

ISTRUZIONI PER LA COMPILAZIONE DEL QUADRO DEL SETTORE INTERNET

Internet – Testate *online* e Pubblicità *online* (inclusa editoria elettronica) [IT]

Con riferimento all'attività di raccolta pubblicitaria *online*, si specifica che, ai sensi della lettera e), del comma 1, dell'articolo 2 di cui alla delibera n. 397/13/CONS, come modificata dall'art. 1, comma 2 della delibera n. 235/15/CONS, si intendono operanti sul territorio nazionale tutti i soggetti che offrono servizi di pubblicità *online* in Italia, ancorché la tecnologia impiegata per la prestazione dei servizi non sia presente o accessibile dal territorio nazionale, in quanto comunque svolgono in Italia un'attività economica.

Tutti i ricavi da pubblicità *online* sono da inserire nel quadro Internet.

Per le società che operano anche in altri settori, questo quadro si riferisce ai prodotti e servizi di editoria elettronica esclusivamente *online* e alla pubblicità *online*. Le altre informazioni relative a prodotti e servizi digitali, offerti anche *online*, sono da riportare nei quadri settoriali.

Nel caso di ESCLUSIVA attività *online* è da compilare il solo quadro Internet.

Voce	Istruzioni
191	<p>Ricavi totali (Valori coerenti con l'art. 2425 del Codice Civile, così come indicati nell'ultimo bilancio di esercizio ovvero, per i soggetti non obbligati a redigere il bilancio di esercizio, nell'omologa voce che risulti dalle scritture contabili. Nel computo dei ricavi totali, con riferimento alle attività di concessionaria / intermediario di pubblicità <i>online</i>, vengono considerati i ricavi al lordo della quota retrocessa ai proprietari dei mezzi).</p> <p>Somma automatica degli importi delle voci 156+157+158+159+168+192</p>
156	<p>Ricavi da vendita di prodotti e servizi di editoria elettronica</p> <p>Ricavi derivanti dalla vendita (anche in abbonamento) di prodotti e servizi editoriali elettronici esclusivamente <i>online</i> (come le testate esclusivamente digitali) assimilabili ai quotidiani, periodici e annuari e disponibili e fruibili solamente <i>online</i> (inclusi i prodotti e servizi specifici per terminali mobili) non considerati nelle voci relative alla vendita di prodotti e servizi digitali dei quadri precedenti.</p> <p>Per "testata esclusivamente digitale" si intende un prodotto editoriale nativo digitale, che non ha una edizione cartacea. Sono inclusi in questa voce, a mero titolo esemplificativo: le testate elettroniche registrate in forma di sito, di <i>newsletter</i>, i prodotti e servizi specifici per terminali mobili, etc...</p> <p>Non rilevano, invece, ai fini di tale nozione, altri prodotti editoriali, quali versioni o integrazioni digitali di libri cartacei ed <i>e-book</i> e altri servizi quali corsi di formazione <i>online</i>.</p> <p>Indicare nella tabella relativa alle informazioni delle testate <i>online</i> la tipologia e la denominazione del prodotto editoriale (denominazione della testata, eventuale indirizzo Internet, etc...).</p>

