

**ISTRUZIONI PER LA COMPILAZIONE DEL QUADRO
“CONCESSIONARIE DI PUBBLICITÀ SUI MEZZI
TRADIZIONALI (ESCLUSA PUBBLICITÀ ONLINE) [CC]”
MODELLO “ESERCIZIO”**

I ricavi da indicare nei quadri del modello “Esercizio” sono quelli relativi al valore della produzione, così come risultante dal bilancio dell’esercizio di riferimento, compresi quelli derivanti dalle convenzioni con soggetti pubblici e dalle provvidenze pubbliche, ovvero, per i soggetti non obbligati alla redazione del bilancio, dalle omologhe voci di altre scritture contabili che attestino il valore complessivo della produzione. Ai fini della dichiarazione, devono essere considerati i ricavi realizzati in Italia o comunque riferiti al territorio nazionale, anche se contabilizzati nei bilanci di società aventi sede all’estero.

Inoltre, ai sensi del comma 2-bis, dell’articolo 2 di cui alla delibera n. 397/13/CONS, come modificata dall’articolo 1, comma 3 della delibera n. 161/21/CONS, i soggetti obbligati sono tenuti a produrre i documenti contabili e le informazioni utili alla individuazione dei ricavi realizzati in Italia o comunque riferiti al territorio nazionale, anche se contabilizzati nei bilanci di società aventi sede all’estero, relativi al valore della produzione così come risultante da tali bilanci, ovvero, per i soggetti non obbligati alla redazione degli stessi, dalle omologhe voci di altre scritture contabili che attestino il valore complessivo della produzione. I predetti documenti dovranno essere allegati al modello tramite upload eseguibile nella parte finale della compilazione, in fondo alla “*Tabella di sintesi*”.

I valori indicati devono essere espressi in euro. Nel caso di società che redigono il bilancio o omologhe scritture contabili in altra valuta, gli importi dichiarati dovranno essere comunque espressi in euro, applicando, nella conversione, il medesimo tasso di cambio utilizzato nel bilancio o omologhe scritture contabili.

Voce	Istruzioni
Ricavi lordi derivanti dalla raccolta pubblicitaria	
97	<i>Ricavi lordi derivanti da raccolta pubblicitaria nel settore:</i> (Valori coerenti con quanto indicato nel bilancio di esercizio ovvero, per i soggetti non obbligati a redigere il bilancio d'esercizio, nell'omologa voce di altre scritture contabili). Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia. Somma automatica degli importi delle voci da 98 a 114
98	- <i>dell'editoria quotidiana (inclusa free press) - pubblicità nazionale</i> Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale su testate quotidiane (incluse le testate quotidiane diffuse gratuitamente). Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro Internet. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
99	- <i>dell'editoria quotidiana (inclusa free press) - pubblicità locale</i> Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari a carattere locale su testate quotidiane (incluse le testate quotidiane diffuse gratuitamente). Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro Internet. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
100	- <i>dell'editoria periodica (inclusa free press) - pubblicità nazionale</i> Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale su testate periodiche (incluse le testate periodiche diffuse gratuitamente). Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro Internet. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
101	- <i>dell'editoria periodica (inclusa free press) - pubblicità locale</i> Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari a carattere locale su testate periodiche (incluse le testate periodiche diffuse gratuitamente).

	Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro Internet. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
102	- <i>dell'editoria annuaristica – pubblicità nazionale</i> Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale su prodotti editoriali, pubblicati con periodicità annuale. Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro Internet. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
103	- <i>dell'editoria annuaristica – pubblicità locale</i> Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari a carattere locale su prodotti editoriali, pubblicati con periodicità annuale. Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro Internet. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
104	- <i>della televisione gratuita - pubblicità nazionale</i> Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale all'interno di canali/programmi trasmessi <u>gratuitamente</u> da emittenti televisive. Sono inclusi i ricavi relativi alle telepromozioni, alle televendite, alle sponsorizzazioni e al <i>product placement</i>. Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro Internet. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia. <u>Ricavi da telepromozioni</u>: ricavi di competenza dell'esercizio derivanti da ogni forma di pubblicità consistente nell'esibizione di prodotti, presentazione verbale e visiva di beni o servizi di un produttore di beni o di un fornitore di servizi, fatta dall'emittente televisiva o radiofonica, nell'ambito di un programma al fine di promuovere la fornitura, dietro compenso, dei beni o dei servizi presentati o esibiti. <u>Ricavi da televendite</u>: ricavi di competenza dell'esercizio derivanti dalle offerte dirette trasmesse al pubblico allo scopo di fornire, dietro pagamento, beni o servizi, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni. <u>Ricavi da sponsorizzazioni</u>: ricavi di competenza dell'esercizio derivanti da ogni contributo di un'impresa pubblica o privata o di una persona fisica, non impegnata nella fornitura di servizi di media audiovisivi o nella produzione di opere audiovisive, al finanziamento di servizi o programmi di media audiovisivi, al fine di promuovere il proprio nome, il proprio marchio, la propria immagine, le proprie attività o i propri prodotti.

	<u>Product placement</u>: ricavi di competenza dell'esercizio derivanti da ogni forma di comunicazione commerciale audiovisiva che consiste nell'inserire o nel fare riferimento, all'interno di un programma, a un prodotto, a un servizio o a un marchio dietro pagamento o altro compenso.
105	- <i>della televisione gratuita - pubblicità locale</i> Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari a carattere locale all'interno di canali/programmi trasmessi <u>gratuitamente</u> da emittenti televisive. Sono inclusi i ricavi relativi alle telepromozioni, alle televendite, alle sponsorizzazioni e al <i>product placement</i>. [Cfr. descrizione di cui alla voce 104] Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro Internet. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
106	- <i>della televisione a pagamento – pubblicità nazionale</i> Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale all'interno di canali/programmi televisivi <u>a pagamento</u>. Sono inclusi i ricavi relativi alle telepromozioni, alle televendite, alle sponsorizzazioni e al <i>product placement</i>. [Cfr. descrizione di cui alla voce 104] Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro Internet. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
107	- <i>della televisione a pagamento – pubblicità locale</i> Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari a carattere locale all'interno di canali/programmi televisivi <u>a pagamento</u>. Sono inclusi i ricavi relativi alle telepromozioni, alle televendite, alle sponsorizzazioni e al <i>product placement</i>. [Cfr. descrizione di cui alla voce 104] Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro Internet. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
108	- <i>della radio – pubblicità nazionale</i> Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale all'interno di canali/programmi trasmessi da emittenti radiofoniche. Sono inclusi i ricavi relativi alle radiopromozioni, alle radiovendite e alle sponsorizzazioni. Alle radiopromozioni, alle radiovendite e alle sponsorizzazioni svolte a mezzo della radiodiffusione sonora si applicano, per analogia, le definizioni di cui alla voce 104.

	Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro Internet. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
109	- <i>della radio – pubblicità locale</i> Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari a carattere locale all'interno di canali/programmi trasmessi da emittenti radiofoniche. Sono inclusi i ricavi relativi alle radiopromozioni, alle radiovendite e alle sponsorizzazioni. Alle radiopromozioni, alle radiovendite e alle sponsorizzazioni svolte a mezzo della radiodiffusione sonora si applicano, per analogia, le definizioni di cui alla voce 104. Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro Internet. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
110	- <i>delle sale cinematografiche (incluso il product placement)</i> Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari nelle sale cinematografiche. Sono inclusi i ricavi relativi al <i>product placement</i>. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
111	- <i>della pubblicità esterna</i> Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari su tutti i mezzi caratterizzati dal fatto di trovarsi in spazi pubblici esterni, quali ad esempio affissioni, cartelli stradali, segnaletica, autobus, etc. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
112	- <i>delle sponsorizzazioni (escluse TV, Radio)</i> Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti derivanti da un'attività di comunicazione atta a sostenere un evento, un avvenimento sportivo, culturale, sociale o d'intrattenimento, o un'organizzazione, finanziariamente oppure attraverso la fornitura di prodotti e servizi, con finalità di natura commerciale. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
113	- <i>da attività di diffusione del prodotto realizzata al punto di vendita con esclusione di azioni sui prezzi</i> Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti derivanti da un'attività di comunicazione sul punto vendita, quali, ad esempio, allestimenti speciali, dimostrazioni tramite personale apposito e ogni altra forma di comunicazione che si svolga sul luogo di vendita del prodotto, ad esclusione di azioni sui prezzi (come, ad esempio, offerte speciali e agevolazioni di prezzo). Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.

