

ISTRUZIONI PER LA COMPILAZIONE DEI QUADRI DEL SETTORE EDITORIALE MODELLO “ESERCIZIO”

I ricavi da indicare nei quadri del modello “Esercizio” sono quelli afferenti al valore della produzione, così quale risultante dal bilancio dell'esercizio di riferimento, ivi compresi quelli derivanti dalle convenzioni con soggetti pubblici e da provvidenze pubbliche. Per i soggetti non obbligati alla redazione del bilancio, il medesimo dato è desunto dalle omologhe voci di altre scritture contabili idonee ad attestare il valore complessivo della produzione. Ai fini della dichiarazione, rilevano i ricavi realizzati in Italia o comunque riferiti al territorio nazionale, anche se contabilizzati nei bilanci di società aventi sede all'estero.

Ai sensi dell'articolo 2, comma 2-bis, della delibera n. 397/13/CONS, come modificato dall'articolo 1, comma 3 della delibera n. 161/21/CONS, i soggetti obbligati producono i documenti contabili e le informazioni utili alla individuazione dei ricavi di cui sopra con riguardo al valore della produzione risultante dal bilancio, o dalle omologhe voci di altre scritture contabili che attestino il valore complessivo della produzione. I predetti documenti dovranno essere allegati al modello tramite la funzione di upload **d i s p o n i b i l e** nella fase finale della compilazione, in calce alla “*Tabella di sintesi*”.

Gli importi dichiarati devono essere espressi in euro. Le società che redigono il bilancio o le omologhe scritture contabili in altra valuta, **p r o c e d o n o a l l a c o n v e r s i o n e** applicando il medesimo tasso di cambio ivi utilizzato.

Editoria quotidiana (inclusa free press e copie digitali) - diffusione nazionale e locale [QE]

Voce	Istruzioni
1	<i>Ricavi totali Quadro QE (Valori coerenti con quanto indicato nel bilancio di esercizio ovvero, per i soggetti non obbligati a redigere il bilancio di esercizio, nell'omologa voce che risulti dalle altre scritture contabili).</i> Somma automatica degli importi delle voci 2+9+14+17+18+19.
2	<i>Ricavi da vendita di copie cartacee e digitali (al netto dei collaterali di cui alla successiva voce 14)</i> Ricavi derivanti dalla vendita di copie cartacee e dalla vendita di edizioni digitali della testata cartacea (al netto dei collaterali). Somma automatica degli importi delle voci 3+6.
3	<i>Ricavi da vendita di copie cartacee (al netto dei collaterali)</i> Ricavi derivanti dalla vendita di copie <u>cartacee</u> di testate quotidiane a diffusione nazionale e locale in abbonamento, nelle edicole e attraverso gli altri canali distributivi (es. grande distribuzione, bar, etc.), sia nel territorio nazionale sia all'estero, se concorrono al fatturato in Italia. Somma automatica degli importi delle voci 4+5. Nel caso di testate pubblicate sia in edizione cartacea sia in edizione digitale, e nel caso di offerta congiunta o abbinata di prodotti editoriali digitali e cartacei, riferirsi in queste voci alla <u>sola quota parte relativa al prodotto cartaceo</u>; ove questo non sia possibile, il criterio da seguire nell'attribuzione dei ricavi è la prevalenza, ossia i ricavi sono da attribuire alla voce relativa all'attività prevalente. Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di edizioni digitali, di cui alla successiva voce 6 o di testate <i>online</i> di cui alla voce 153 del quadro "Internet: Testate online, Contenuti audiovisivi online (inclusi gli SMA), Pubblicità online, Motori di ricerca e Servizi di intermediazione online [IT]". L'importo indicato è da intendersi al netto dei ricavi derivanti dalla vendita dei "collaterali" di cui alla successiva voce 14.
4	- di cui copie vendute in abbonamento Ricavi derivanti dalla vendita in abbonamento delle copie <u>cartacee</u> di testate quotidiane a diffusione nazionale e locale, sia nel territorio nazionale sia all'estero, se concorrono al fatturato in Italia. Sono inclusi i ricavi derivanti dalla vendita <i>online</i> di abbonamenti <u>cartacei</u> inviati per corrispondenza. L'importo indicato è da intendersi al netto dei ricavi derivanti dalla vendita dei "collaterali" di cui alla successiva voce 14.

