempio, i fornitori di dati di mercato potrebbero creare una categoria di clienti distinta per i ridistributori di dati, i clienti professionali o i clienti non professionali. I criteri utilizzati per stabilire le categorie di clienti dovrebbero essere sufficientemente generici da essere applicabili a un gruppo di clienti. Di conseguenza la categorizzazione dovrebbe dar vita a un numero limitato di categorie.
- (11) Al fine di assicurare che siano forniti dati di mercato a condizioni commerciali ragionevoli, le commissioni addebitate ai clienti appartenenti a una determinata categoria dovrebbero essere fissate sulla base dei costi sostenuti per fornire dati a tali clienti così come di un margine ragionevole, espresso in percentuale dei costi, che dovrebbe essere omogeneo tra i clienti appartenenti alla stessa categoria. I fornitori di dati di mercato dovrebbero poter applicare commissioni diverse a tipi di dati diversi (ad esempio dati destinati alla visualizzazione e dati non destinati alla visualizzazione) sulla base delle differenze in termini di costi di produzione e diffusione di tali tipi di dati.
- (12) Negli ultimi anni è stata individuata una serie di questioni relative ai termini e alle condizioni inseriti negli accordi sui dati di mercato a svantaggio dei clienti. Alcune di tali questioni riguardano la prassi applicata dai fornitori di dati di mercato di imporre obblighi amministrativi onerosi ai clienti dei dati di mercato, anche attraverso richieste frequenti e dettagliate sull'uso dei dati di mercato. Tra le altre pratiche figurano l'uso di un linguaggio ambiguo negli accordi sui dati di mercato o le loro frequenti modifiche che costringono il cliente a impiegare risorse per interpretare o

riesaminare l'accordo. Talvolta i clienti dei dati di mercato sono stati obbligati a cancellare i dati storici dai loro sistemi al momento della risoluzione del contratto, a versare commissioni per ciascun sito o a rispettare inutili limitazioni delle modalità di utilizzo dei dati di mercato. Tali pratiche rischiano di comportare un costo ingiustificato per l'accesso ai dati di mercato. Di conseguenza, affinché i termini e le condizioni siano equi e imparziali, tali pratiche dovrebbero essere vietate. Le prescrizioni in materia di clausole contrattuali eque e imparziali di cui al presente regolamento dovrebbero integrare le altre disposizioni applicabili del diritto dell'Unione, in particolare il regolamento (UE) 2023/2854 del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽²⁾ (regolamento sui dati) e altri regolamenti relativi alla tutela dei consumatori, compresa la direttiva 93/13/CEE del Consiglio ⁽³⁾ (direttiva sulle clausole abusive nei contratti).

- (13) Al fine di migliorare la trasparenza, i fornitori di dati di mercato dovrebbero garantire che i termini e le condizioni per la fornitura dei dati di mercato siano specificati in modo chiaro e conciso. Ciò implica che i termini e le condizioni devono essere comprensibili ai clienti in modo autonomo senza rinvio ad altri documenti, fatto salvo il caso in cui tali documenti siano chiaramente identificati e facilmente reperibili dai clienti.
- (14) Per concedere al cliente il tempo sufficiente per comprendere una modifica apportata all'accordo sui dati di mercato nonché per consentirgli di confrontare altre offerte disponibili sul mercato e riflettere in merito alle stesse, nel caso in cui gli accordi sui dati di mercato consentano modifiche unilaterali, i fornitori di dati di mercato dovrebbero notificare tali modifiche al cliente rispettando un preavviso di 90 giorni. Al fine di evitare modifiche unilaterali che creino conseguenze onerose o gravose per il cliente dei dati di mercato, tra cui modifiche che determinino un aumento delle commissioni, l'accordo dovrebbe conferire al cliente il diritto di risolvere il contratto senza incorrere in sanzioni qualora si verificano tali modifiche unilaterali. La possibilità di risolvere e rinnovare l'accordo sui dati di mercato non dovrebbe essere utilizzata dai fornitori di dati di mercato per eludere l'applicazione delle garanzie pertinenti in caso di modifiche unilaterali del contratto.
- (15) Al fine di evitare di addebitare più volte ai clienti la stessa fornitura di dati di mercato qualora i clienti li acquistino da fornitori e venditori diversi, se richiesto dal cliente, i dati di mercato dovrebbero essere offerti per singolo cliente. I CTP raccolgono dati dalle sedi di negoziazione e dagli APA e li consolidano in un flusso elettronico continuo di dati in tempo reale che fornisce dati di mercato fondamentali e dati regolamentari. Pertanto la fornitura di tali dati da parte dei CTP dovrebbe essere considerata distinta dalla fornitura di dati di mercato da parte delle sedi di negoziazione e degli APA. Di conseguenza i CTP dovrebbero poter addebitare una commissione al loro cliente anche qualora quest'ultimo riceva addebiti per i dati di mercato da una sede di negoziazione o da un APA.
- (16) Per consentire ai clienti di ottenere i dati di mercato senza dover acquistare altri servizi, i dati di mercato non dovrebbero essere offerti in abbinamento ad altri servizi.
- (17) I termini e le condizioni relativi alle sanzioni e agli audit sono stati riconosciuti come eccessivamente onerosi per i clienti dei dati di mercato e come elementi che contribuiscono all'aumento del costo dei dati di mercato al di là dei costi di produzione e diffusione e di un margine ragionevole. Al fine di evitare sanzioni ingiustificate, le sanzioni dovrebbero essere imposte soltanto sulla base di prove di violazione dell'accordo sui dati di mercato. Inoltre le sanzioni non dovrebbero essere eccessivamente onerose e la loro entità dovrebbe basarsi sull'importo che il cliente avrebbe sostenuto in caso di rispetto dell'accordo sui dati di mercato. Inoltre, al fine di consentire al cliente di adottare tempestivamente disposizioni volte a evitare il ripetersi di violazioni dell'accordo sui dati di mercato, il fornitore di dati di mercato dovrebbe imporre la sanzione entro un termine ragionevole dal verificarsi della violazione stessa. Il termine ragionevole non dovrebbe superare i cinque anni dalla data di notifica di un audit. Tale termine è in linea con gli obblighi di conservazione della documentazione in capo alle imprese di investimento di cui all'articolo 16 della direttiva 2014/65/UE del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽⁴⁾.

