



European Securities and  
Markets Authority

# Orientamenti finali

sugli obblighi relativi ai dati di mercato di cui alla MiFID II e al MiFIR



## **Indice**

<b>1. Ambito di applicazione .....</b>	<b>2</b>
<b>2. Riferimenti normativi, abbreviazioni e definizioni .....</b>	<b>2</b>
<b>3. Finalità.....</b>	<b>5</b>
<b>4. Conformità e obblighi informativi.....</b>	<b>6</b>
<b>5. Orientamenti sugli obblighi relativi ai dati di mercato di cui alla MiFID II e al MiFIR</b>	<b>6</b>
<b>5.1 Introduzione .....</b>	<b>6</b>
<b>5.2 Chiarezza e facilità di accesso delle politiche in materia di dati di mercato.....</b>	<b>8</b>
<b>5.3 Fornitura di dati di mercato sulla base del costo .....</b>	<b>8</b>
<b>5.4 Obbligo di fornire i dati di mercato in modo non discriminatorio.....</b>	<b>10</b>
<b>5.5 Commissioni per utente .....</b>	<b>11</b>
<b>5.6 Divieto di abbinare i dati ad altri servizi .....</b>	<b>12</b>
<b>5.7 Obblighi di trasparenza .....</b>	<b>12</b>
<b>5.8 Obbligo di rendere disponibili gratuitamente i dati di mercato 15 minuti dopo la pubblicazione.....</b>	<b>14</b>
<b>Allegato I. Standardizzazione della terminologia .....</b>	<b>17</b>
<b>Allegato II. Modello per la pubblicazione di informazioni in materia di CCR.....</b>	<b>18</b>
<b>Allegato III. Tavola di concordanza .....</b>	<b>22</b>

# 1. Ambito di applicazione

## Destinatari

1. I presenti orientamenti si applicano alle autorità nazionali competenti (ANC), alle sedi di negoziazione, ai dispositivi di pubblicazione autorizzati (APA), ai fornitori di sistemi consolidati di pubblicazione (CTP) e agli internalizzatori sistematici (IS). La sezione 5.8 relativa alla fornitura di dati differiti non si applica agli IS.
2. A partire dal 2022, l'Autorità europea degli strumenti finanziari e dei mercati (ESMA) eserciterà attività di vigilanza sugli APA e sui CTP, come stabilito dal regolamento (UE) 2019/2175. A partire da tale momento, i riferimenti alle ANC dovrebbero essere intesi come relativi alle ANC preposte alla vigilanza sulle sedi di negoziazione e sugli IS, e a quelle incaricate della vigilanza sugli APA e sui CTP nazionali esentati dalla vigilanza dell'ESMA. Benché gli orientamenti non siano indirizzati all'ESMA, gli APA e i CTP per i quali l'ESMA sarà l'autorità competente responsabile a partire dal 2022 saranno essi stessi soggetti agli orientamenti.

## Oggetto

3. I presenti orientamenti si applicano in relazione all'articolo 13, all'articolo 15, paragrafo 1, e all'articolo 18, paragrafo 8, del MiFIR, come ulteriormente specificati negli articoli da 6 a 11 del regolamento delegato (UE) 2017/567, e in relazione all'articolo 64, paragrafi 1 e 2, e all'articolo 65, paragrafi 1 e 2, della MiFID II <sup>(1)</sup>, come ulteriormente specificati negli articoli da 84 a 89 del regolamento delegato (UE) 2017/565. Gli orientamenti si applicano in relazione ai dati di mercato che le sedi di negoziazione, gli IS, gli APA e i CTP sono tenuti a rendere pubblici ai fini del regime di trasparenza pre- e post-negoziazione.

## Tempistica

4. I presenti orientamenti si applicano a partire dal 1° gennaio 2022.
5. Gli orientamenti non si applicano alle ANC che non sono più responsabili della vigilanza sugli APA e sui CTP a partire dal giorno successivo a quello in cui l'ESMA assume il compito di vigilanza su tali APA e CTP.

# 2. Riferimenti normativi, abbreviazioni e definizioni

## Riferimenti normativi

Regolamento ESMA

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

---

<sup>(1)</sup> A partire dal 1° gennaio 2022, il riferimento a tali disposizioni dovrebbe essere letto come relativo alle nuove disposizioni del MiFIR, come specificate nel regolamento (UE) 2019/2175 e come ulteriormente integrate dai pertinenti atti di livello 2. Si veda anche la tavola di concordanza nell'allegato III.

finanziari e dei mercati), modifica la decisione n. 716/2009/CE e abroga la decisione 2009/77/CE della Commissione <sup>(2)</sup>

MiFIR	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 <sup>(3)</sup>
MiFID II	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 <sup>(4)</sup>
Regolamento delegato (UE) 2017/567	Regolamento delegato (UE) 2017/567 della Commissione, del 18 maggio 2016, che integra il regolamento (UE) n. 600/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le definizioni, la trasparenza, la compressione del portafoglio e le misure di vigilanza in merito all'intervento sui prodotti e alle posizioni <sup>(5)</sup>
Regolamento delegato (UE) 2017/565	Regolamento delegato (UE) 2017/565 della Commissione, del 25 aprile 2016, che integra la direttiva 2014/65/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda i requisiti organizzativi e le condizioni di esercizio dell'attività delle imprese di investimento e le definizioni di taluni termini ai fini di detta direttiva <sup>(6)</sup>
RTS 1	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 <sup>(7)</sup>
RTS 2	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

---

<sup>(2)</sup> GU L 331 del 15.12.2010, pag. 84.

<sup>(3)</sup> GU L 173 del 12.06.2014, pag. 84.

<sup>(4)</sup> GU L 173 del 12.06.2014, pag. 349.

<sup>(5)</sup> GU L 87 del 31.03.2017, pag. 90.

<sup>(6)</sup> GU L 87 del 31.03.2017, pag. 1.

<sup>(7)</sup> GU L 87 del 31.03.2017, pag. 387.

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 <sup>(8)</sup>

Regolamento  
(UE) 2019/2175

Regolamento (UE) 2019/2175 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 18 dicembre 2019, che modifica il regolamento (UE) n. 1093/2010, che istituisce l'Autorità europea di vigilanza (Autorità bancaria europea), il regolamento (UE) n. 1094/2010, che istituisce l'Autorità europea di vigilanza (Autorità europea delle assicurazioni e delle pensioni aziendali e professionali), il regolamento (UE) n. 1095/2010, che istituisce l'Autorità europea di vigilanza (Autorità europea degli strumenti finanziari e dei mercati), il regolamento (UE) n. 600/2014, sui mercati degli strumenti finanziari, il regolamento (UE) 2016/1011, sugli indici usati come indici di riferimento negli strumenti finanziari e nei contratti finanziari o per misurare la performance di fondi di investimento, e il regolamento (UE) 2015/847, riguardante i dati informativi che accompagnano i trasferimenti di fondi <sup>(9)</sup>

## Abbreviazioni

ESMA	Autorità europea degli strumenti finanziari e dei mercati
CCR	Condizioni commerciali ragionevoli
ANC	Autorità nazionali competenti
UE	Unione europea
APA	Dispositivo di pubblicazione autorizzato
CTP	Fornitore di un sistema consolidato di pubblicazione
IS	Internalizzatore sistematico

## Definizioni

Si applicano le definizioni di cui alla MiFID II e al MiFIR:

*dati di mercato* per dati di mercato si dovrebbero intendere i dati che le sedi di negoziazione, gli IS, gli APA e i CTP sono tenuti a rendere

---

<sup>(8)</sup> GU L 87 del 31.03.2017, pag. 229.