5	- di cui copie vendute in edicola e altri canali distributivi Ricavi derivanti dalla vendita di copie cartacee di testate quotidiane a diffusione nazionale e locale nelle edicole e attraverso gli altri canali distributivi (es. grande distribuzione, bar, etc.), sia nel territorio nazionale sia all'estero, se concorrono al fatturato in Italia. L'importo indicato è da intendersi al netto dei ricavi derivanti dalla vendita dei "collaterali" di cui alla successiva voce 14.
6	<i>Ricavi da vendita di edizioni digitali della testata cartacea (al netto dei collaterali)</i> Ricavi derivanti dalla vendita, sia diretta sia attraverso piattaforme distributive, delle <u>edizioni digitali</u> (repliche dell'edizione cartacea), singole o in abbonamento, di testate quotidiane nel territorio nazionale e all'estero, se concorrono al fatturato in Italia. Somma automatica degli importi delle voci 7+8. Nel caso di testate pubblicate sia in edizione cartacea sia in edizione digitale, e nel caso di offerta congiunta o abbinata di prodotti editoriali digitali e cartacei, riferirsi in queste voci alla sola quota parte relativa alla <u>edizione digitale</u>; ove questo non sia possibile, il criterio da seguire nell'attribuzione dei ricavi è la prevalenza, ossia i ricavi sono da attribuire alla voce relativa all'attività prevalente.
7	- di cui copie vendute singolarmente Ricavi derivanti dalla vendita di una singola <u>edizione digitale</u> di testate quotidiane vendute sia direttamente dall'editore, sia attraverso piattaforme distributive, nel territorio nazionale e all'estero se concorrono al fatturato in Italia.
8	- di cui copie vendute in abbonamento Ricavi derivanti dalla vendita in abbonamento delle <u>edizioni digitali</u> di testate quotidiane, sia direttamente dall'editore, sia attraverso piattaforme distributive, nel territorio nazionale e all'estero, se concorrono al fatturato in Italia. Per vendita in abbonamento si intende un'offerta commerciale che prevede la possibilità di acquistare un numero di edizioni digitali di una singola testata a scelta dell'acquirente in un determinato arco temporale. La vendita in abbonamento può essere su base "temporale" (l'acquirente acquista le edizioni digitali pubblicate in un determinato periodo – es. settimanale, mensile, annuale) o "a scalare" (l'acquirente acquista un numero di crediti corrispondente a un numero di edizioni fruibili fino all'occorrenza del credito acquistato, ossia quantità specifiche).
9	<i>Ricavi da pubblicità (al netto di sconti e commissioni di agenzia) (esclusa pubblicità online)</i> Somma automatica degli importi delle voci 10+11. Valore pari alla somma degli importi delle voci 12+13