⁽²⁾ Regolamento (UE) 2023/2854 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 13 dicembre 2023, riguardante norme armonizzate sull'accesso equo ai dati e sul loro utilizzo e che modifica il regolamento (UE) 2017/2394 e la direttiva (UE) 2020/1828 (regolamento sui dati) (GU L, 2023/2854, 22.12.2023, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2023/2854/oj>).

⁽³⁾ Direttiva 93/13/CEE del Consiglio, del 5 aprile 1993, concernente le clausole abusive nei contratti stipulati con i consumatori (GU L 95 del 21.4.1993, pag. 29, ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/1993/13/oj>).

⁽⁴⁾ Direttiva 2014/65/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 maggio 2014, relativa ai mercati degli strumenti finanziari e che modifica la direttiva 2002/92/CE e la direttiva 2011/61/UE (GU L 173 del 12.6.2014, pag. 349, ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/2014/65/oj>).

- (18) Attualmente gli accordi sui dati di mercato prevedono audit gravosi per i clienti dei dati di mercato a causa della loro frequenza, della loro durata e dell'onere della prova a carico di tali clienti. Di conseguenza, al fine di garantire che gli accordi sui dati di mercato siano equi e imparziali, laddove l'accordo sui dati di mercato preveda che gli audit possano essere richiesti dal fornitore di dati di mercato, i termini di detto accordo dovrebbero imporre che l'audit si basi su indicazioni specifiche e credibili di una potenziale violazione verificatasi non più di cinque anni prima della data di notifica dell'audit. Inoltre, al fine di attenuare i rischi di parzialità e migliorare l'equità, i fornitori di dati di mercato che effettuano un audit dovrebbero poter richiedere soltanto le informazioni necessarie per raccogliere prove in relazione alla presunta violazione.
- (19) Per consentire ai clienti e alle autorità competenti di valutare efficacemente se i dati di mercato sono forniti a condizioni commerciali ragionevoli, i fornitori di dati di mercato dovrebbero divulgare tutte le informazioni pertinenti per l'offerta di dati di mercato in termini chiari e inequivocabili. Tali informazioni dovrebbero consentire ai clienti e alle autorità competenti di comprendere le politiche in materia di dati di mercato, comprese le modalità di determinazione del livello delle commissioni per i dati di mercato, e dovrebbero essere fornite presentando un contenuto uniforme e utilizzando un formato e una terminologia uniformi. I fornitori di dati di mercato dovrebbero fornire all'autorità competente, su richiesta, le informazioni sui costi totali di produzione e diffusione di dati di mercato, compreso un margine ragionevole, utilizzando un formato armonizzato.
- (20) Al fine di consentire ai clienti e alle autorità competenti di comprendere le modalità di calcolo delle commissioni, la politica in materia di dati di mercato dovrebbe indicare l'unità di conteggio utilizzata per fatturare le commissioni ai clienti. L'unità di conteggio può operare una distinzione tra tipi di dati di mercato (ad esempio tra dati destinati alla visualizzazione e dati non destinati alla visualizzazione) e dovrebbe essere unica per lo stesso tipo di dati di mercato. L'unità di conteggio dovrebbe essere correlata ai costi sostenuti per fornire i dati di mercato.
- (21) Al fine di garantire un processo di attuazione agevole ed efficiente, è necessario stabilire una data di applicazione differita per consentire ai partecipanti al mercato autorizzati prima della data di entrata in vigore del presente regolamento un periodo di tempo adeguato per riformulare, negoziare e concludere accordi riveduti, riducendo così al minimo eventuali perturbazioni. Poiché attualmente non esistono CTP autorizzati e operativi, per i CTP non è necessaria una data di applicazione differita.
- (22) Il trattamento dei dati personali ai fini del presente regolamento dovrebbe essere effettuato conformemente al diritto dell'Unione in materia di protezione dei dati personali. A tale riguardo, qualsiasi trattamento di dati personali effettuato dalle autorità nazionali competenti in applicazione del presente regolamento dovrebbe essere effettuato in conformità del regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽⁵⁾ e dei requisiti nazionali in materia di protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento di dati personali. Qualsiasi trattamento di dati personali effettuato dall'Autorità europea degli strumenti finanziari e dei mercati (ESMA) in applicazione del presente regolamento dovrebbe essere effettuato in conformità del regolamento (UE) 2018/1725 del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽⁶⁾.
- (23) Il presente regolamento si basa sui progetti di norme tecniche di regolamentazione che l'ESMA ha presentato alla Commissione.
- (24) L'ESMA ha condotto consultazioni pubbliche sui progetti di norme tecniche di regolamentazione su cui è basato il presente regolamento, ha analizzato i potenziali costi e benefici collegati e ha chiesto la consulenza del gruppo delle parti interessate nel settore degli strumenti finanziari e dei mercati istituito dall'articolo 37 del regolamento (UE) n. 1095/2010 del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽⁷⁾.

⁽⁵⁾ Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati) (GU L 119 del 4.5.2016, pag. 1, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>).

⁽⁶⁾ Regolamento (UE) 2018/1725 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 ottobre 2018, sulla tutela delle persone fisiche in relazione al trattamento dei dati personali da parte delle istituzioni, degli organi e degli organismi dell'Unione e sulla libera circolazione di tali dati, e che abroga il regolamento (CE) n. 45/2001 e la decisione n. 1247/2002/CE (GU L 295 del 21.11.2018, pag. 39, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2018/1725/oj>).

⁽⁷⁾ Regolamento (UE) n. 1095/2010 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 24 novembre 2010, che istituisce l'Autorità europea di vigilanza (Autorità europea degli strumenti finanziari e dei mercati), modifica la decisione n. 716/2009/CE e abroga la decisione 2009/77/CE della Commissione (GU L 331 del 15.12.2010, pag. 84, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2010/1095/oj>).