<sup>(9)</sup> GU L 334 del 27.12.2019, pag. 1.

pubblici ai fini del regime di trasparenza pre- e post-negoziato. Pertanto, i dati di mercato comprendono le informazioni di cui all'allegato I dell'RTS 1 e agli allegati I e II dell'RTS 2

- dati differiti* per dati differiti si dovrebbero intendere i dati di mercato resi disponibili 15 minuti dopo la pubblicazione
- fornitore di dati di mercato* una sede di negoziazione quale definita all'articolo 4, paragrafo 1, punto 24), della MiFID II, un dispositivo di pubblicazione autorizzato (APA) quale definito all'articolo 4, paragrafo 1, punto 52), della MiFID II, un fornitore di un sistema consolidato di pubblicazione (CTP) quale definito all'articolo 4, paragrafo 1, punto 53), della MiFID II o un internalizzatore sistematico (IS) quale definito all'articolo 4, paragrafo 1, punto 20), della MiFID II
- contratto di licenza relativo ai dati di mercato* un contratto tra il fornitore di dati di mercato e il cliente che concede in licenza i dati di mercato e riflette le informazioni e i prezzi divulgati nella politica in materia di dati di mercato
- politica in materia di dati di mercato* uno o più documenti del fornitore di dati di mercato, nei quali si elencano le informazioni pertinenti relative alla fornitura di dati di mercato, compreso un listino prezzi sia per le commissioni per i dati di mercato sia per i servizi indiretti di accesso e utilizzo dei dati stessi, e i principali termini e condizioni del contratto di licenza relativo ai dati di mercato

### 3. Finalità

6. I presenti orientamenti sono emanati ai sensi dell'articolo 16, paragrafo 1, del regolamento ESMA, con la finalità di istituire prassi di vigilanza coerenti, efficienti ed efficaci nell'ambito del sistema europeo di vigilanza finanziaria (SEVIF) e di garantire un'applicazione comune, uniforme e coerente delle disposizioni di cui all'articolo 13, all'articolo 15, paragrafo 1, e all'articolo 18, paragrafo 8 del MiFIR e all'articolo 64, paragrafo 1, e all'articolo 65, paragrafi 1 e 2, della MiFID II.
7. I presenti orientamenti mirano a garantire che i partecipanti ai mercati finanziari abbiano una comprensione uniforme dell'obbligo di fornire dati di mercato a condizioni commerciali ragionevoli (CCR), compresi i requisiti di comunicazione, nonché l'obbligo di rendere disponibili gratuitamente i dati di mercato 15 minuti dopo la pubblicazione (dati differiti). Gli orientamenti mirano anche ad assicurare che le ANC abbiano una comprensione comune e sviluppino prassi di vigilanza uniformi nel valutare la completezza, la comprensibilità e la coerenza delle disposizioni relative alle CCR e ai dati differiti.

## **4. Conformità e obblighi informativi**

### **Status degli orientamenti**

8. Conformemente all'articolo 16, paragrafo 3, del regolamento ESMA, le ANC e i partecipanti ai mercati finanziari devono compiere ogni sforzo per conformarsi ai presenti orientamenti.
9. Fatto salvo il paragrafo 2 della sezione 1, le ANC alle quali si applicano i presenti orientamenti dovrebbero conformarvisi integrandoli nei propri quadri giuridici e/o di vigilanza nazionali, a seconda dei casi, anche laddove vi siano orientamenti specifici indirizzati principalmente ai partecipanti ai mercati finanziari. In tal caso, le ANC dovrebbero assicurare attraverso la propria attività di vigilanza che i partecipanti ai mercati finanziari si conformino ai suddetti orientamenti.

### **Obblighi informativi**

10. Entro due mesi dalla data di pubblicazione degli orientamenti sul sito web dell'ESMA in tutte le lingue ufficiali dell'UE, le ANC alle quali si applicano i presenti orientamenti devono notificare all'ESMA se i) sono conformi, ii) non sono conformi, ma intendono conformarsi o iii) non sono conformi e non intendono conformarsi agli orientamenti.
11. In caso di non conformità, le ANC devono inoltre notificare all'ESMA, entro due mesi dalla data di pubblicazione degli orientamenti sul sito web dell'ESMA in tutte le lingue ufficiali dell'UE, i motivi per cui non si conformano agli orientamenti.
12. Sul sito web dell'ESMA è disponibile un modello di notifica che deve essere compilato e trasmesso all'Autorità stessa.
13. I partecipanti ai mercati finanziari non sono tenuti a comunicare se si conformano a tali orientamenti.

## **5. Orientamenti sugli obblighi relativi ai dati di mercato di cui alla MiFID II e al MiFIR**

### **5.1 Introduzione**

14. L'articolo 13, l'articolo 15, paragrafo 1, e l'articolo 18, paragrafo 8, del MiFIR e l'articolo 64, paragrafo 1, e l'articolo 65, paragrafi 1 e 2, della MiFID II impongono alle sedi di negoziazione, agli APA, ai CTP e agli IS (i «fornitori di dati di mercato») di fornire dati di mercato a condizioni commerciali ragionevoli (CCR) e di assicurare un accesso non discriminatorio a tali informazioni. Gli articoli da 6 a 11 del regolamento delegato (UE) 2017/567 e gli articoli da 84 a 89 del regolamento delegato (UE) 2017/565 specificano ulteriormente tali obblighi.
15. Le disposizioni del regolamento delegato (UE) 2017/567 e del regolamento delegato (UE) 2017/565 stabiliscono il principio secondo cui i dati di mercato dovrebbero essere

forniti sulla base del costo di produzione e diffusione, e impongono ai fornitori di dati di mercato di rispettare una serie di obblighi di comunicazione volti a consentire agli utenti dei dati di mercato di comprendere le modalità con cui è determinato il prezzo dei dati, di confrontare le offerte di dati di mercato e in definitiva di valutare se i dati di mercato sono forniti a condizioni commerciali ragionevoli.