10	- <i>di cui tramite concessionaria</i> Ricavi derivanti dalla vendita - tramite concessionaria - di spazi pubblicitari sulla/e testata/e quotidiana/e pubblicata/e sia in edizione cartacea sia in edizione digitale. Sono inclusi eventuali ricavi derivanti da vendita di spazi pubblicitari a soggetti pubblici (pubblicità istituzionali). Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro <i>"Internet: Testate, Contenuti audiovisivi online (inclusi gli SMA), Pubblicità online, Motori di ricerca e Servizi di intermediazione online [IT]"</i>. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
11	- <i>di cui diretta</i> Ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari sulla/e testata/e quotidiana/e pubblicata/e sia in edizione cartacea sia in edizione digitale direttamente dalla società. Sono inclusi eventuali ricavi derivanti da vendita di spazi pubblicitari a soggetti pubblici (pubblicità istituzionali). Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro <i>"Internet: Testate, Contenuti audiovisivi online (inclusi gli SMA), Pubblicità online, Motori di ricerca e Servizi di intermediazione online [IT]"</i>.
12	<i>Ricavi da pubblicità nazionale</i> Ricavi derivanti dalla vendita - tramite concessionaria e diretta - di spazi pubblicitari a carattere nazionale sulla/e testata/e quotidiana/e edita/e o pubblicata/e sia in edizione cartacea sia in edizione digitale. Sono inclusi eventuali ricavi derivanti da vendita di spazi pubblicitari a soggetti pubblici (pubblicità istituzionali). Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro <i>"Internet: Testate, Contenuti audiovisivi online (inclusi gli SMA), Pubblicità online, Motori di ricerca e servizi di intermediazione on line [IT]"</i>. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
13	<i>Ricavi da pubblicità locale</i> Ricavi derivanti dalla vendita - tramite concessionaria e diretta - di spazi pubblicitari a carattere locale sulla/e testata/e quotidiana/e pubblicata/e sia in edizione cartacea sia in edizione digitale. Sono inclusi eventuali ricavi derivanti da vendita di spazi pubblicitari a soggetti pubblici (pubblicità istituzionali). Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro <i>"Internet: Testate, Contenuti audiovisivi online (inclusi gli SMA), Pubblicità online, Motori di ricerca e servizi di intermediazione on line [IT]"</i>. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.

14	<i>Ricavi da vendita di collaterali</i> Somma automatica degli importi delle voci 15+16
15	- <i>librari e fonografici</i> Ricavi derivanti dalla vendita di prodotti editoriali commercializzati, in allegato alla copia della/e testata/e edita/e quotidiana/e, aventi natura libraria (sia titoli autonomi che collane) e/o natura fonografica (<i>compact disc audio</i>, ...).
16	- <i>altre tipologie (video, etc.)</i> Ricavi derivanti dalla vendita di prodotti editoriali commercializzati in allegato alla copia della/e testata/e edita/e quotidiana/e, aventi natura video (DVD/<i>Blu Ray</i> cinematografici, <i>fiction</i> televisiva, documentari, etc.) e/o natura diversa da quanto indicato nella precedente voce 15.
17	<i>Ricavi da provvidenze pubbliche (contributi pubblici)</i> Somme erogate dallo Stato o da altri enti pubblici per l'esercizio dell'attività editoriale e contabilizzate all'interno dei ricavi relativi all'attività stessa.
18	<i>Ricavi da convenzioni con soggetti pubblici</i> Ricavi derivanti da accordi o contratti stipulati con soggetti pubblici per la fornitura di prodotti e/o servizi editoriali.
19	<i>Altri ricavi da attività editoriale quotidiana</i> Ricavi derivanti da altre attività di vendita di beni e/o prestazioni di servizi nel settore dell'editoria quotidiana nazionale e locale non considerati nelle voci precedenti.
20	<i>Costi totali da attività editoriale quotidiana</i> Valori coerenti con quanto indicato nel bilancio di esercizio ovvero, per i soggetti non obbligati a redigere il bilancio di esercizio, nell'omologa voce che risulti dalle altre scritture contabili). Nel caso in cui la società operi in più settori di attività, per le componenti di costo comuni/congiunte, includere la specifica quota parte.
	Concessionarie che realizzano 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 dell'e-mail) della/e concessionaria/e che realizza(no) la raccolta pubblicitaria.