- (25) Conformemente all'articolo 42, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2018/1725, il Garante europeo della protezione dei dati è stato consultato e ha formulato osservazioni formali il 17 marzo 2025,

HA ADOTTATO IL PRESENTE REGOLAMENTO:

CAPO I

DEFINIZIONI

Articolo 1

Definizioni

Ai fini del presente regolamento si applicano le definizioni seguenti:

- a) «cliente dei dati di mercato»: la persona fisica o giuridica che firma l'accordo sui dati di mercato ed è intestataria della fattura per le commissioni per i dati di mercato;
- b) «dati di mercato»: le informazioni che pubblicano i gestori del mercato e le imprese di investimento che gestiscono una sede di negoziazione, i dispositivi di pubblicazione autorizzati (APA), i fornitori di un sistema consolidato di pubblicazione (CTP) e gli internalizzatori sistematici, conformemente agli articoli 3 e 4, agli articoli da 6 a 11 bis e agli articoli 14, 20, 21, 27 *octies* e 27 *nonies* del regolamento (UE) n. 600/2014;
- c) «dati di mercato ritardati»: i dati di mercato messi a disposizione 15 minuti dopo la pubblicazione, a norma dell'articolo 13, paragrafo 2, del regolamento (UE) n. 600/2014;
- d) «fornitore di dati di mercato»: un gestore del mercato o un'impresa di investimento che gestisce una sede di negoziazione, un APA, un CTP o un internalizzatore sistematico che svolge un'attività commerciale di diffusione di dati di mercato presso i clienti;
- e) «costi totali»: tutti i costi sostenuti dal fornitore di dati di mercato direttamente connessi alla produzione e alla diffusione di dati di mercato;
- f) «utile operativo»: gli introiti percepiti dal fornitore di dati di mercato, sottraendo i costi totali dai ricavi generati dalla produzione e dalla diffusione di dati di mercato;
- g) «accordo sui dati di mercato»: qualsiasi accordo tra il fornitore di dati di mercato e il cliente dei dati di mercato per la fornitura di dati di mercato, conforme alle informazioni e alle commissioni comunicate nella politica in materia di dati di mercato;
- h) «politica in materia di dati di mercato»: uno o più documenti del fornitore di dati di mercato contenenti informazioni sulla fornitura di dati di mercato, conformemente al capo V del presente regolamento;
- i) «commissione per singolo cliente»: un modello di addebito di commissioni per i dati di mercato che consente ai clienti di evitare una fatturazione multipla nel caso in cui i dati di mercato siano stati ottenuti tramite più fornitori di dati di mercato o ridistributori.

CAPO II

CALCOLO DEI COSTI TOTALI E DEI MARGINI DEI DATI DI MERCATO

Articolo 2

Costi totali

1. I fornitori di dati di mercato calcolano i costi totali sostenuti nel corso di un esercizio contabile. Il calcolo dei costi totali comprende le categorie di costi seguenti:
 - a) costi delle infrastrutture imputabili ad attività fisiche, licenze software e servizi in locazione, o qualsiasi altra infrastruttura necessari per la produzione e la diffusione di dati di mercato;

- b) costi di connettività imputabili a qualsiasi attività fisica, licenza software e servizio in locazione che garantisce la connettività necessaria per la produzione e la diffusione di dati di mercato;
 - c) costi imputabili al personale addetto alla produzione e alla diffusione di dati di mercato;
 - d) costi finanziari, compresi svalutazioni, ammortamenti e costi del capitale per il finanziamento di servizi di dati di mercato;
 - e) altri costi, compresi i costi amministrativi necessari per la produzione e la diffusione di dati di mercato.
2. I costi delle infrastrutture condivisi con altri servizi non direttamente connessi alla produzione e alla diffusione di dati di mercato sono ripartiti tenendo conto dell'utilizzo dell'infrastruttura pertinente da parte di ciascun servizio.
3. I costi di connettività condivisi con altri servizi non direttamente connessi alla produzione e alla diffusione di dati di mercato sono ripartiti tenendo conto dell'utilizzo del pertinente quadro di connettività da parte di ciascun servizio.
4. I costi imputabili al personale parzialmente dedicato alla produzione e alla diffusione di dati di mercato sono ripartiti tenendo conto dell'entità dell'attività lavorativa di tale personale connessa alla produzione e alla diffusione di dati di mercato.
5. I costi finanziari derivanti dall'infrastruttura, dalla connettività e dal personale che sono condivisi con altri servizi non direttamente connessi alla produzione e alla diffusione di dati di mercato sono ripartiti tenendo conto dell'utilizzo delle attività e dei servizi pertinenti.
6. I fornitori di dati di mercato devono essere in grado di specificare eventuali altri costi che attribuiscono alla produzione e alla diffusione di dati di mercato e di fornire una motivazione per l'inclusione di tali costi.
7. I fornitori di dati di mercato riesaminano annualmente la metodologia utilizzata per la ripartizione dei costi di cui ai paragrafi da 2 a 6.

Articolo 3

Principi per la fissazione di un margine ragionevole per i dati di mercato

1. Il margine ragionevole per i dati di mercato costituisce l'utile operativo.
2. Il margine ragionevole per i dati di mercato:
 - a) è fissato in percentuale dei costi totali;
 - b) non supera in modo sproporzionato i costi totali;
 - c) per i fornitori di dati di mercato che offrono servizi diversi dalla produzione e dalla diffusione di dati di mercato, è ragionevolmente comparabile all'utile operativo attribuibile all'attività complessiva svolta dal fornitore di dati di mercato.
3. Il margine ragionevole è ottenuto fissando commissioni per i dati di mercato a un livello che consenta l'accesso ai dati al massimo numero di clienti dei dati di mercato.