16. Inoltre, l'articolo 13, paragrafo 1, del MiFIR obbliga le sedi di negoziazione a rendere disponibili gratuitamente i dati di mercato 15 minuti dopo la pubblicazione (dati differiti). Lo stesso obbligo è previsto dall'articolo 64, paragrafo 1, e dall'articolo 65, paragrafi 1 e 2, della MiFID II per quanto concerne gli APA e i CTP.
17. Ai sensi dell'articolo 84, paragrafo 2, del regolamento delegato (UE) 2017/565 e dell'articolo 6, paragrafo 2, del regolamento delegato (UE) 2017/567, diversi requisiti e obblighi di trasparenza non si applicano ai fornitori di dati di mercato che offrono dati di mercato gratuitamente.
18. Tuttavia, alcune delle disposizioni sui dati di mercato contenute in tali regolamenti si applicano anche ai fornitori di dati di mercato che offrono dati di mercato gratuitamente; si tratta, in particolare, dell'obbligo di rendere i dati di mercato disponibili a tutti i clienti agli stessi termini e condizioni, dell'obbligo di disporre di capacità scalabili al fine di assicurare che i clienti possano avere accesso tempestivo ai dati di mercato in ogni momento su base non discriminatoria, e del divieto di abbinare i dati di mercato ad altri servizi. Pertanto, a questi fornitori di dati di mercato si applicano gli orientamenti 4, 6 e 11.
19. I fornitori di dati di mercato, quando forniscono i dati gratuitamente, non dovrebbero far pagare i servizi indiretti necessari per accedere a tali dati.
20. Al fine di assicurare che gli obblighi relativi ai dati di mercato conseguano gli obiettivi prefissati, i presenti orientamenti specificano ulteriormente le aspettative dell'ESMA riguardo al modo in cui i fornitori di dati di mercato dovrebbero conformarsi alle disposizioni relative a tali dati. In particolare, gli orientamenti descrivono in dettaglio l'obbligo di fornire dati di mercato sulla base del costo, l'obbligo di assicurare un accesso non discriminatorio ai dati, gli obblighi di comunicazione e l'obbligo di fornire gratuitamente i dati differiti.
21. Sebbene le disposizioni di legge prevedano lo stesso approccio per le sedi di negoziazione (mercati regolamentati, MTF, OTF), gli APA, i CTP e gli IS, è importante sottolineare che l'ambito di applicazione degli obblighi relativi ai dati di mercato è diverso per tali quattro tipologie di soggetti. Ad esempio, le sedi di negoziazione sono tenute a fornire dati di mercato pre- e post-negoziazione a condizioni commerciali ragionevoli, mentre i requisiti in materia di CCR sono limitati ai dati di mercato pre-negoziazione per gli IS e ai dati di mercato post-negoziazione per gli APA e i CTP. Inoltre, gli IS non sono soggetti agli obblighi relativi ai dati differiti. Di conseguenza, non tutti gli obblighi si applicano a tutti i soggetti nella stessa misura. Laddove pertinente, tale aspetto è evidenziato negli orientamenti.
22. L'ESMA riconosce che è importante prendere in considerazione la diversa natura, dimensione e complessità dei fornitori di dati di mercato nello specificare le aspettative



relative alle disposizioni in materia di dati di mercato. In conformità con l'articolo 1, paragrafo 5, e con l'articolo 8, paragrafo 3, del regolamento ESMA, quest'ultima ha tenuto conto del principio di proporzionalità nella redazione dei presenti orientamenti. Ad esempio, considerando i diversi modelli operativi e le diverse strutture dei costi dei fornitori di dati di mercato, gli orientamenti non prevedono un'armonizzazione delle metodologie di contabilità dei costi, ma piuttosto richiedono ai fornitori di dati di mercato di avere una metodologia chiara e documentata per determinare il prezzo dei dati di mercato. Analogamente, per evitare che i fornitori di dati di mercato che gestiscono sistemi di negoziazione ad asta continua con book di negoziazione debbano sostenere un elevato onere operativo e amministrativo nel divulgare dati pre-negoziazione differiti, e considerato il limitato valore aggiunto per gli utenti di dati di pre-negoziazione molto granulari, i presenti orientamenti chiariscono che per tali sistemi l'obbligo di fornire dati di pre-negoziazione differiti è soddisfatto con la fornitura di accesso unicamente ai migliori prezzi di acquisto e di vendita.

23. Gli orientamenti iniziano con gli obblighi in materia di CCR e di accesso non discriminatorio (sezioni 5.2-5.7), ricalcando fedelmente la struttura degli atti delegati che specificano ulteriormente gli obblighi in materia di CCR. La sezione 5.8 tratta le disposizioni relative ai dati differiti.

## **5.2 Chiarezza e facilità di accesso delle politiche in materia di dati di mercato**

L'orientamento 1 chiarisce l'articolo 13 del MiFIR nonché l'articolo 64, paragrafo 1 e l'articolo 65, paragrafi 1 e 2, della MiFID II, come ulteriormente specificati negli articoli da 84 a 89 del regolamento delegato (UE) 2017/565 e negli articoli da 6 a 11 del regolamento delegato (UE) 2017/567.

**Orientamento 1:** i fornitori di dati di mercato dovrebbero pubblicare la loro politica in materia di dati di mercato in un formato facilmente accessibile e di semplice utilizzo sul loro sito internet. Se la politica in materia di dati di mercato consta di più di un documento, i fornitori di dati di mercato dovrebbero indicare chiaramente tale circostanza e rendere accessibili tutti i documenti della loro politica in materia di dati di mercato in un'unica sezione del loro sito internet.

La politica in materia di dati di mercato dovrebbe presentare in termini chiari e inequivocabili tutte le informazioni pertinenti sui dati di mercato, compreso il listino prezzi delle offerte di dati di mercato nonché di qualsiasi servizio indiretto necessario per accedere ai dati di mercato offerti e utilizzarli, in modo da consentire ai clienti di comprendere le commissioni e i termini e le condizioni ad essi applicabili. A tal proposito, i fornitori di dati di mercato dovrebbero essere pronti a spiegare ulteriormente la propria politica in materia di dati di mercato, laddove necessario.

## **5.3 Fornitura di dati di mercato sulla base del costo**

Gli orientamenti 2 e 3 chiariscono l'articolo 85 del regolamento delegato (UE) 2017/565 e l'articolo 7 del regolamento delegato (UE) 2017/567.

**Orientamento 2:** i fornitori di dati di mercato dovrebbero disporre di metodologie di contabilità dei costi chiare e documentate per determinare il prezzo dei dati di mercato. Le metodologie dovrebbero includere sia le offerte dirette di dati di mercato (ossia le commissioni per i dati stessi) sia i servizi indiretti necessari per accedere ai dati di mercato offerti, come i costi di connessione o il software o l'hardware necessario per accedere ai dati di mercato e utilizzarli. Le metodologie dovrebbero essere riviste su base regolare (ad es. con cadenza annuale). I fornitori di dati di mercato potrebbero dover modificare le proprie metodologie nel tempo e tener conto delle variazioni dei costi marginali. Ad esempio, se un fornitore di dati di mercato assegna una parte degli investimenti in infrastrutture informatiche al costo di produzione e diffusione dei dati di mercato, ci si attende che il fornitore consideri l'ammortamento degli investimenti nell'assegnazione di tali costi.