Raccolta pubblicitaria *online* diretta e tramite concessionaria/intermediario

159	<p><i>Ricavi da pubblicità online – A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (Smartphone/Tablet)</i></p> <p>Ricavi derivanti dalla vendita – direttamente e tramite concessionaria/intermediario – dei propri spazi pubblicitari su Internet, incluse tutte le tipologie (<i>display</i>, video, <i>search</i>, etc...) visualizzate attraverso (A) dispositivi fissi (pc, <i>Smart TV</i>, <i>console</i>) ovvero (B) dispositivi mobili (<i>Smartphone</i>, <i>Tablet</i>).</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p> <p>Nel caso non sia possibile attribuire i ricavi pubblicitari alla singola componente (fisso o mobile; <i>display</i> e video, <i>classified/directories</i>, <i>search</i>, altre tipologie) il criterio da seguire nell'attribuzione dei ricavi è la prevalenza, ossia i ricavi sono da attribuire alla voce relativa all'attività prevalente.</p> <p>Somma automatica degli importi delle voci A e B.</p> <p>Somma automatica degli importi delle voci 160 (A e B) + 163 (A e B) + 164 (A e B) + 165 (A e B). Valore pari alla somma degli importi delle voci 159 bis (A e B) e 159 ter (A e B).</p>
160	<p><i>di cui display e video – A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (Smartphone/Tablet)</i></p> <p>Ricavi derivanti dalla vendita – direttamente e tramite concessionaria/intermediario – di spazi pubblicitari di tipo <i>display</i> (annunci grafici quali ad esempio, <i>banners</i>, <i>pop-up</i>, <i>pushbar</i>, <i>spot cover</i>, ...) ovvero di spazi pubblicitari contenenti/costituiti da <i>video</i> (ad esempio, <i>pre-roll</i>,...) visualizzati quando gli utenti visitano un particolare sito o fruiscono di un servizio <i>online</i> attraverso (A) dispositivi fissi (pc, <i>Smart TV</i>, <i>console</i>) ovvero (B) dispositivi mobili (<i>Smartphone</i>, <i>Tablet</i>).</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
163	<p><i>di cui classified/directories – A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (Smartphone/Tablet)</i></p> <p>Ricavi derivanti dalla vendita – direttamente e tramite concessionaria/intermediario - di spazi pubblicitari classificati in specifiche categorie, su siti generalmente dedicati. Comprende le tipologie di pubblicità che nell'<i>offline</i> vengono identificate come rubricata, classificata e di servizio (quali, ad esempio, inserzioni di ricerca di personale qualificato, legale, finanziaria, annunci economici, annunci personali, necrologi, negozi <i>online</i> e schede, video <i>classified</i>, etc...) visualizzate attraverso (A) dispositivi fissi (pc, <i>Smart TV</i>, <i>console</i>) ovvero (B) dispositivi mobili (<i>Smartphone</i>, <i>Tablet</i>).</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
164	<p><i>di cui search – A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (Smartphone/Tablet)</i></p> <p>Ricavi derivanti dalla vendita - direttamente e tramite concessionaria/intermediario – di messaggi pubblicitari testuali visualizzati attraverso (A) dispositivi fissi (pc, <i>Smart TV</i>, <i>console</i>) o (B) dispositivi mobili (<i>Smartphone</i>, <i>Tablet</i>), che contengono un collegamento ipertestuale ad una pagina <i>web</i> e compaiono sulla pagina che elenca i risultati di una ricerca svolta mediante un motore di ricerca, la cui selezione è legata alle parole-chiave (<i>keyword</i>) inserite dall'utente per effettuare la ricerca.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>

165	<p><i>di cui altre tipologie – A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (Smartphone/Tablet)</i></p> <p>Ricavi derivanti dalla vendita - direttamente e tramite concessionaria/intermediario - di qualunque tipo di pubblicità che non possa essere ricondotta alle altre categorie (tra cui, <i>newsletter/SMS/MMS/Email, advertorial/publiredazionali, co-branded/sponsorship, iniziative pubblicitarie speciali, minisiti, spot audio, text link, ...</i>), visualizzata attraverso (A) dispositivi fissi (pc, <i>Smart TV, console</i>) ovvero (B) dispositivi mobili (<i>Smartphone, Tablet</i>).</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
159 bis	<p><i>Ricavi da pubblicità diretta</i></p> <p>Ricavi percepiti dalla vendita diretta di spazi pubblicitari a terzi sui propri siti <i>web</i>, visualizzati attraverso (A) dispositivi fissi (pc, <i>Smart TV, console</i>) ovvero (B) dispositivi mobili (<i>Smartphone, Tablet</i>), indipendentemente dalla categoria (<i>display</i> e video, <i>classified/directories, search</i>, altre tipologie).</p>
159 ter	<p><i>Ricavi da pubblicità tramite concessionaria</i></p> <p>Ricavi percepiti dalla vendita di spazi pubblicitari - attraverso concessionarie/intermediari - sui propri siti <i>web</i>, visualizzati attraverso (A) dispositivi fissi (pc, <i>Smart TV, console</i>) ovvero (B) dispositivi mobili (<i>Smartphone, Tablet</i>), indipendentemente dalla categoria (<i>display</i> e video, <i>classified/directories, search</i>, altre tipologie).</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
	<p>Concessionarie/intermediari che realizzano la raccolta pubblicitaria</p> <p>Indicare la denominazione, il Codice fiscale italiano o estero, il referente (riferimenti della persona qualificata ad intrattenere i rapporti comprensivi del recapito telefonico e dell’email) di ciascuna concessionaria/intermediario che realizza la raccolta pubblicitaria.</p>
	<p>Informazioni sulle testate <i>online</i></p> <p>Per ciascuna testata edita che concorre al conseguimento dei ricavi, indicare, nell’apposita tabella, la denominazione, l’indirizzo Internet (ove applicabile) attraverso il quale si può accedere ai contenuti della testata, il numero di registrazione della testata presso il Tribunale, la Provincia corrispondente alla circoscrizione del Tribunale presso cui è registrata la testata (o del luogo di pubblicazione della testata se il soggetto tenuto alla registrazione si è avvalso della semplificazione prevista all’art. 16 della legge 7 marzo 2001, n. 62), la tipologia (se a titolo gratuito o a pagamento), e le copie digitali vendute annue.</p> <p>Per “copie digitali vendute annue” si intende il numero di copie (o, in base alla modalità di offerta, sottoscrizioni, <i>download, paywall, etc...</i>) del prodotto editoriale vendute complessivamente nell’anno, in Italia ed all’estero, se queste concorrono al fatturato in Italia. Si indichino le sole copie vendute a fronte di uno specifico corrispettivo, non imputando in questo campo le copie diffuse a titolo gratuito (anche quelle offerte a scopi promozionali).</p>