CAPO III

ACCESSO NON DISCRIMINATORIO*Articolo 4***Obbligo di fornire dati di mercato in modo non discriminatorio**

1. I fornitori di dati di mercato concedono l'accesso ai dati di mercato su base non discriminatoria per quanto riguarda le commissioni, i termini e le condizioni relativi all'accesso, le modalità tecniche e i canali di distribuzione.
2. I fornitori di dati di mercato applicano lo stesso tariffario delle commissioni così come gli stessi termini e condizioni per l'accesso ai dati di mercato a tutti i clienti che chiedono tale accesso.
3. I fornitori di dati di mercato dispongono di capacità scalabili per garantire che i clienti dei dati di mercato ottengano un accesso tempestivo ai dati di mercato in qualsiasi momento su base non discriminatoria.
4. I fornitori di dati di mercato offrono ai clienti la stessa gamma di opzioni per quanto riguarda le modalità tecniche e provvedono affinché queste ultime non creino discriminazioni né indebiti vantaggi o svantaggi.
5. I fornitori di dati di mercato sono in grado di giustificare con validi vincoli tecnici eventuali divergenze nelle soluzioni fornite per l'accesso ai dati di mercato.

*Articolo 5***Commissioni differenziate**

1. I fornitori di dati di mercato possono applicare commissioni differenziate soltanto se le stesse sono determinate sulla base di una categorizzazione dei clienti e purché siano soddisfatte tutte le condizioni seguenti:
 - a) i criteri utilizzati per stabilire le categorie si basano su elementi fattuali, facilmente verificabili e sufficientemente generici da essere applicabili a un gruppo di clienti;
 - b) il margine per i dati di mercato, stabilito conformemente all'articolo 3, è lo stesso per tutti i clienti appartenenti alla medesima categoria;
 - c) le differenze tra le categorie sono chiare e i clienti sono in grado di comprendere la categoria a cui appartengono;
 - d) a ogni cliente è applicabile una sola categoria.
2. In caso di costi aggiuntivi multipli e significativamente diversi per la fornitura di dati di mercato allo stesso cliente, i fornitori di dati di mercato possono aggiungere alla commissione applicabile una maggiorazione determinata dai costi aggiuntivi sostenuti.
3. I fornitori di dati di mercato possono concedere sconti o altre riduzioni temporanee delle commissioni soltanto a condizione che tali sconti o riduzioni si basino su elementi fattuali, facilmente verificabili e sufficientemente generici da interessare più di un cliente.

*Articolo 6***Canali di distribuzione**

I fornitori di dati di mercato provvedono affinché i dati di mercato, compresi quelli ritardati, siano trasmessi contemporaneamente attraverso tutti i canali di distribuzione.

*CAPO IV***CLAUSOLE CONTRATTUALI IMPARZIALI ED EQUE***Articolo 7***Fornitura di informazioni precontrattuali**

1. Prima della conclusione dell'accordo sui dati di mercato, su richiesta del cliente dei dati di mercato, i fornitori di dati di mercato forniscono ai clienti tutte le informazioni sulle commissioni effettive e sulle disposizioni applicabili a tali clienti necessarie per confrontare le offerte di dati di mercato disponibili sul mercato e consentire ai clienti di prendere una decisione informata in merito alla conclusione o meno dell'accordo sui dati di mercato.
2. Le informazioni di cui al paragrafo 1 sono coerenti con le commissioni indicate nella politica in materia di dati di mercato.

*Articolo 8***Clausole eque**

1. L'accordo sui dati di mercato assicura un equilibrio tra i diritti e gli obblighi delle parti derivanti dal contratto e rispetta i requisiti di buona fede.
2. Le parti dell'accordo sui dati di mercato si astengono dal presentare richieste o dal fornire informazioni in modo eccessivo o frequente, qualora tali richieste e informazioni non siano necessarie per la corretta esecuzione del contratto, nonché dall'attuare altre pratiche che comportino costi aggiuntivi ingiustificati per una delle parti.

*Articolo 9***Clausole contrattuali**

1. L'accordo sui dati di mercato specifica in modo chiaro e conciso i termini e le condizioni per la fornitura di dati di mercato e consente al cliente di comprendere facilmente gli obblighi e i diritti stabiliti in tale accordo.
2. L'accordo sui dati di mercato utilizza definizioni e termini chiari e comprensibili e impiega la terminologia presente nella politica in materia di dati di mercato di cui all'articolo 18.

*Articolo 10***Conformità delle clausole alla politica in materia di dati di mercato**

I fornitori di dati di mercato provvedono affinché le clausole dell'accordo sui dati di mercato siano conformi alle informazioni fornite nella politica in materia di dati di mercato pubblicata.

*Articolo 11***Commissioni supplementari**

I termini e le condizioni di cui agli accordi sui dati di mercato che possono comportare commissioni supplementari o un aumento delle commissioni, compresi gli aggiustamenti indicizzati all'inflazione, sono chiaramente indicati negli accordi stessi.

*Articolo 12***Commissioni per singolo cliente**

1. I fornitori di dati di mercato mettono in atto meccanismi volti a garantire che un'unica fornitura di dati di mercato sia addebitata una sola volta.

2. A tal fine, qualora i dati di mercato siano stati ottenuti tramite più fornitori di dati di mercato o ridistributori, i fornitori di dati di mercato offrono la possibilità di addebitare le commissioni una sola volta per ciascun cliente a fronte della stessa fornitura di dati di mercato.

*Articolo 13***Obbligo di non abbinamento dei dati**

I fornitori di dati di mercato non abbinano la fornitura di dati di mercato ad altri servizi.

*Articolo 14***Sanzioni**

1. I fornitori di dati di mercato indicano chiaramente nell'accordo sui dati di mercato le violazioni dei diritti e degli obblighi derivanti da tale accordo cui sono applicabili sanzioni.

2. L'ammontare delle sanzioni non supera in maniera irragionevole le commissioni che il cliente avrebbe sostenuto qualora avesse rispettato l'accordo sui dati di mercato.

3. La richiesta di pagamento di una sanzione può essere presentata soltanto entro un termine ragionevole rispetto al momento della commissione della violazione, non superiore a cinque anni dalla data di notifica di un audit, ed è basata su prove evidenti della violazione stessa.