I fornitori di dati di mercato dovrebbero spiegare nelle loro metodologie se è incluso un margine e come è stato determinato.

Le metodologie di contabilità dei costi dovrebbero dimostrare in che modo il prezzo dei dati di mercato è basato sui costi di produzione e diffusione dei dati stessi. A tal fine, ogni metodologia dovrebbe anche identificare i costi attribuibili esclusivamente alla produzione e alla diffusione dei dati di mercato (ossia i costi diretti) e i costi che sono condivisi con altri servizi, come i costi congiunti. Se pertinente, si dovrebbe effettuare un'ulteriore distinzione tra costi variabili e costi fissi.

Per costi diretti si dovrebbero intendere i costi che sono attribuibili esclusivamente alla produzione e alla diffusione dei dati di mercato, come i costi relativi al personale dedicato che lavora alla produzione e/o alla diffusione dei dati stessi o i costi per lo svolgimento di attività di audit. Per costi congiunti si dovrebbero intendere i costi che si generano quando l'elaborazione di un singolo fattore produttivo si traduce simultaneamente in due o più prodotti diversi, ad esempio l'esecuzione delle operazioni di negoziazione e la produzione e diffusione dei dati di mercato.

I costi che sono condivisi con altri servizi dovrebbero essere ripartiti sulla base di criteri di assegnazione appropriati. Per costi variabili si dovrebbero intendere i costi sostenuti per la produzione e la diffusione di un'unità aggiuntiva di dati di mercato, mentre per costi fissi si dovrebbero intendere i costi che non variano con il volume dei dati di mercato prodotti e diffusi.

Al fine di assicurare che l'assegnazione dei costi di produzione e diffusione dei dati di mercato rifletta i costi effettivi di produzione e diffusione degli stessi, e in definitiva le commissioni addebitate ai clienti, le metodologie dovrebbero includere una giustificazione dei costi inclusi nelle commissioni per i dati di mercato, e in particolare una giustificazione dell'appropriatezza dei principi e dei criteri di assegnazione dei costi condivisi con altri servizi. Ad esempio, per l'assegnazione dei costi condivisi con altri servizi, come i costi congiunti, i fornitori di dati di mercato non dovrebbero usare come principio di assegnazione i ricavi generati dai diversi servizi e dalle diverse attività della loro impresa, perché questa prassi è in contraddizione con l'obbligo di fissare le commissioni per i dati di mercato (ossia i ricavi dell'attività di fornitura di dati di mercato) sulla base dei costi di produzione e diffusione dei dati stessi.

Inoltre, è probabile che non tutti i fornitori di dati di mercato sostengano costi congiunti. Ad esempio, l'attività autorizzata degli APA e dei CTP è limitata alla raccolta e alla diffusione di dati di mercato (e, nel caso dei CTP, all'aggregazione di tali dati) e non comporta

automaticamente la produzione di un secondo prodotto. Di conseguenza, in questi casi non ci sono costi congiunti.

**Orientamento 3:** i fornitori di dati di mercato dovrebbero applicare le clausole penali solo nel rispetto del principio di addebito a condizioni commerciali ragionevoli. In particolare, i fornitori di dati di mercato non dovrebbero imporre clausole penali ingiustificate o troppo onerose.

Per assicurare che le penali siano giustificate, i fornitori di dati di mercato dovrebbero imporre solo nel caso in cui sia stata dimostrata una violazione del contratto di licenza relativo ai dati di mercato, ad esempio come risultato di un audit dal quale emerge che i clienti non hanno rispettato i termini del contratto di licenza stesso.

Il livello delle penali in caso di inosservanza dei termini del contratto di licenza relativo ai dati di mercato dovrebbe essere generalmente basato sul recupero dei ricavi che sarebbero stati generati in caso di rispetto della licenza.

Dovrebbero essere evitate le pratiche eccessivamente onerose che comportano la generazione di ricavi supplementari sulla base dell'inosservanza o dell'incapacità del cliente di dimostrare l'osservanza dei termini e delle condizioni della licenza. Un esempio di tali pratiche sarebbe l'addebito di interessi eccessivi o un'estesa retroattività.

Inoltre, i fornitori di dati di mercato dovrebbero assicurare che le pratiche di audit non creino costi non necessari per gli utenti dei dati, ad esempio allargando l'ambito dell'audit al di là di quello strettamente necessario per rilevare le violazioni dei contratti di licenza relativi ai dati di mercato.

Al fine di raccogliere le informazioni necessarie per accertare possibili violazioni dei contratti di licenza relativi ai dati di mercato, i fornitori di dati di mercato possono, unicamente a questo scopo, chiedere ai clienti di fornire informazioni sull'uso dei dati.

## **5.4 Obbligo di fornire i dati di mercato in modo non discriminatorio**

Gli orientamenti da 4 a 7 chiariscono l'articolo 86 del regolamento delegato (UE) 2017/565 e l'articolo 8 del regolamento delegato (UE) n. 2017/567.

**Orientamento 4:** i fornitori di dati di mercato dovrebbero descrivere nella loro politica in materia di dati di mercato le categorie di clienti e come l'uso dei dati è preso in considerazione nella definizione di tali categorie. I criteri utilizzati dovrebbero essere:

- (i) basati su elementi fattuali, facilmente verificabili e sufficientemente generici da riguardare più di un cliente; e
- (ii) spiegati in modo tale che i clienti siano in grado di capire la categoria a cui appartengono.

I fornitori di dati di mercato dovrebbero spiegare nella loro politica in materia di dati di mercato le commissioni e i termini e le condizioni applicabili per ogni uso. Dovrebbero inoltre giustificare ogni eventuale differenziazione delle commissioni e dei termini e delle condizioni applicabili a ciascuna categoria di clienti.

Inoltre, i fornitori di dati di mercato dovrebbero giustificare qualsiasi modifica della loro politica in materia di dati di mercato che comporti un cambiamento della classificazione dei clienti su basi obiettive.

**Orientamento 5:** unitamente alla descrizione delle diverse categorie di clienti, nella loro politica in materia di dati di mercato i fornitori di dati di mercato dovrebbero chiarire come vengono applicate le commissioni quando un cliente appartiene potenzialmente a più di una categoria di clienti, ad esempio quando il cliente fa diversi usi simultanei dei dati. In un caso del genere, i fornitori di dati di mercato dovrebbero far pagare la fornitura dei dati una sola volta, facendo riferimento a una sola categoria di clienti. In via eccezionale, laddove i clienti fanno molteplici usi diversi e significativi dei dati, i fornitori di dati di mercato possono aggiungere una maggiorazione proporzionata alla commissione pertinente.