114	- <i>di "altri" settori</i> Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari su mezzi diversi da quelli indicati nelle voci precedenti. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
Ricavi retrocessi ai proprietari dei mezzi	
115	<i>Ricavi retrocessi ai proprietari dei mezzi (anche qualora contabilizzati come costi):</i> Quota di ricavi spettante (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali di cui alla voce 97, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari sui mezzi indicati nelle voci successive. Tale quota comprende anche importi eventualmente contabilizzati tra i costi ai fini della redazione del bilancio di esercizio. Somma automatica degli importi delle voci da 116 a 132
116	- <i>dell'editoria quotidiana (inclusa free press) - pubblicità nazionale</i> Quota di ricavi spettante agli editori terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 98, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale su testate quotidiane (incluse le testate quotidiane diffuse gratuitamente).
117	- <i>dell'editoria quotidiana (inclusa free press) - pubblicità locale</i> Quota di ricavi spettante agli editori terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 99, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale su testate quotidiane (incluse le testate quotidiane diffuse gratuitamente).
118	- <i>dell'editoria periodica (inclusa free press) - pubblicità nazionale</i> Quota di ricavi spettante agli editori terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 100, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale su testate periodiche (incluse le testate periodiche diffuse gratuitamente).
119	- <i>dell'editoria periodica (inclusa la free press) - pubblicità locale</i> Quota di ricavi spettante agli editori terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 101, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale su testate periodiche (incluse le testate periodiche diffuse gratuitamente).
120	- <i>dell'editoria annuaristica – pubblicità nazionale</i> Quota di ricavi spettante agli editori terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 102, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale su prodotti editoriali, pubblicati con periodicità annuale.

121	- <i>dell'editoria annuaristica – pubblicità locale</i> Quota di ricavi spettante agli editori terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 103, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale su prodotti editoriali, pubblicati con periodicità annuale.
122	- <i>della televisione gratuita – pubblicità nazionale</i> Quota di ricavi spettante alle emittenti televisive terze e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 104, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale all'interno di canali/programmi trasmessi <u>gratuitamente</u> da emittenti televisive.
123	- <i>della televisione gratuita – pubblicità locale</i> Quota di ricavi spettante alle emittenti televisive terze e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 105, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale all'interno di canali/programmi trasmessi <u>gratuitamente</u> da emittenti televisive.
124	- <i>della televisione a pagamento – pubblicità nazionale</i> Quota di ricavi spettante alle emittenti televisive terze e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 106, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale all'interno di canali/programmi televisivi <u>a pagamento</u>.
125	- <i>della televisione a pagamento – pubblicità locale</i> Quota di ricavi spettante alle emittenti televisive terze e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 107, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale all'interno di canali/programmi televisivi <u>a pagamento</u>.
126	- <i>della radio – pubblicità nazionale</i> Quota di ricavi spettante alle emittenti radiofoniche terze e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 108, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale all'interno di canali/programmi radiofonici.
127	- <i>della radio – pubblicità locale</i> Quota di ricavi spettante alle emittenti radiofoniche terze e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 109, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale all'interno di canali/programmi radiofonici.
128	- <i>delle sale cinematografiche (incluso il product placement)</i> Quota di ricavi spettante agli esercenti cinematografici terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 110, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari nelle sale cinematografiche.