Informazioni sulle testate quotidiane nazionali e locali

Per ciascuna testata edita che concorre al conseguimento dei ricavi, indicare:

- denominazione della testata;
- 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;
- numero registrazione Tribunale o iscrizione al ROC ex art.16 della legge 7 marzo 2001, n. 62;
- la modalità di offerta (ossia se la testata è pubblicata in edizione solo cartacea ovvero è pubblicata sia in edizione cartacea sia in edizione digitale);
- diffusione (nazionale, pluriregionale, regionale o locale (provinciale/comunale));
- la tipologia (se a titolo gratuito o a pagamento);
- periodicità (specificando "settimanale", "mensile" o altro);
- i numeri editi della testata nell'anno, le copie cartacee diffuse annue (inclusi gli omaggi), le copie cartacee vendute annue, le copie digitali diffuse annue (inclusi gli omaggi) e le copie digitali vendute annue.

Per "copie cartacee diffuse annue (inclusi gli omaggi)" si intende il numero delle copie del prodotto editoriale cartaceo distribuite complessivamente nell'anno in Italia e all'estero, se concorrono al fatturato in Italia, incluse le copie distribuite a titolo gratuito (coupon gratuiti, abbonamenti gratuiti, omaggi).

Per "copie cartacee vendute annue" si intende il numero di copie del prodotto editoriale cartaceo vendute complessivamente nell'anno, in Italia ed all'estero, se queste concorrono al fatturato in Italia.

Per "copie digitali diffuse annue" si intende il numero delle edizioni digitali* del prodotto editoriale cartaceo distribuite complessivamente nell'anno in Italia e all'estero, se concorrono al fatturato in Italia, incluse le copie distribuite a titolo gratuito (promozioni gratuite, omaggi).

Per "copie digitali vendute annue" si intende il numero delle edizioni digitali^(*) del prodotto editoriale cartaceo 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 o in abbinamento gratuito alla copia cartacea venduta). In caso di vendita abbinata cartaceo – digitale, allocare le copie secondo il principio di prevalenza, solo al cartaceo o solo al digitale.

(*) L'edizione digitale deve essere considerata come venduta una sola volta anche se:

- fruita più volte dallo stesso utente
- fruita anche dopo la sua data di uscita
- riprodotta più volte o ridistribuita dallo stesso utente
- fruita su più dispositivi digitali.

Editoria periodica (inclusa free press e copie digitali) – diffusione nazionale e locale [DE]

Voce	Istruzioni
21	<i>Ricavi totali Quadro DE (Valori coerenti con quanto indicato nel bilancio di esercizio ovvero, per i soggetti non obbligati a redigere il bilancio di esercizio, nell'omologa voce che risulti dalle altre scritture contabili).</i> Somma automatica degli importi delle voci 22+29+34+37+38+39.
22	<i>Ricavi da vendita di copie cartacee e digitali (al netto dei collaterali di cui alla successiva voce 34)</i> Ricavi derivanti dalla vendita di copie cartacee e dalla vendita di edizioni digitali della testata cartacea (al netto dei collaterali). Somma automatica degli importi delle voci 22A+22B+22C. Valore pari alla somma degli importi delle voci 23+26.
22A	- <i>di cui periodici settimanali</i> Ricavi derivanti dalla vendita di copie <u>cartacee e digitali</u> di testate caratterizzate da periodicità settimanale, a diffusione nazionale e locale, in abbonamento, nelle edicole e attraverso gli altri canali distributivi (es. grande distribuzione, bar, etc.), sia nel territorio nazionale sia all'estero, se concorrono al fatturato in Italia. Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di testate <i>online</i> di cui alla voce 153 del quadro <i>"Internet: Testate on line, Contenuti audiovisivi online (inclusi gli SMA), Pubblicità online, Motori di ricerca e Servizi di intermediazione on line [IT]"</i>. L'importo indicato è da intendersi al netto dei ricavi derivanti dalla vendita dei "collaterali" di cui alla successiva voce 34.
22B	- <i>di cui periodici mensili</i> Ricavi derivanti dalla vendita di copie <u>cartacee e digitali</u> di testate caratterizzate da periodicità mensile a diffusione nazionale e locale in abbonamento, nelle edicole e attraverso gli altri canali distributivi (es. grande distribuzione, bar, etc.), sia nel territorio nazionale sia all'estero, se concorrono al fatturato in Italia. Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di testate <i>online</i> di cui alla voce 153 del quadro <i>"Internet: Testate on line, Contenuti audiovisivi online (inclusi gli SMA), Pubblicità online, Motori di ricerca e Servizi di intermediazione on line [IT]"</i>. L'importo indicato è da intendersi al netto dei ricavi derivanti dalla vendita dei "collaterali" di cui alla successiva voce 34.