I fornitori di dati di mercato dovrebbero indicare chiaramente nelle loro politiche relative dati di mercato l'importo della maggiorazione e i casi in cui viene applicata, e fornire una spiegazione della sua conformità con il principio secondo cui il prezzo dei dati di mercato deve essere basato sul costo di produzione e diffusione dei dati, con l'inclusione di un margine ragionevole.

**Orientamento 6:** i fornitori di dati di mercato dovrebbero offrire ai clienti che rientrano nella stessa categoria la medesima serie di opzioni per quanto concerne le disposizioni tecniche. I fornitori di dati di mercato dovrebbero assicurare che le disposizioni tecniche, compresa la latenza e la connettività, non siano discriminatorie né creino un indebito vantaggio. I fornitori di dati di mercato dovrebbero giustificare qualsiasi divergenza nella soluzione finale adottata sulla base di validi vincoli tecnici.

**Orientamento 7:** nel rendere pubbliche le loro politiche di sconto, i fornitori di dati di mercato dovrebbero descrivere chiaramente l'ambito di applicazione dello sconto, le condizioni per l'applicazione e i termini di applicazione (ad es. la durata dello sconto).

Le condizioni per l'applicazione di uno sconto dovrebbero essere:

- (i) basate su elementi fattuali, facilmente verificabili e sufficientemente generici da riguardare più di un cliente; e
- (ii) spiegate in modo tale che i clienti siano in grado di capire se e quando lo sconto sia a loro applicabile.

Conformemente al principio secondo cui i dati di mercato devono essere forniti su base non discriminatoria, l'applicazione di uno sconto non dovrebbe essere utilizzata per creare ulteriori categorie di clienti o casi d'uso dei dati. Analogamente, per quanto riguarda il divieto di abbinare i dati ad altri servizi, lo sconto per i servizi abbinati non dovrebbe superare il prezzo di un servizio offerto separatamente (cfr. anche orientamento 11).

## 5.5 Commissioni per utente

Gli orientamenti da 8 a 10 chiariscono l'articolo 87 del regolamento delegato (UE) 2017/565 e l'articolo 9 del regolamento delegato (UE) 2017/567.

**Orientamento 8:** per base per utente si dovrebbe intendere un modello di addebito di commissioni per i dati display che consente ai clienti di evitare molteplici addebiti nel caso i cui

i dati di mercato siano stati reperiti attraverso diversi fornitori di dati o abbonamenti. Quale unità di conteggio per i dati display, i fornitori di dati di mercato dovrebbero utilizzare l'utente attivo; questo permette ai clienti di pagare in funzione del numero di utenti attivi che accedono ai dati, anziché in funzione del numero di dispositivi o dei prodotti relativi ai dati.

**Orientamento 9:** i fornitori di dati di mercato dovrebbero assicurare che le condizioni per essere ritenuti idonei all'applicazione della base per utente richiedano solo quanto necessario per l'attuabilità della base per utente. In particolare, le condizioni di idoneità dovrebbero richiedere che i) il cliente sia in grado di identificare correttamente il numero di utenti attivi che avranno accesso ai dati all'interno dell'organizzazione e che ii) il cliente riferisca al fornitore di dati di mercato il numero di utenti attivi. I fornitori di dati di mercato possono inoltre chiedere un controllo iniziale ex ante per convalidare il numero di utenti e/o l'idoneità del cliente.

**Orientamento 10:** laddove ritengano che la base per utente sia sproporzionata al costo di fornitura dei dati e non siano in grado di offrirla ai clienti, i fornitori di dati di mercato dovrebbero comunicare i motivi indicando chiaramente le caratteristiche specifiche del loro modello di business che rendono sproporzionata l'adozione della base per utente e il motivo per cui tali caratteristiche non consentono l'adozione del modello. Quando i fattori ostativi comportano oneri amministrativi eccessivi, i fornitori di dati di mercato dovrebbero includere nella suddetta spiegazione un'indicazione di alto livello e previsionale dei costi attesi per l'attuazione della base per utente.

## 5.6 Divieto di abbinare i dati ad altri servizi

L'orientamento 11 chiarisce l'articolo 88 del regolamento delegato (UE) 2017/565 e l'articolo 10 del regolamento delegato (UE) 2017/567.

**Orientamento 11:** i fornitori di dati di mercato dovrebbero sempre informare i clienti che l'acquisto di dati di mercato è disponibile separatamente rispetto ai servizi aggiuntivi ("non abbinamento dei dati"). Tali servizi aggiuntivi dovrebbero essere intesi come comprensivi della fornitura di dati diversi dai dati di trasparenza pre- e post-negoziatore (ad es. dati ESG, analisi dei dati). I fornitori di dati di mercato non dovrebbero subordinare l'acquisto di dati di mercato a quello di servizi aggiuntivi.

I prezzi per i dati abbinati e non ad altri servizi dovrebbero essere chiaramente indicati nella politica in materia di dati di mercato.

## 5.7 Obblighi di trasparenza

Gli orientamenti da 12 a 16 chiariscono l'articolo 89 del regolamento delegato (UE) 2017/565 e l'articolo 11 del regolamento delegato (UE) 2017/567.

### Terminologia chiave standardizzata

**Orientamento 12:** nella loro politica in materia di dati di mercato e nel loro listino prezzi, i fornitori di dati di mercato dovrebbero adottare la terminologia di cui all'allegato I degli orientamenti. Nel caso in cui utilizzino altri termini, i fornitori di dati di mercato dovrebbero

inserire nella politica in materia di dati di mercato o nel listino prezzi una chiara definizione di tali termini.

#### Unità di conteggio standardizzata

**Orientamento 13:** per facilitare il confronto dei prezzi, i fornitori di dati di mercato dovrebbero indicare nella loro politica in materia di dati di mercato e nel modello il prezzo dei dati display per numero di utenti attivi.

I fornitori di dati di mercato dovrebbero sempre offrire al cliente l'opzione di misurare l'accesso ai dati display in base al numero di utenti attivi. Inoltre, nella loro politica in materia di dati di mercato possono indicare un'unità di conteggio alternativa per i dati display (ad es. il numero di applicazioni di visualizzazione concesse al cliente per accedere ai dati, quali applicazioni desktop, dispositivi mobili, wallboard). In tal caso, i fornitori di dati di mercato dovrebbero spiegare nella loro politica in materia di dati di mercato come si applicano le commissioni in caso di utilizzo di un'unità di conteggio diversa dal numero di utenti attivi e le circostanze in cui tale opzione è disponibile. I fornitori di dati di mercato dovrebbero sempre permettere ai clienti di scegliere liberamente l'unità di conteggio in base alle loro preferenze.

I fornitori di dati di mercato dovrebbero anche indicare chiaramente nelle loro politiche in materia di dati di mercato l'unità di conteggio per i dati non display, la sua applicazione e una spiegazione del motivo per cui il metodo scelto è considerato il più adatto per misurare la fornitura di dati non display ai clienti considerando il sistema di distribuzione dei dati utilizzato (ad es. dispositivi, server, applicazioni IT o cloud). L'unità di conteggio usata da un fornitore di dati di mercato per i dati non display dovrebbe essere unica, vale a dire che non si possono combinare due o più unità di conteggio per misurare la portata dell'accesso.