129	- <i>della pubblicità esterna</i> Quota di ricavi spettante ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 111, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari su tutti i mezzi caratterizzati dal fatto di trovarsi in spazi pubblici esterni, quali ad esempio affissioni, cartelli stradali, segnaletica, autobus, etc.
130	- <i>delle sponsorizzazioni (escluse TV, Radio)</i> Quota di ricavi spettante ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 112, derivanti dall'attività di comunicazione attraverso la quale un'azienda lega il proprio nome e la propria immagine a un avvenimento sportivo, culturale, sociale o d'intrattenimento, sfruttandone la notorietà e l'immagine, con finalità di natura commerciale.
131	- <i>da attività di diffusione del prodotto realizzata al punto di vendita con esclusione di azioni sui prezzi</i> Quota di ricavi spettante ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 113, derivanti dall'attività di comunicazione sul punto vendita, quali, ad esempio espositori, cartelli sospesi, dimostrazioni tramite personale apposito e ogni altra forma di comunicazione che si svolga sul luogo di vendita del prodotto, ad esclusione di azioni sui prezzi (quali ad esempio offerte speciali e agevolazioni di prezzo).
132	- <i>di "altri" settori (esclusa pubblicità online)</i> Quota di ricavi spettante ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 114, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari su mezzi diversi da quelli indicati nelle voci precedenti.
Ricavi netti derivanti dalla raccolta pubblicitaria	
133	Ricavi netti (differenza tra raccolta lorda e corrispondenti ricavi retrocessi) Differenza tra ricavi da raccolta lorda e corrispondenti ricavi retrocessi (in quanto corrisposti o riconosciuti), ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 97, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari sui mezzi indicati nelle voci successive. Differenza automatica degli importi delle voci 97 – 115
134	- <i>dell'editoria quotidiana (inclusa free press) - pubblicità nazionale</i> Differenza tra ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale su testate quotidiane (incluse le testate quotidiane diffuse gratuitamente) di cui alla voce 98 e corrispondenti ricavi retrocessi (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi di cui alla voce 116. Differenza automatica degli importi delle voci 98 – 116
135	- <i>dell'editoria quotidiana (inclusa free press) - pubblicità locale</i> Differenza tra ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale su testate quotidiane (incluse le testate quotidiane diffuse gratuitamente) di cui alla voce 99 e corrispondenti ricavi retrocessi

	(in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi di cui alla voce 117. Differenza automatica degli importi delle voci 99 - 117
136	- <i>dell'editoria periodica (inclusa free press) - pubblicità nazionale</i> Differenza tra ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale su testate periodiche (incluse le testate periodiche diffuse gratuitamente) di cui alla voce 100 e corrispondenti ricavi retrocessi (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi di cui alla voce 118. Differenza automatica degli importi delle voci 100 - 118
137	- <i>dell'editoria periodica (inclusa free press) - pubblicità locale</i> Differenza tra ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale su testate periodiche (incluse le testate periodiche diffuse gratuitamente) di cui alla voce 101 e corrispondenti ricavi retrocessi (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi di cui alla voce 119. Differenza automatica degli importi delle voci 101 - 119
138	- <i>dell'editoria annuaristica (inclusa free press) - pubblicità nazionale</i> Differenza tra ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale su prodotti editoriali, pubblicati con periodicità annuale di cui alla voce 102 e corrispondenti ricavi retrocessi (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi di cui alla voce 120. Differenza automatica degli importi delle voci 102 - 120
139	- <i>dell'editoria annuaristica (inclusa free press) - pubblicità locale</i> Differenza tra ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale su prodotti editoriali, pubblicati con periodicità annuale di cui alla voce 103 e corrispondenti ricavi retrocessi (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi di cui alla voce 121. Differenza automatica degli importi delle voci 103 - 121
140	- <i>della televisione gratuita – pubblicità nazionale</i> Differenza tra ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale all'interno di canali/programmi trasmessi <u>gratuitamente</u> da emittenti televisive di cui alla voce 104 e corrispondenti ricavi retrocessi (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi di cui alla voce 122. Differenza automatica degli importi delle voci 104 - 122
141	- <i>della televisione gratuita – pubblicità locale</i> Differenza tra ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale all'interno di canali/programmi trasmessi <u>gratuitamente</u> da emittenti televisive di cui alla voce 105 e corrispondenti