*Articolo 15***Disposizioni contrattuali in materia di audit**

Se l'accordo sui dati di mercato prevede che il fornitore di dati di mercato possa richiedere un audit per accertare se si sia verificata una violazione di tale accordo, i termini dell'accordo sui dati di mercato garantiscono che:

- a) la richiesta di audit si basi su indicazioni specifiche e credibili di una potenziale violazione verificatasi non più di cinque anni prima della data di notifica dell'audit;
- b) i documenti e le informazioni che il cliente dei dati di mercato è tenuto a fornire si limitino a quanto necessario ai fini della raccolta delle prove relative alla presunta violazione.

*Articolo 16***Modifiche unilaterali delle commissioni e delle condizioni**

1. Qualora i termini e le condizioni dell'accordo sui dati di mercato consentano al fornitore di dati di mercato di modificare unilateralmente le commissioni o le condizioni per la fornitura di tali dati, detta modifica è notificata al cliente dei dati di mercato almeno 90 giorni prima della sua entrata in vigore.
2. Se le modifiche di cui al paragrafo 1 comportano commissioni e condizioni meno favorevoli per il cliente dei dati di mercato, quest'ultimo ha il diritto di recedere dall'accordo sui dati di mercato senza incorrere in commissioni supplementari o sanzioni. Tale diritto è specificato nell'accordo sui dati di mercato.

*CAPO V***CONTENUTO, FORMATO E TERMINOLOGIA DELLE POLITICHE IN MATERIA DI DATI DI MERCATO***Articolo 17***Informazioni da includere nella politica in materia di dati di mercato**

1. I fornitori di dati di mercato mettono a disposizione del pubblico una politica in materia di dati di mercato che divulga tutte le informazioni pertinenti all'offerta di dati di mercato in termini chiari e inequivocabili. Tali informazioni includono:
 - a) il tariffario delle commissioni per la fornitura dei dati di mercato;
 - b) i termini e le condizioni della fornitura di dati di mercato, compreso qualsiasi servizio indiretto necessario per accedere ai dati di mercato;
 - c) i termini e le condizioni dell'audit di cui all'articolo 15.
2. Le informazioni sull'offerta di dati di mercato comunicate nella politica in materia di dati di mercato consentono ai clienti dei dati di mercato di comprendere le commissioni e i termini e le condizioni ad essi applicabili prima della conclusione di un accordo sui dati di mercato.

*Articolo 18***Terminologia delle politiche in materia di dati di mercato**

Oltre alle pertinenti definizioni di cui all'articolo 1, i fornitori di dati di mercato adottano la terminologia seguente nella loro politica in materia di dati di mercato e nei loro tariffari delle commissioni:

- a) «unità di conteggio»: l'unità utilizzata per misurare il livello di fornitura di dati di mercato da fatturare al cliente dei dati di mercato e che è applicata ai fini delle commissioni. Se del caso, l'unità di conteggio può operare una distinzione tra dati destinati alla visualizzazione e dati non destinati alla visualizzazione o altri tipi di dati;
- b) «cliente professionale»: un cliente che gestisce un servizio finanziario regolamentato o un'attività finanziaria regolamentata o che presta un servizio a terzi;
- c) «cliente non professionale»: un cliente che non soddisfa la definizione di cliente professionale di cui alla lettera b);
- d) «dati destinati alla visualizzazione»: i dati di mercato forniti mediante l'ausilio di un monitor o di uno schermo e leggibili dall'uomo;
- e) «dati non destinati alla visualizzazione»: tutti i dati di mercato che non soddisfano la definizione di dati destinati alla visualizzazione di cui alla lettera d);
- f) «dati storici»: i dati di mercato relativi a un periodo antecedente al giorno lavorativo precedente che sono archiviati e conservati dal fornitore di dati di mercato.

*Articolo 19***Formato accessibile delle politiche in materia di dati di mercato**

1. I fornitori di dati di mercato mettono a disposizione sui loro siti web la politica in materia di dati di mercato gratuitamente, su base non discriminatoria e in forma facilmente accessibile. Se la politica in materia di dati di mercato consiste in più di un documento, i fornitori di dati di mercato indicano chiaramente tale circostanza e rendono accessibili tutti i documenti di detta politica in un unico punto del loro sito web.
2. I fornitori di dati di mercato rendono disponibili sul loro sito web le politiche in materia di dati di mercato dei cinque anni precedenti gratuitamente, su base non discriminatoria e in forma facilmente accessibile e provvedono affinché la data e l'ora di pubblicazione e applicazione di tali politiche siano indicate in maniera chiara.

*Articolo 20***Unità di conteggio**

1. I fornitori di dati di mercato indicano, nella loro politica in materia di dati di mercato e nel modello di cui all'allegato I, la commissione per i dati di mercato per singola unità di conteggio applicata per misurare la fornitura di dati di mercato.
2. L'unità di conteggio utilizzata da un fornitore di dati di mercato per tali dati è univoca per ciascun tipo di dati di mercato, compresi, se del caso, i dati destinati alla visualizzazione e i dati non destinati alla visualizzazione, e si basa sui costi di produzione e distribuzione del tipo di dati di mercato in questione.

*Articolo 21***Formato per la pubblicazione della politica in materia di dati di mercato**

1. I fornitori di dati di mercato pubblicano la politica in materia di dati di mercato utilizzando il modello di cui all'allegato I. Tale modello non è utilizzato per altre informazioni.
2. Nella politica in materia di dati di mercato i fornitori di dati di mercato forniscono informazioni in modo coerente e con il medesimo livello di granularità e garantiscono un facile raffronto tra le offerte rivolte ai clienti dei dati di mercato. Le informazioni sui dati pre-negoziazione e post-negoziazione sono fornite separatamente.