#### Formato di pubblicazione standardizzato

**Orientamento 14:** i fornitori di dati di mercato dovrebbero pubblicare le informazioni richieste dall'articolo 89 del regolamento delegato (UE) 2017/565 e dall'articolo 11 del regolamento delegato (UE) 2017/567 utilizzando il modello di cui all'allegato II.

I fornitori di dati di mercato dovrebbero fornire le informazioni in maniera uniforme in termini di granularità, affinché tale comunicazione consenta al cliente di effettuare un confronto tra le diverse offerte (ad es. per classe di attività e su base annua). Se pertinenti, le informazioni dovrebbero essere fornite separatamente per i dati pre- e post-negoziazione.

Nel modello non dovrebbero essere fornite informazioni supplementari che esulano dall'obbligo di trasparenza. Tuttavia, i fornitori di dati di mercato dovrebbero garantire che le informazioni supplementari siano facilmente accessibili ai clienti (ad es. inserendo un riferimento alla pubblicazione pertinente contenente le informazioni e una giustificazione dei criteri aggiuntivi utilizzati per distinguere i prodotti relativi ai dati e le relative licenze o per stabilire le categorie di clienti come indicato negli orientamenti da 4 a 7).

#### Informativa sui costi

**Orientamento 15:** utilizzando il modello contenuto nell'allegato II, i fornitori di dati di mercato dovrebbero pubblicare una descrizione sintetica del processo di determinazione del prezzo e una spiegazione più dettagliata della metodologia di contabilità dei costi utilizzata, al fine di rispettare l'articolo 11, paragrafo 2, lettera e), del regolamento delegato (UE) 2017/567 o l'articolo 89, paragrafo 2, lettera e), del regolamento delegato (UE) 2017/565.

La spiegazione dovrebbe contenere, tra l'altro, 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 assegnazione dei costi congiunti o di altri costi che sono condivisi con altri servizi. I fornitori di dati di mercato dovrebbero comunicare se le commissioni per i dati di mercato includono un margine e spiegare come viene assicurato che i margini siano ragionevoli.

I fornitori di dati di mercato non sono tenuti a rendere noti i costi effettivi sostenuti per la produzione o la diffusione dei dati di mercato o il livello effettivo del margine; tuttavia, le informazioni esplicative fornite sui costi e sui margini dovrebbero consentire agli utenti di capire come è stato determinato il prezzo dei dati di mercato e di confrontare le metodologie dei diversi fornitori di dati di mercato.

#### Pratiche di audit

**Orientamento 16:** i fornitori di dati di mercato dovrebbero fornire tutti i termini e le condizioni delle loro pratiche di audit nel contratto di licenza relativo ai dati di mercato (frequenza, periodo di riferimento storico, periodo di preavviso, riservatezza dei dati, ecc.) Il contratto di licenza relativo ai dati di mercato dovrebbe indicare esplicitamente se le commissioni per i dati di mercato possono essere applicate in via retroattiva. Dovrebbe anche spiegare chiaramente il modo in cui i clienti dovrebbero prepararsi per un audit (quali informazioni devono essere conservate e per quanto tempo, ecc.). Qualsiasi audit dovrebbe essere effettuato tenendo presente la necessità di una collaborazione tra i fornitori di dati di mercato e gli utenti.

## **5.8 Obbligo di rendere disponibili gratuitamente i dati di mercato 15 minuti dopo la pubblicazione**

Gli orientamenti da 17 a 19 chiariscono gli articoli 64 e 65 della MiFID II e l'articolo 13 del MiFIR.

#### Accesso ai dati e loro contenuto

**Orientamento 17:** il libero accesso ai dati differiti dovrebbe essere fornito a tutti i clienti, compresi i clienti professionali. I fornitori di dati di mercato possono richiedere una semplice registrazione allo scopo di controllare chi ha accesso ai dati differiti, a condizione che i dati rimangano facilmente accessibili a qualsiasi utente.

La pubblicazione di dati differiti dovrebbe riguardare tutti i sistemi di negoziazione gestiti dalle sedi di negoziazione. I dati di post-negoziazione dovrebbero contenere tutti i campi pertinenti ai fini della trasparenza post-negoziazione, compresi gli indicatori, come specificato negli RTS 1 e 2. Per i dati differiti pre-negoziazione, date le difficoltà operative derivanti dagli elevati volumi di dati di pre-negoziazione da un lato, e le esigenze degli utenti dei dati dall'altro, si

ritiene sufficiente includere solo i primi migliori prezzi di acquisto e di vendita disponibili e lo spessore degli interessi di negoziazione espressi a tali prezzi.

### Formato e disponibilità dei dati

**Orientamento 18:** i dati differiti dovrebbero essere forniti in un formato adatto alle esigenze degli utenti e resi disponibili per un periodo di tempo sufficiente.

Ai sensi dell'articolo 14 del regolamento delegato (UE) 2017/571, nel caso dei dati post-negoziazione differiti, questi dovrebbero essere pubblicati in un formato leggibile da un dispositivo elettronico e disponibili in programmi di uso comune. Per l'utente dovrebbe essere possibile automatizzare l'estrazione dei dati. I dati dovrebbero essere disponibili per tutti gli strumenti negoziati insieme (o per una classe di strumenti), ma non unicamente per il singolo strumento. Al fine di assicurare che i dati possano essere facilmente consolidati secondo gli obiettivi della MiFID II e del MiFIR, è necessario che tutti i fornitori di dati di mercato rendano disponibili i dati in un formato leggibile da un dispositivo elettronico. I dati dovrebbero essere disponibili almeno fino alla mezzanotte del giorno lavorativo successivo per consentire l'estrazione dei dati da parte dell'utente.

I dati differiti pre-negoziazione dovrebbero essere resi disponibili in un formato leggibile da un dispositivo elettronico. Dal momento che non sono forniti a scopo di consolidamento, tali dati dovrebbero essere disponibili fino alla quotazione successiva più recente (ossia in forma di istantanea, senza informazioni storiche) o, in mancanza di tale aggiornamento, fino alla mezzanotte del giorno lavorativo successivo.

### Ridistribuzione dei dati e servizi a valore aggiunto

**Orientamento 19:** fatte salve le disposizioni legali che vietano ai fornitori di dati di mercato di far pagare l'uso di dati differiti, potrebbero sussistere determinati casi limitati in cui i fornitori di dati possono richiedere un corrispettivo. Ad esempio, se l'utente di dati differiti ridistribuisce tali dati a fronte di una commissione (compresa una commissione generale per l'accesso ai propri servizi), è possibile richiedere un corrispettivo a tale utente. Analogamente, laddove un utente di dati differiti crei servizi a valore aggiunto utilizzando tali dati, che vengono poi venduti a pagamento a terzi, le sedi di negoziazione, gli APA e i CTP possono richiedere un corrispettivo a tale utente.