	ricavi retrocessi (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi di cui alla voce 123. Differenza automatica degli importi delle voci 105 - 123
142	- <i>della televisione a pagamento – pubblicità nazionale</i> Differenza tra ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale all'interno di canali/programmi televisivi <u>a pagamento</u> da emittenti televisive di cui alla voce 106 e corrispondenti ricavi retrocessi (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi di cui alla voce 124. Differenza automatica degli importi delle voci 106 - 124
143	- <i>della televisione a pagamento – pubblicità locale</i> Differenza tra ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale all'interno di canali/programmi televisivi <u>a pagamento</u> da emittenti televisive di cui alla voce 107 e corrispondenti ricavi retrocessi (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi di cui alla voce 125. Differenza automatica degli importi delle voci 107 - 125
144	- <i>della radio – pubblicità nazionale</i> Differenza tra ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale all'interno di canali/programmi radiofonici di cui alla voce 108 e corrispondenti ricavi retrocessi (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi di cui alla voce 126. Differenza automatica degli importi delle voci 108 - 126
145	- <i>della radio – pubblicità locale</i> Differenza tra ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale all'interno di canali/programmi radiofonici di cui alla voce 109 e corrispondenti ricavi retrocessi (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi di cui alla voce 127. Differenza automatica degli importi delle voci 109 - 127
146	- <i>delle sale cinematografiche (incluso il product placement)</i> Differenza tra ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari nelle sale cinematografiche di cui alla voce 110 e corrispondenti ricavi retrocessi (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi di cui alla voce 128. Differenza automatica degli importi delle voci 110 – 128
147	- <i>della pubblicità esterna</i> Differenza tra ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari su tutti i mezzi caratterizzati dal fatto di trovarsi in spazi pubblici esterni, quali ad esempio affissioni, cartelli stradali, segnaletica, autobus, etc.,

	di cui alla voce 111 e corrispondenti ricavi retrocessi (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi di cui alla voce 129. Differenza automatica degli importi delle voci 111 – 129
148	- <i>delle sponsorizzazioni (escluse TV, Radio)</i> Differenza tra ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti derivanti da un'attività di comunicazione atta a sostenere un evento, un avvenimento sportivo, culturale, sociale o d'intrattenimento, o un'organizzazione, finanziariamente oppure attraverso la fornitura di prodotti e servizi, con finalità di natura commerciale di cui alla voce 112 e la quota di ricavi spettante ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali derivanti dall'attività di comunicazione attraverso la quale un'azienda lega il proprio nome e la propria immagine a un avvenimento sportivo, culturale, sociale o d'intrattenimento, sfruttandone la notorietà e l'immagine, con finalità di natura commerciale di cui alla voce 130. Differenza automatica degli importi delle voci 112 - 130
149	- <i>da attività di diffusione del prodotto realizzata al punto di vendita con esclusione di azioni sui prezzi</i> Differenza tra ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti derivanti da un'attività di comunicazione sul punto vendita, quali, ad esempio, allestimenti speciali, dimostrazioni tramite personale apposito e ogni altra forma di comunicazione che si svolga sul luogo di vendita del prodotto, ad esclusione di azioni sui prezzi (come, ad esempio, offerte speciali e agevolazioni di prezzo) di cui alla voce 113 e corrispondenti ricavi retrocessi (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi di cui alla voce 131. Differenza automatica degli importi delle voci 113 - 131
150	- <i>di "altri" settori</i> Differenza tra ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari su mezzi diversi da quelli indicati nelle voci precedenti di cui alla voce 114 e corrispondenti ricavi retrocessi (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi e agli eventuali sub concedenti sui ricavi di cui alla voce 132. Differenza automatica degli importi delle voci 114 – 132
151	Costi totali derivanti dalla attività di Concessionaria Costi della produzione derivanti dall'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari. Nel caso in cui la società operi in più settori di attività, includere in questa voce anche la quota parte di competenza di eventuali costi comuni e congiunti (amministrazione, personale, ecc.). Non è da considerare in questa voce quanto retrocesso ai proprietari dei mezzi.

	Società per le quali viene realizzata la raccolta pubblicitaria Indicare la denominazione, il codice fiscale italiano o estero, il referente (riferimenti della persona qualificata ad intrattenere i rapporti comprensivi del recapito telefonico e della e-mail) delle società per le quali viene realizzata la raccolta pubblicitaria.
--	--