*Articolo 22***Informativa sui costi**

1. I fornitori di dati di mercato includono nella politica in materia di dati di mercato una sintesi delle modalità di fissazione del livello delle commissioni per i dati di mercato unitamente a una spiegazione più dettagliata della metodologia di contabilizzazione dei costi utilizzata.
2. La spiegazione della metodologia di contabilizzazione dei costi fornisce, come minimo, l'elenco di tutti i tipi di costi inclusi nelle commissioni per i dati di mercato, con esempi di tali costi nonché i principi e i criteri di ripartizione dei costi condivisi con altri servizi non direttamente connessi alla produzione e alla diffusione di dati di mercato.
3. I fornitori di dati di mercato comunicano se includono un margine nelle commissioni per i dati di mercato e spiegano in che modo garantiscono che i margini siano ragionevoli.

4. I fornitori di dati di mercato aggiornano le informazioni di cui ai paragrafi 1, 2 e 3 del presente articolo immediatamente dopo aver completato il riesame di cui all'articolo 2, paragrafo 7.

CAPO VI

ACCESSIBILITÀ, CONTENUTO E FORMATO DEI DATI DI MERCATO RITARDATI

Articolo 23

Accesso ai dati di mercato ritardati

I gestori del mercato e le imprese di investimento che gestiscono una sede di negoziazione, gli APA e gli internalizzatori sistematici forniscono a qualsiasi cliente l'accesso ai dati di mercato ritardati su base non discriminatoria, senza richiedere alcun tipo di registrazione.

Articolo 24

Contenuto dei dati di mercato ritardati

I gestori del mercato e le imprese di investimento che gestiscono una sede di negoziazione, gli APA e gli internalizzatori sistematici mettono a disposizione del pubblico i dati di mercato ritardati di tutti i sistemi gestiti, conformemente ai criteri seguenti:

- a) i dati di mercato pre-negoziazione ritardati contengono i migliori prezzi di acquisto e di vendita correnti e lo spessore degli interessi di negoziazione a tali migliori prezzi di acquisto e di vendita;
- b) i dati di mercato post-negoziazione ritardati contengono tutti i campi pertinenti ai fini della trasparenza post-negoziazione, come specificato nei regolamenti delegati (UE) 2017/587 ⁽⁸⁾ e (UE) 2017/583 ⁽⁹⁾ della Commissione, e nessun altro campo.

Articolo 25

Formato dei dati di mercato ritardati

I gestori del mercato e le imprese di investimento che gestiscono una sede di negoziazione, gli APA e gli internalizzatori sistematici mettono a disposizione del pubblico i dati di mercato ritardati in un formato adeguato alle esigenze dei clienti per un periodo di tempo sufficiente, come segue:

- a) i dati di mercato pre-negoziazione ritardati sono messi a disposizione in un formato leggibile meccanicamente e leggibile dall'uomo, fino al giorno lavorativo successivo incluso;
- b) i dati di mercato post-negoziazione ritardati sono forniti in un formato leggibile meccanicamente e leggibile dall'uomo e sono messi a disposizione in programmi di uso comune che consentono ai clienti di automatizzare l'estrazione dei dati.

Ai fini della lettera b), tali dati di mercato post-negoziazione ritardati sono messi a disposizione per tutti gli strumenti negoziati o per una categoria di strumenti nello stesso file, che comprende soltanto i dati di mercato ritardati. I dati relativi a ciascun giorno di negoziazione sono messi a disposizione nello stesso file.

⁽⁸⁾ Regolamento delegato (UE) 2017/587 della Commissione, del 14 luglio 2016, che integra il regolamento (UE) n. 600/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio sui mercati degli strumenti finanziari per quanto riguarda le norme tecniche di regolamentazione sugli obblighi di trasparenza a carico delle sedi di negoziazione e delle imprese di investimento relativamente ad azioni, certificati di deposito, fondi indicizzati quotati (ETF), certificati e altri strumenti finanziari analoghi e sull'obbligo di eseguire le operazioni su talune azioni nelle sedi di negoziazione o tramite gli internalizzatori sistematici (GU L 87 del 31.3.2017, pag. 387, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg_del/2017/587/oj).

⁽⁹⁾ Regolamento delegato (UE) 2017/583 della Commissione, del 14 luglio 2016, che integra il regolamento (UE) n. 600/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio sui mercati degli strumenti finanziari per quanto riguarda le norme tecniche di regolamentazione sugli obblighi di trasparenza a carico delle sedi di negoziazione e delle imprese di investimento in relazione a obbligazioni, strumenti finanziari strutturati, quote di emissione e derivati (GU L 87 del 31.3.2017, pag. 229, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg_del/2017/583/oj).

Il file giornaliero di cui al secondo comma è aggiornato ogni minuto. Se il periodo di tempo che intercorre tra i dati indicati è superiore a un minuto, tale file è aggiornato non appena i dati di mercato diventano ammissibili alla pubblicazione dei dati di mercato ritardati. Il file giornaliero è messo a disposizione almeno fino al giorno lavorativo successivo incluso al fine di consentire l'estrazione dei dati da parte dei clienti dei dati di mercato.

CAPO VII

CONTENUTO, FORMATO E TERMINOLOGIA DELLE INFORMAZIONI DA TRASMETTERE ALLE AUTORITÀ COMPETENTI

Articolo 26

Informazioni da trasmettere alle autorità competenti

1. I fornitori di dati di mercato forniscono alle autorità competenti, su richiesta, le informazioni sui costi totali e sul margine ragionevole di cui al capo II utilizzando il modello di cui all'allegato II.
2. Le informazioni da trasmettere alle autorità competenti specificano:
 - a) dettagli ai fini dell'identificazione del fornitore di dati di mercato e, se del caso, del gruppo cui tale fornitore di dati di mercato appartiene;
 - b) dettagli sul tipo di dati di mercato offerti;
 - c) dettagli sui costi totali, compresi gli elementi seguenti:
 - i) una descrizione delle infrastrutture fondamentali utilizzate dal fornitore di dati di mercato;
 - ii) le componenti di tali infrastrutture che sono pertinenti ai fini della determinazione dei costi totali;
 - iii) l'indicazione dei costi attribuibili alla produzione e alla diffusione di dati di mercato;
 - d) il margine ragionevole applicato;
 - e) spiegazioni sulle modalità di determinazione del livello delle commissioni;
 - f) in caso di applicazione di commissioni differenziate, una spiegazione del modo in cui i costi e i margini sono ripartiti tra le diverse categorie di clienti dei dati di mercato, se del caso;
 - g) qualsiasi altra informazione o altro documento giustificativo o entrambi questi elementi, che possano essere ritenuti pertinenti alla verifica dei costi totali e dei margini ragionevoli da parte dell'autorità competente.