In questo contesto, per ridistribuzione dei dati si dovrebbe intendere un modello di business consistente nella vendita di dati differiti in forma invariata a terzi, o in modo diretto esigendo un prezzo per l'accesso a tali dati o tramite una commissione di accesso generale. Qualora un utente di dati differiti pubblici tali dati sul proprio sito web, senza tuttavia esigere un prezzo per l'accesso, tale operazione non dovrebbe essere considerata una ridistribuzione di dati ai fini del presente orientamento, anche laddove l'utente dei dati generi entrate indirette (ad esempio tramite la pubblicità). Il fornitore di dati può richiedere un corrispettivo in relazione alla ridistribuzione solo se l'utente dei dati ottiene un beneficio economico diretto dalla loro vendita.

Per servizio a valore aggiunto si dovrebbe intendere la creazione di un prodotto realizzato sulla base di dati differiti grezzi, ad esempio attraverso l'aggregazione di serie di dati provenienti da diverse fonti o la creazione di serie storiche, o la combinazione di tali dati con altre informazioni, e l'offerta del risultante prodotto a terzi. Solo i servizi a valore aggiunto venduti



come prodotto a terzi a fronte di un corrispettivo dovrebbero essere considerati servizi a valore aggiunto e soggetti all'addebito di un prezzo da parte del fornitore di dati.

Tanto nel contesto della redistribuzione dei dati quanto nella creazione di servizi a valore aggiunto, laddove una società distribuisca internamente dati differiti <sup>(10)</sup> o faccia uso di dati differiti per i propri scopi interni, ad esempio per valutare il proprio portafoglio, fornire gratuitamente informazioni ai propri clienti sulla base di dati differiti, eseguire analisi pre- e post-negoziazione, provvedere alla gestione del rischio o condurre ricerche, tale società non dovrebbe essere soggetta ad alcun addebito ai fini del presente orientamento.

---

<sup>(10)</sup> Per distribuzione interna in questo contesto si dovrebbe intendere la condivisione di dati, migliorati o nel loro formato grezzo, all'interno dello stesso ente o gruppo, per qualsiasi scopo diverso dalla creazione e successiva vendita di prodotti basati sui dati.

## **Allegato I. Standardizzazione della terminologia**

### **i. Cliente**

Il cliente dovrebbe essere la persona fisica e/o giuridica che sottoscrive il contratto di licenza relativo ai dati di mercato con il fornitore di dati di mercato e a cui sono fatturate le commissioni per i dati di mercato.

### **ii. Unità di conteggio**

L'unità di conteggio dovrebbe essere l'unità usata per misurare il livello di utilizzo dei dati di mercato da fatturare al cliente e che viene applicata ai fini del calcolo delle commissioni. L'unità di conteggio dovrebbe distinguere tra il tipo d'uso, cioè l'uso display e l'uso non display.

### **iii. Cliente professionale**

Per cliente professionale si dovrebbe intendere un cliente che utilizza i dati di mercato per prestare un servizio finanziario regolamentato o svolgere un'attività finanziaria regolamentata o per prestare un servizio a terzi, o che è considerato un'impresa di grandi dimensioni, vale a dire un'impresa che soddisfa due dei seguenti requisiti di dimensione su base aziendale: i) un totale di bilancio di 20 000 000 EUR ii), un fatturato netto di 40 000 000 EUR, iii) fondi propri per 2 000 000 EUR.

### **iv. Cliente non professionale**

Per cliente non professionale si dovrebbe intendere un cliente che non soddisfa la definizione di cliente professionale.

### **v. Dati display**

Per dati display si dovrebbero intendere i dati di mercato forniti o utilizzati attraverso il supporto di un monitor o di uno schermo e che sono leggibili da un essere umano.

### **vi. Dati non display**

Per dati non display si dovrebbero intendere tutti i dati di mercato che non soddisfano la definizione di dati display.

### **vii. Dati di mercato**

Per dati di mercato si dovrebbero intendere i dati che le sedi di negoziazione, gli IS, gli APA e i CTP sono tenuti a rendere pubblici ai fini del regime di trasparenza pre- e post-negoziazione. Pertanto, i dati di mercato comprendono le informazioni di cui all'allegato I dell'RTS 1 e agli allegati I e II dell'RTS 2.

### **viii. Dati in tempo reale**

Per dati in tempo reale si dovrebbero intendere i dati di mercato resi disponibili entro 15 minuti dalla pubblicazione.

### **ix. Dati differiti**

Per dati differiti si dovrebbero intendere i dati di mercato resi disponibili 15 minuti dopo la pubblicazione.

## Allegato II. Modello per la pubblicazione di informazioni in materia di CCR

Le istruzioni per la compilazione del modello sono riportate sotto il modello stesso.

Base giuridica	Oggetto			
<p>Articolo 89, paragrafo 2, lettera a), del regolamento delegato (UE) 2017/565, e articolo 11, paragrafo 2, lettera a), del regolamento delegato (UE) 2017/567</p>	<p><b>Listino prezzi: anno XXXX</b></p>			
	<p><i>[Inserire una sintesi di alto livello delle commissioni offerte e un collegamento ipertestuale al listino prezzi completo. Il listino prezzi dovrebbe includere le seguenti voci, come menzionato nel pertinente testo di livello 2:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>(i) commissioni per utente display;</i></li> <li><i>(ii) commissioni non-display;</i></li> <li><i>(iii) politica degli sconti;</i></li> <li><i>(iv) commissioni associate alle condizioni di licenza;</i></li> <li><i>(v) commissioni per i dati di mercato pre- e post-negoziazione;</i></li> <li><i>(vi) commissioni per altri sottoinsiemi di informazioni, incluse quelle richieste ai sensi delle norme tecniche di regolamentazione di cui all'articolo 12, paragrafo 2, del regolamento (UE) n. 600/2014;</i></li> <li><i>(vii) altri termini e condizioni contrattuali;</i></li> </ul> <p><i>Qualsiasi modifica al listino prezzi dovrebbe essere chiaramente indicata e spiegata.]</i></p>			
<p>Articolo 89, paragrafo 2, lettera b), del regolamento delegato (UE) 2017/565, e articolo 11, paragrafo 2, lettera b), del regolamento delegato (UE) 2017/567</p>	<p>La comunicazione con anticipo di almeno 90 giorni dei cambiamenti futuri dei prezzi entrerà in vigore il GG/MM/AAAA  <i>[Inserire un collegamento ipertestuale al futuro listino prezzi con la data di entrata in vigore]</i></p>			
<p>Articolo 89, paragrafo 2, lettera c), punti da i) a iii), del regolamento delegato (UE) 2017/565, e articolo 11, paragrafo 2, lettera c), punti da i) a iii), del regolamento delegato (UE) 2017/567</p>	<p><b>Informazioni sui contenuti dei dati di mercato</b>            Periodo di riferimento: 01/01/AA - 31/12/AA</p>			
	<p><b>Classe di attività</b></p>	<p><b>1) Numero di strumenti coperti</b></p>	<p><b>2) Controvalore degli scambi totali relativi agli strumenti coperti</b></p>	<p><b>3) Rapporto tra i dati di mercato pre- e post-negoziazione</b></p>
	<p>Strumenti rappresentativi di capitale (azioni, ETF, certificati di deposito, certificati, altri strumenti finanziari assimilabili a strumenti rappresentativi di capitale)</p>			
	<p>Obbligazioni</p>			