Raccolta pubblicitaria *online* per soggetti terzi

168	<p>Ricavi da pubblicità <i>online</i> lordi - A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (Smartphone/Tablet)</p> <p>Ricavi lordi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere contratti di vendita di spazi pubblicitari su Internet, incluse tutte le tipologie (<i>display</i>, video, <i>search</i>, etc...) visualizzate attraverso (A) dispositivi fissi (pc, <i>Smart TV</i>, <i>console</i>) ovvero (B) dispositivi mobili (<i>Smartphone</i>, <i>Tablet</i>).</p> <p>Nel caso non sia possibile attribuire i ricavi pubblicitari alla singola componente (fisso o mobile; <i>display</i> e video, <i>classified/directories</i>, <i>search</i>, altre tipologie) il criterio da seguire nell’attribuzione dei ricavi è la prevalenza, ossia i ricavi sono da attribuire alla voce relativa all’attività prevalente.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p> <p>Somma automatica degli importi delle voci A e B.</p> <p>Somma automatica degli importi delle voci 169 (A e B) + 172 (A e B) + 173 (A e B) + 174 (A e B).</p>
169	<p><i>di cui display e video – A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (Smartphone/Tablet)</i></p> <p>Ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere contratti di vendita di spazi pubblicitari di tipo <i>display</i> (annunci grafici quali ad esempio, <i>banners</i>, bottoni/manchette, <i>pushbar/strip</i>, <i>interstitial</i>, <i>intropage</i>, <i>pop-up</i>, <i>pop-under</i>,...) ovvero contenenti/costituiti da <i>video</i> (ad esempio <i>pre-roll</i>, ...) visualizzati quando gli utenti visitano un particolare sito o fruiscono di un servizio <i>online</i>, attraverso (A) dispositivi fissi (pc, <i>Smart TV</i>, <i>console</i>) ovvero (B) dispositivi mobili (<i>Smartphone</i>, <i>Tablet</i>).</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
172	<p><i>di cui classified/directories – A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (Smartphone/Tablet)</i></p> <p>Ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere contratti di vendita di spazi pubblicitari classificati in specifiche categorie, su siti generalmente dedicati. Comprende le tipologie di pubblicità che nell’<i>offline</i> vengono identificate come rubricata, classificata e di servizio (quali ad es. inserzioni di ricerca di personale qualificato, legale, finanziaria, annunci economici, annunci personali, necrologi, negozi <i>online</i> e schede, video <i>classified</i>, etc...) visualizzate attraverso (A) dispositivi fissi (pc, <i>Smart TV</i>, <i>console</i>) ovvero (B) dispositivi mobili (<i>Smartphone</i>, <i>Tablet</i>).</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
173	<p><i>di cui search – A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (Smartphone/Tablet)</i></p> <p>Ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere contratti di vendita di messaggi pubblicitari testuali, visualizzati attraverso (A) dispositivi fissi (pc, <i>Smart TV</i>, <i>console</i>) ovvero (B) dispositivi mobili (<i>Smartphone</i>, <i>Tablet</i>), che contengono un collegamento ipertestuale ad una pagina <i>web</i> e compaiono sulla pagina che elenca i risultati di una ricerca svolta mediante un motore di ricerca, la cui selezione è legata alle parole-chiave (<i>keyword</i>) inserite dall’utente per effettuare la ricerca.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>