CAPO VIII

DISPOSIZIONI FINALI

Articolo 27

Misure transitorie

Per i gestori del mercato e le imprese di investimento che gestiscono una sede di negoziazione, gli APA e gli internalizzatori sistematici autorizzati prima del 23 novembre 2025, il presente regolamento si applica a decorrere dal 23 agosto 2026.

*Articolo 28***Entrata in vigore**

Il presente regolamento entra in vigore il ventesimo giorno successivo alla pubblicazione nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*.

Il presente regolamento è obbligatorio in tutti i suoi elementi e direttamente applicabile in ciascuno degli Stati membri.

Fatto a Bruxelles, il 12 giugno 2025

Per la Commissione

La presidente

Ursula VON DER LEYEN

ALLEGATO I

Modello per la pubblicazione della politica in materia di dati di mercato

Base giuridica	Contenuto			
Articolo 17 del presente regolamento	Politica in materia di dati di mercato: anno XXXX			
	[inserire collegamento ipertestuale a:			
	i) il tariffario delle commissioni per la fornitura dei dati di mercato;			
	ii) i termini e le condizioni della fornitura di dati di mercato, compreso qualsiasi servizio indiretto necessario per accedere ai dati di mercato;			
Articoli 5 e 20 del presente regolamento	iii) i termini e le condizioni dell'audit di cui all'articolo 15.]			
	[Inserire una sintesi generale delle commissioni proposte nel tariffario delle commissioni. Il tariffario delle commissioni dovrebbe comprendere gli elementi seguenti:			
	i) commissioni per unità di conteggio per i dati di mercato pre-negoziazione e post-negoziazione;			
	ii) categorie di clienti e criteri utilizzati per stabilire tali categorie;			
Articolo 16 del presente regolamento	iii) politica degli sconti;			
	iv) commissioni per altri sottoinsiemi di informazioni, comprese quelle richieste conformemente al livello di disaggregazione dei dati a norma del regolamento delegato (UE) 2017/572 della Commissione;			
	v) altri termini e condizioni contrattuali.			
	Eventuali modifiche del listino prezzi dovrebbero essere indicate e spiegate in maniera chiara.]			
Articolo 13, paragrafo 1, del regolamento (UE) n. 600/2014	Comunicazione preventiva con un preavviso minimo di tre mesi di una futura modifica delle commissioni con entrata in vigore il GG/MM/AAAA [Inserire il collegamento ipertestuale al futuro tariffario delle commissioni con indicazione della data di entrata in vigore.]			
Articolo 13, paragrafo 1, del regolamento (UE) n. 600/2014	Informazioni sul contenuto dei dati di mercato			
	Periodo considerato: 1.1.AAAA - 31.12.AAAA			
	Classe di attività	1) numero di strumenti coperti	2) controvalore degli scambi totali relativi agli strumenti coperti	3) rapporto tra i dati di mercato pre-negoziazione/post-negoziazione
	Strumenti rappresentativi di capitale (azioni, fondi indicizzati quotati, certificati di deposito, certificati, altri strumenti finanziari simili agli strumenti di capitale)			
	Obbligazioni			
	ETC ETN			
	SFP			
	Derivati cartolarizzati			
	Derivati su tassi di interesse			
	Derivati su crediti			
	Derivati su strumenti di capitale			
	Derivati FX			
	Derivati su quote di emissione			
	Derivati C10			
	Derivati su merci			
	CFD			
	Quote di emissione			

Base giuridica	Contenuto	
Articolo 22 del presente regolamento	Informativa sui costi: anno AAAA	
	Informazioni sulle modalità di determinazione del livello delle commissioni	<i>[Inserire una sintesi delle modalità di determinazione del livello delle commissioni]</i>
	Metodologia di contabilizzazione dei costi	<i>[Inserire il collegamento ipertestuale alla metodologia di contabilizzazione dei costi]</i>
		1) Elenco dei tipi di costi, conformemente all'articolo 2 del presente regolamento
		2) Criteri di ripartizione (%)
		3) Principi di ripartizione
		4) Spiegare se è incluso un margine e in che modo è garantito che sia ragionevole

ALLEGATO II

Modello per le informazioni da trasmettere all'autorità competente a norma dell'articolo 13, paragrafo 4, del regolamento (UE) n. 600/2014

SEZIONE 1

Fornitore di dati di mercato che trasmette le informazioni

Tabella 1.A

Informazioni generali

Denominazione del soggetto	[Nome completo del fornitore di dati di mercato, comprendente: — se applicabile, forma giuridica specificata nel registro del paese a norma della cui legge la persona giuridica è costituita; e — se applicabile, identificativo della persona giuridica (codice LEI) secondo la norma ISO 17442.]
Indirizzo	[Indirizzo completo (ad esempio via, numero civico, codice postale, località, regione/provincia) e Stato.]
Referente per la richiesta di ulteriori informazioni	[Persona da contattare in seno al fornitore di dati di mercato per ottenere informazioni relative al presente modello (ad esempio direttore finanziario (CFO)) e recapiti pertinenti: — nome e cognome; — posizione del referente in seno al fornitore di dati di mercato; — indirizzo e-mail professionale.]

Tabella 2.B

Informazioni sul gruppo

Il soggetto fa parte di un gruppo?	☐ sì ☐ no
In caso affermativo, il soggetto è l'unico all'interno del gruppo a sostenere costi per la produzione e diffusione di dati di mercato?	☐ sì ☐ no
In caso negativo, specificare quale altro soggetto del gruppo sostiene i costi di produzione e diffusione dei dati	[Nome completo del soggetto, compresi: — se applicabile, forma giuridica specificata nel registro del paese a norma della cui legge la persona giuridica è costituita; e — se applicabile, identificativo della persona giuridica (codice LEI) secondo la norma ISO 17442. — indirizzo completo (ad esempio via, numero civico, codice postale, località, regione/provincia) e Stato.]