22C	- <i>di cui altri periodici</i> Ricavi derivanti dalla vendita di copie <u>cartacee e digitali</u> di testate caratterizzate da periodicità diversa da settimanale e mensile a diffusione nazionale e locale in abbonamento, nelle edicole e attraverso gli altri canali distributivi (es. grande distribuzione, bar, etc.), sia nel territorio nazionale sia all'estero, se concorrono al fatturato in Italia. Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di testate <i>online</i> di cui alla voce 153 del quadro "<i>Internet: Testate on line, Contenuti audiovisivi online (inclusi gli SMA), Pubblicità online, Motori di ricerca e Servizi di intermediazione on line [IT]</i>". L'importo indicato è da intendersi al netto dei ricavi derivanti dalla vendita dei "collaterali" di cui alla successiva voce 34.
23	<i>Ricavi da vendita di copie cartacee (al netto dei collaterali)</i> Ricavi derivanti dalla vendita di copie <u>cartacee</u> di testate periodiche a diffusione nazionale e locale in abbonamento, nelle edicole e attraverso gli altri canali distributivi (es. grande distribuzione, bar, etc.), sia nel territorio nazionale sia all'estero, se concorrono al fatturato in Italia. Somma automatica degli importi delle voci 24+25. Nel caso di testate pubblicate sia in edizione cartacea sia in edizione digitale, e nel caso di offerta congiunta o abbinata di prodotti editoriali digitali e cartacei, riferirsi in queste voci alla <u>sola quota parte relativa al prodotto cartaceo</u>; ove questo non sia possibile, il criterio da seguire nell'attribuzione dei ricavi è la prevalenza, ossia i ricavi sono da attribuire alla voce relativa all'attività prevalente. Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di edizioni digitali di cui alla successiva voce 26 o testate online di cui alla voce 153 del quadro "<i>Internet: Testate on line, Contenuti audiovisivi online (inclusi gli SMA), Pubblicità online, Motori di ricerca e Servizi di intermediazione on line [IT]</i>". L'importo indicato è da intendersi al netto dei ricavi derivanti dalla vendita dei "collaterali" di cui alla successiva voce 34.
24	- <i>di cui copie vendute in edicola e altri canali distributivi</i> Ricavi derivanti dalla vendita di copie <u>cartacee</u> di testate periodiche e di qualsiasi prodotto destinato alla pubblicazione o comunque alla diffusione di informazioni effettuata con ogni mezzo a carattere periodico, nelle edicole e attraverso gli altri canali distributivi (es. grande distribuzione, bar, etc.), sia nel territorio nazionale sia all'estero, se concorrono al fatturato in Italia. L'importo indicato è da intendersi al netto dei ricavi derivanti dalla vendita dei "collaterali" di cui alla successiva voce 34.
25	- <i>di cui copie vendute in abbonamento</i> Ricavi derivanti dalla vendita in abbonamento delle copie <u>cartacee</u> di testate periodiche sia nel territorio nazionale che all'estero, se concorrono al fatturato in Italia. Sono inclusi i ricavi derivanti dalla vendita <i>online</i> di abbonamenti <u>cartacei</u> inviati per corrispondenza. L'importo indicato è da intendersi al netto dei ricavi derivanti dalla vendita dei "collaterali" di cui alla successiva voce 34.