	<b>ETC ETN</b>			
	<b>SFP</b>			
	<b>Derivati cartolarizzati</b>			
	<b>Derivati su tassi di interesse</b>			
	<b>Derivati su crediti</b>			
	<b>Derivati su strumenti rappresentativi di capitale</b>			
	<b>Derivati su tassi di cambio</b>			
	<b>Derivati su quote di emissione</b>			
	<b>Derivati C10</b>			
	<b>Derivati su merci</b>			
	<b>CFD</b>			
	<b>Quote di emissione</b>			
<i>Articolo 89, paragrafo 2, lettera c), punto iv), del regolamento delegato (UE) 2017/565, e articolo 11, paragrafo 2, lettera c), punto iv), del regolamento delegato (UE) 2017/567</i>	<b>Informazioni su altri dati forniti in aggiunta ai dati di mercato</b>		<i>[Elenco]</i>	
<i>Articolo 89, paragrafo 2, lettera c), punto v), del regolamento delegato (UE) 2017/565, e articolo 11, paragrafo 2, lettera c), punto v), del regolamento delegato (UE) 2017/567</i>	<b>Data dell'ultimo adattamento delle commissioni associate alle condizioni di licenza per i dati di mercato forniti</b>		<i>[GG/MM/AAAA]</i>	

<p>Articolo 89, paragrafo 2, lettera d), del regolamento delegato (UE) 2017/565, e articolo 11, paragrafo 2, lettera d), del regolamento delegato (UE) 2017/567</p>	<p><b>Ricavi totali ottenuti dai dati di mercato (EUR)</b></p>	<p>[Per MIC operativo]</p>
	<p><b>Proporzione dei ricavi ottenuti dai dati di mercato rispetto ai ricavi totali (%)</b></p>	<p>[Per MIC operativo]</p>
<p>Articolo 89, paragrafo 2, lettera e), del regolamento delegato (UE) 2017/565, e articolo 11, paragrafo 2, lettera e), del regolamento delegato (UE) 2017/567</p>	<p><b>Informazioni sulla metodologia di contabilità dei costi: anno YYYY</b></p>	
	<p><b>Informazioni sul processo di determinazione del prezzo, incluse le metodologie di contabilità dei costi utilizzate e i principi specifici secondo i quali i costi congiunti diretti e variabili sono assegnati e i costi congiunti fissi sono ripartiti</b></p>	<p>Fornire una sintesi del processo di determinazione del prezzo, incluso:</p> <p>1) un elenco esaustivo dei tipi di costi considerati nella determinazione del prezzo, compresi i costi diretti, congiunti e comuni, ed esempi di ogni tipo di costo</p> <p>2) principi e criteri di assegnazione (%) per i costi congiunti e comuni</p> <p>3) una spiegazione dell'eventuale margine utilizzato nella determinazione del prezzo e dell'approccio impiegato per assicurare che tale margine sia ragionevole</p> <p>Inserire un collegamento ipertestuale con informazioni più dettagliate sulla metodologia di contabilità dei costi, se necessario.</p>

**Istruzioni per la compilazione del modello:**

1) Periodo di riferimento

Si dovrebbero comunicare le informazioni relative a un periodo completo di 12 mesi, tranne che per il primo periodo di riferimento che può essere più breve o più lungo.

2) Numero di strumenti

Si dovrebbe indicare il numero medio di strumenti negoziabili o rendicontabili per il periodo di riferimento. Per i derivati, si dovrebbe considerare il numero medio di contratti.

3) Controvalore degli scambi totali relativi agli strumenti coperti

Per il calcolo, si dovrebbe considerare e fornire la media del controvalore degli scambi totali su base giornaliera. La misura del volume dovrebbe confermare la tabella 4 dell'allegato II dell'RTS 2 per gli strumenti obbligazionari.

4) Rapporto tra i dati di mercato pre- e post-negoziiazione

I fornitori di dati di mercato dovrebbero calcolare e pubblicare il rapporto tra gli ordini per operazione. Gli ordini dovrebbero includere tutti i messaggi di input pubblicati conformemente agli articoli 3, 4, 8, 9, 14 e 18 del MiFIR, compresi i messaggi di trasmissione, modifica e cancellazione inviati al sistema di negoziazione di una sede di negoziazione, relativi a un ordine o a una quotazione. Tuttavia, si dovrebbero escludere i messaggi di cancellazione inviati successivamente a: (i) mancata corrispondenza di ordini nell'ambito di un'asta (*uncrossing*); (ii) una perdita di connessione della sede; (iii) l'utilizzo di un meccanismo di arresto del sistema (*kill functionality*). Per operazione si dovrebbe intendere un ordine eseguito totalmente o parzialmente soggetto ai requisiti di cui agli articoli 6, 7, 10, 11, 20 e 21 del MiFIR. Il numero di ordini non eseguiti dovrebbe essere calcolato tenendo conto di tutte le fasi della sessione di negoziazione, comprese le aste. Si noti che gli IS e gli APA non sono tenuti a divulgare il rapporto tra i dati pre- e post-negoziiazione. Gli IS non sono tenuti a fornire informazioni sulle commissioni per i dati di mercato post-negoziiazione e gli APA non sono tenuti a indicare le commissioni per i dati di mercato pre-negoziiazione.

## Allegato III. Tavola di concordanza

A partire dal 1° gennaio 2022, alcune disposizioni della MiFID II dovrebbero essere intese come un riferimento alle nuove disposizioni del MiFIR, come specificato nel regolamento (UE) 2019/2175 e come ulteriormente integrate dai pertinenti atti di livello 2. Si veda la tavola di concordanza a seguire.

Tavola di concordanza	
MiFID II	MiFIR (nuovo)
Articolo 4, paragrafo 1, punto 52)	Articolo 2, paragrafo 1, punto 34)
Articolo 4, paragrafo 1, punto 53)	Articolo 2, paragrafo 1, punto 35)
Articolo 64, paragrafo 1	Articolo 27 <i>octies</i> , paragrafo 1)
Articolo 64, paragrafo 2	Articolo 27 <i>octies</i> , paragrafo 2)
Articolo 65, paragrafo 1	Articolo 27 <i>nonies</i> , paragrafo 1)
Articolo 65, paragrafo 2	Articolo 27 <i>nonies</i> , paragrafo 2)