SEZIONE 2

Informazioni sui dati forniti

Dati offerti	Collegamento ipertestuale alla politica in materia di dati di mercato come indicata nel sito web a norma degli [articoli sui dati forniti] [SEZIONE A della politica in materia di dati di mercato]
Indicazione del tipo di dati di mercato offerti	Specificare il tipo di dati di mercato offerti: ☐ book completo ☐ prezzi migliori del book ☐ ultima vendita ☐ squilibrio d'asta ☐ altro, specificare:

SEZIONE 3

Costi3.A *Descrizione generale del sistema*

Illustrare brevemente il sistema e i processi di produzione e diffusione dei dati di mercato.

3.B *Componenti prese in considerazione ai fini della determinazione del costo dei dati di mercato*

Tenendo conto del sistema descritto, indicare le **componenti** di tale sistema che sono state prese in considerazione ai fini della determinazione del costo dei dati di mercato e i criteri utilizzati per individuarle.

3.C *Costi dei dati di mercato*

Indicare di seguito il costo necessario alla produzione dei dati, calcolato nel corso dell'esercizio contabile per ciascuna componente (categoria di cui all'articolo 2)

COSTI NON CONDIVISI

Infrastruttura — compresi attività fisiche e licenze software nonché servizi in locazione necessari per la produzione e la diffusione di dati di mercato

Componente (come in 3.B)	Costo

Connettività — compresi attività fisiche e licenze software nonché servizi in locazione che garantiscono la connettività necessaria per la produzione e la diffusione di dati di mercato

Componente (come in 3.B)	Costo

Costi imputabili al personale addetto alla produzione e alla diffusione di dati di mercato

Componente (come in 3.B)	Costo

Costi finanziari — compresi svalutazioni, ammortamenti e costo del capitale

Componente (come in 3.B)	Costo

Altro

Componente (come in 3.B)	Costo

COSTI CONDIVISI

Infrastruttura — compresi attività fisiche e licenze software nonché servizi in locazione necessari per la produzione e la diffusione di dati di mercato

Componente (come in 3.B)	Costo totale	Percentuale ripartita ai fini dei dati di mercato	Motivazione per tale ripartizione

Connettività — compresi attività fisiche e licenze software nonché servizi in locazione che garantiscono la connettività necessaria per la produzione e la diffusione di dati di mercato

Componente (come in 3.B)	Costo	Percentuale ripartita ai fini dei dati di mercato	Motivazione per tale ripartizione

Costi imputabili al personale addetto alla produzione e alla diffusione di dati di mercato

Componente (come in 3.B)	Costo	Percentuale ripartita ai fini dei dati di mercato	Motivazione per tale ripartizione

Costi finanziari derivanti dalle categorie di cui sopra - compresi svalutazioni, ammortamenti e costo del capitale

Componente (come in 3.B)	Costo	Percentuale ripartita ai fini dei dati di mercato	Motivazione per tale ripartizione

Altro

Componente (come in 3.B)	Costo	Percentuale ripartita ai fini dei dati di mercato	Motivazione per tale ripartizione

Tabella sul risultante costo complessivo dei dati calcolato nel corso dell'esercizio contabile relativo al fornitore di dati

Tipo di costi	Valore
Costi non condivisi	
Costi condivisi	
TOTALE	

SEZIONE 4

Categorie di clienti

Commissioni come pubblicate	[Inserire il collegamento ipertestuale alla politica in materia di dati di mercato come da sito web del fornitore di dati di mercato]
Sono applicate commissioni differenziate per i dati offerti ovvero sono previste categorie di clienti distinte?	☐ sì ☐ no
In caso affermativo, quali sono i criteri utilizzati per classificare i clienti?	
Quante sono le categorie di clienti e quanti clienti rientrano indicativamente in ciascuna categoria?	n. di categorie: n. nella categoria 1: n. nella categoria 2: [aggiungere se necessario]

SEZIONE 5

Margine ragionevole

Margine per ciascuna categoria di clienti

Categoria di clienti	Margine espresso in termini assoluti, calcolato come utile operativo	Margine espresso in percentuale del costo complessivo dei dati	Ragionevolezza del margine [includere una spiegazione degli elementi presi in considerazione per stabilire il margine]
[aggiungere se necessario]			
TOTALE			N.A.

Variazione percentuale del margine rispetto all'anno precedente

Categoria di clienti	Variazione percentuale	Motivazione
[aggiungere se necessario]		

SEZIONE 6

Costo annuale, margine e sanzioni

6.A Margine per i dati di mercato

Esercizio contabile	Totale dei costi annui ⁽¹⁾	Totale del margine annuo	Totale delle commissioni annue ⁽²⁾	Margine medio in %	Totale delle sanzioni

⁽¹⁾ Il concetto di «annuo» fa riferimento all'esercizio contabile.
⁽²⁾ Da intendersi come la somma di tutte le fatture relative ai dati di mercato emesse nel corso dell'esercizio contabile.

6.B Dati di mercato a fronte del margine complessivo

Soltanto per i fornitori di dati di mercato di cui all'articolo 3, paragrafo 2, lettera c)

Esercizio contabile	Totale dei ricavi annui del gruppo di cui fa parte il fornitore di dati	Totale del margine annuo del gruppo di cui fa parte il fornitore di dati	Margine in %	Margine medio per i dati di mercato in % (tabella 6.A)

Rispetto al margine complessivo dell'impresa, come si colloca il margine fissato per la produzione e la diffusione di dati di mercato?	
--	--

SEZIONE 7

Informazioni supplementari

Si ritiene utile aggiungere eventuali informazioni supplementari?	☐ sì ☐ no
Se sì, fornire una descrizione	
Elencare eventuali documenti aggiuntivi allegati alla presente notifica	