26	<i>Ricavi da vendita di edizioni digitali della testata cartacea (al netto dei collaterali)</i> Ricavi derivanti dalla vendita, sia diretta sia attraverso piattaforme distributive, delle <u>edizioni digitali</u> (repliche dell'edizione cartacea) di testate periodiche nel territorio nazionale e all'estero, se concorrono al fatturato in Italia, anche in abbonamento. Somma automatica degli importi delle voci 27+28. Nel caso di testate pubblicate sia in edizione cartacea sia in edizione digitale, e nel caso di offerta congiunta o abbinata di prodotti editoriali digitali e cartacei, riferirsi in queste voci alla <u>sola quota parte relativa alla edizione digitale</u>; ove questo non sia possibile, il criterio da seguire nell'attribuzione dei ricavi è la prevalenza, ossia i ricavi sono da attribuire alla voce relativa all'attività prevalente.
27	<i>- di cui copie vendute singolarmente</i> Ricavi derivanti dalla vendita di una copia di una singola <u>edizione digitale</u> di testate periodiche vendute sia direttamente dall'editore, sia attraverso piattaforme distributive, nel territorio nazionale e all'estero se concorrono al fatturato in Italia.
28	<i>- di cui copie vendute in abbonamento</i> Ricavi derivanti dalla vendita in abbonamento delle <u>edizioni digitali</u> di testate periodiche, sia direttamente dall'editore sia attraverso piattaforme distributive, nel territorio nazionale e all'estero se concorrono al fatturato in Italia. Per vendita in abbonamento si intende un'offerta commerciale che prevede la possibilità di acquistare un numero di copie digitali di una singola testata a scelta dell'acquirente in un determinato arco temporale. La vendita in abbonamento può essere su base "temporale" (l'acquirente acquista le edizioni digitali pubblicate in un determinato periodo – es. settimanale, mensile, annuale) o "a scalare" (l'acquirente acquista un numero di crediti corrispondente ad un numero di copie fruibili fino all'occorrenza del credito acquistato, ossia quantità specifiche).
29	<i>Ricavi da pubblicità (al netto di sconti e commissioni di agenzia) (esclusa pubblicità online)</i> Somma automatica degli importi delle voci 29A+29B+29C. Valore pari alla somma degli importi delle voci 30+31 – e pari alla somma degli importi delle voci 32+33.
29A	<i>- di cui ricavi per vendita di spazi su periodici settimanali</i> Ricavi derivanti dalla vendita tramite concessionaria e diretta di spazi pubblicitari, a carattere nazionale e locale, sulla/e testata/e caratterizzata/e da periodicità settimanale pubblicata/e <u>sia in edizione cartacea sia in edizione digitale</u>. Sono inclusi eventuali ricavi derivanti da vendita di spazi pubblicitari a soggetti pubblici (pubblicità istituzionali). Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari sulla/e testata/e edita/e <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro "Internet: Testate, Contenuti audiovisivi online (inclusi gli SMA), Pubblicità online, Motori di ricerca e servizi di intermediazione on line [IT]" Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.