174	<p><i>di cui altre tipologie – A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (Smartphone/Tablet)</i></p> <p>Ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere contratti derivanti dalla vendita di qualunque tipo di pubblicità che non possa essere ricondotta alle altre categorie (tra cui, <i>newsletters/SMS/MMS/Email, advertorial/publiredazionali, co-branded/sponsorship, iniziative pubblicitarie speciali, minisiti, spot audio, text link,...</i>) visualizzata attraverso (A) dispositivi fissi (pc, <i>Smart TV, console</i>) ovvero (B) dispositivi mobili (<i>Smartphone, Tablet</i>).</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
175	<p>Ricavi da pubblicità online retrocessi a terzi</p> <p>Quota di ricavi spettante (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei siti, app, ... terzi ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari.</p> <p>Tale quota comprende anche importi eventualmente contabilizzati tra i costi ai fini della redazione del bilancio di esercizio.</p> <p>Somma automatica degli importi delle voci A e B</p> <p>Somma automatica degli importi delle voci 176 (A e B) + 179 (A e B) + 180 (A e B) + 181 (A e B)</p> <p>Nel caso non sia possibile attribuire i ricavi pubblicitari alla singola componente (fisso o mobile, video, <i>banner, ..</i>), si prega di allocare i ricavi pubblicitari alla voce prevalente.</p>
176	<p><i>di cui display e video – A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (Smartphone/Tablet)</i></p> <p>Quota di ricavi spettante ai proprietari dei siti terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 169, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari di tipo <i>display</i> (annunci grafici quali ad esempio, <i>banners, bottoni/manchette, pushbar/strip, interstitial, intropage, pop-up, pop-under, ...</i>) ovvero contenenti/costituiti da <i>video</i> visualizzati quando gli utenti visitano un particolare sito o fruiscono di un servizio <i>online</i>, attraverso (A) dispositivi fissi (pc, <i>Smart TV, console</i>) ovvero (B) dispositivi mobili (<i>Smartphone, Tablet</i>).</p>
179	<p><i>di cui classified/directories – A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (Smartphone/Tablet)</i></p> <p>Quota di ricavi spettante ai proprietari dei siti terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 172, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari classificati in specifiche categorie, su siti generalmente dedicati. Comprende le tipologie di pubblicità che nell’<i>offline</i> vengono identificate come rubricata, classificata e di servizio (quali ad es. inserzioni di ricerca di personale qualificato, legale, finanziaria, annunci economici, annunci personali, necrologi, negozi <i>online</i> e schede, video <i>classified</i>, etc...) visualizzate attraverso (A) dispositivi fissi (pc, <i>Smart TV, console</i>) ovvero (B) dispositivi mobili (<i>Smartphone, Tablet</i>).</p>
180	<p><i>di cui search – A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (smartphone/tablet)</i></p> <p>Quota di ricavi spettante ai proprietari dei siti terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 173, derivanti dalla vendita di messaggi pubblicitari testuali visualizzati attraverso rete fissa (A) o rete e dispositivi mobili (B), che contengono un collegamento ipertestuale ad una pagina <i>web</i> e compaiono sulla pagina che elenca i risultati di una ricerca svolta mediante un motore di ricerca, la cui</p>

	selezione è legata alle parole-chiave (<i>keyword</i>) inserite dall'utente per effettuare la ricerca.
181	<p><i>di cui altre tipologie – A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (Smartphone/Tablet)</i></p> <p>Quota di ricavi spettante ai proprietari dei siti terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 174, derivanti dalla vendita di qualunque tipo di pubblicità che non possa essere ricondotta alle altre categorie (tra cui, <i>newsletters/SMS/MMS/Email, advertorial/publiredazionali, co-branded/sponsorship, iniziative pubblicitarie speciali, minisiti, spot audio, text link, ...</i>) visualizzata attraverso (A) dispositivi fissi (pc, <i>Smart TV, console</i>) ovvero (B) dispositivi mobili (<i>Smartphone, Tablet</i>).</p>
182	<p>Ricavi da pubblicità online netti</p> <p>Differenza automatica degli importi delle voci 168 (A e B) – 175 (A e B)</p>
157	<p>Ricavi da donazioni/contributi privati</p> <p>Somme elargite da soggetti privati per l'esercizio delle attività editoriali e di servizi di media audiovisivi e radiofonici su Internet contabilizzate all'interno dei ricavi relativi all'attività stessa.</p>
158	<p>Ricavi da provvidenze pubbliche e convenzioni con soggetti pubblici</p> <p>Somme erogate dallo Stato o da altri enti pubblici per l'esercizio delle attività editoriali e di servizi di media audiovisivi e radiofonici su Internet, contabilizzate all'interno dei ricavi relativi all'attività stessa/ricavi derivanti da accordi o contratti stipulati con soggetti pubblici.</p>
192	<p>Altri ricavi da attività online</p> <p>Ricavi derivanti dalla vendita di beni e/o prestazioni di servizi sul <i>web</i> non considerati nelle voci precedenti.</p>
193	<p>Costi totali da attività online</p> <p>Valori coerenti con l'art. 2425 del Codice Civile, così come indicati nell'ultimo bilancio di esercizio ovvero, per i soggetti non obbligati a redigere il bilancio di esercizio, nell'omologa voce che risulti dalle scritture contabili.</p> <p>Nel caso in cui la società operi in più settori di attività, per le componenti di costo comuni/congiunte, includere in questa voce la specifica quota parte.</p> <p>Non è da considerare in questa voce quanto retrocesso ai proprietari dei siti terzi.</p>