29B	- di cui ricavi per vendita di spazi su periodici mensili Ricavi derivanti dalla vendita tramite concessionaria e diretta di spazi pubblicitari, a carattere nazionale e locale, sulla/e testata/e caratterizzata/e da periodicità mensile pubblicata/e <u>sia in edizione cartacea sia in edizione digitale</u>. Sono inclusi eventuali ricavi derivanti da vendita di spazi pubblicitari a soggetti pubblici (pubblicità istituzionali). Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari sulla/e testata/e edita/e online, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro “Internet: Testate, Contenuti audiovisivi online (inclusi gli SMA), Pubblicità online, Motori di ricerca e servizi di intermediazione on line [IT]” Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
29C	- di cui ricavi per vendita di spazi su altri periodici Ricavi derivanti dalla vendita tramite concessionaria e diretta di spazi pubblicitari, a carattere nazionale e locale, sulla/e testata/e caratterizzata/e da periodicità diversa da settimanale e mensile pubblicata/e <u>sia in edizione cartacea sia in edizione digitale</u>. Sono inclusi eventuali ricavi derivanti da vendita di spazi pubblicitari a soggetti pubblici (pubblicità istituzionali). Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari sulla/e testata/e edita/e online, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro “Internet: Testate, Contenuti audiovisivi online (inclusi gli SMA), Pubblicità online, Motori di ricerca e servizi di intermediazione on line [IT]” Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
30	<i>Ricavi da pubblicità tramite concessionaria</i> Ricavi derivanti dalla vendita - tramite concessionaria - di spazi pubblicitari sulla/e testata/e pubblicata/e <u>sia in edizione cartacea sia in edizione digitale</u>. Sono inclusi eventuali ricavi derivanti da vendita di spazi pubblicitari a soggetti pubblici (pubblicità istituzionali). Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari sulla/e testata/e edita/e online, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro “Internet: Testate, Contenuti audiovisivi online (inclusi gli SMA), Pubblicità online, Motori di ricerca e servizi di intermediazione on line [IT]”. Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
31	<i>Ricavi da pubblicità diretta</i> Ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari sulla/e testata/e pubblicata/e <u>sia in edizione cartacea sia in edizione digitale</u> direttamente dalla società. Sono inclusi eventuali ricavi derivanti da vendita di spazi pubblicitari a soggetti pubblici (pubblicità istituzionali). Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari sulla/e testata/e edita/e online, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro “Internet: Testate, Contenuti audiovisivi online (inclusi gli SMA), Pubblicità online, Motori di ricerca e servizi di intermediazione on line [IT]”

32	<i>Ricavi da pubblicità nazionale</i> Ricavi derivanti dalla vendita - tramite concessionaria e diretta - di spazi pubblicitari a carattere nazionale sulla/e testata/e pubblicata/e <u>sia in edizione cartacea sia in edizione digitale</u>. Sono inclusi eventuali ricavi derivanti da vendita di spazi pubblicitari a soggetti pubblici (pubblicità istituzionali). Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari sulla/e testata/e edita/e online, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro "Internet: Testate, Contenuti audiovisivi online (inclusi gli SMA), Pubblicità online, Motori di ricerca e servizi di intermediazione on line [IT]". Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
33	<i>Ricavi da pubblicità locale</i> Ricavi derivanti dalla vendita – tramite concessionaria e diretta - di spazi pubblicitari a carattere locale sulla/e testata/e pubblicata/e <u>sia in edizione cartacea sia in edizione digitale</u>. Sono inclusi eventuali ricavi derivanti da vendita di spazi pubblicitari a soggetti pubblici (pubblicità istituzionali). Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari sulla/e testata/e edita/e online, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro "Internet: Testate, Contenuti audiovisivi online (inclusi gli SMA), Pubblicità online, Motori di ricerca e servizi di intermediazione on line [IT]". Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
34	<i>Ricavi da vendita di collaterali</i> Somma automatica degli importi delle voci 35+36.
35	<i>- librari e fonografici</i> Ricavi derivanti dalla vendita di prodotti editoriali commercializzati in allegato alla copia della/e testata/e edita/e, aventi natura libraria (sia titoli autonomi che collane) e/o aventi natura fonografica (compact disc audio, etc.).
36	<i>- altre tipologie (video, etc.)</i> Ricavi derivanti dalla vendita di prodotti editoriali commercializzati in allegato alla copia della/e testata/e edita/e, aventi natura video (DVD/Blu Ray cinematografici, fiction televisiva, documentari, etc.) e/o natura diversa da quanto indicato nella precedente voce 35.
37	<i>Ricavi da provvidenze pubbliche (contributi pubblici)</i> Somme erogate dallo Stato o da altri enti pubblici per l'esercizio dell'attività editoriale e contabilizzate all'interno dei ricavi relativi all'attività stessa.
38	<i>Ricavi da convenzioni con soggetti pubblici</i> Ricavi derivanti da accordi o contratti stipulati con soggetti pubblici per la fornitura di prodotti e/o servizi editoriali.

39	<i>Altri ricavi da attività editoriale periodica</i> Ricavi derivanti da altre attività di vendita di beni e/o prestazioni di servizi nel settore dell'editoria periodica nazionale e locale non considerati nelle voci precedenti.
40	<i>Costi totali da attività editoriale periodica</i> Valori coerenti con quanto indicato nel bilancio di esercizio ovvero, per i soggetti non obbligati a redigere il bilancio di esercizio, nell'omologa voce che risulti dalle altre scritture contabili. Nel caso in cui la società operi in più settori di attività, per le componenti di costo comuni/congiunte, includere la specifica quota parte.
	Concessionarie che realizzano 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 dell'e-mail) della/e concessionaria/e che realizza(no) la raccolta pubblicitaria.

Informazioni sulle testate periodiche nazionali e locali

Per ciascuna testata edita che concorre al conseguimento dei ricavi, indicare:

- denominazione della testata;
- 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 modalità di offerta (ossia se la testata è pubblicata in edizione solo cartacea ovvero è pubblicata sia in edizione cartacea sia in edizione digitale);
- diffusione (nazionale, pluriregionale, regionale o locale (provinciale/comunale));
- la tipologia (se a titolo gratuito o a pagamento);
- periodicità (specificando "settimanale", "mensile" o altro);
- i numeri editi della testata nell'anno, la tiratura netta annua, le copie cartacee diffuse annue (inclusi gli omaggi), le copie cartacee vendute annue e le copie digitali vendute annue;

Per "tiratura netta annua" si intende il numero complessivo di copie stampate e utili per la distribuzione (al netto, quindi, degli scarti di produzione), in Italia e all'estero. La tiratura netta deve essere indicata senza arrotondamenti, con riferimento all'anno in esame.

Per "copie cartacee diffuse annue (incluse gli omaggi)" si intende il numero delle copie del prodotto editoriale cartaceo distribuite complessivamente nell'anno in Italia e all'estero, se concorrono al fatturato in Italia, incluse le copie distribuite a titolo gratuito (*coupon* gratuiti, abbonamenti gratuiti, omaggi).

Per "copie cartacee vendute annue" si intende il numero di copie del prodotto editoriale cartaceo vendute complessivamente nell'anno, in Italia ed all'estero, se queste concorrono al fatturato in Italia.

Per "copie digitali diffuse annue" si intende il numero delle edizioni digitali^(*) del prodotto editoriale cartaceo distribuite complessivamente nell'anno in Italia e all'estero, se concorrono al fatturato in Italia, incluse le copie distribuite a titolo gratuito (promozioni gratuite, omaggi).

Per "copie digitali vendute annue" si intende il numero delle edizioni digitali* del prodotto editoriale cartaceo 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 o in abbinamento gratuito alla copia cartacea venduta). In caso di vendita abbinata cartaceo – digitale allocare le copie secondo il principio di prevalenza, solo al cartaceo o solo al digitale.

^(*)L'edizione digitale deve essere considerata come venduta una sola volta anche se:

- fruita più volte dallo stesso utente
- fruita anche dopo la sua data di uscita
- riprodotta più volte o ridistribuita dallo stesso utente
- fruita su più dispositivi digitali.

Editoria annuaristica [EE]

Voce	Istruzioni
41	<i>Ricavi totali Quadro EE (Valori coerenti con quanto indicato nel bilancio di esercizio ovvero, per i soggetti non obbligati a redigere il bilancio di esercizio, nell'omologa voce che risulti dalle altre scritture contabili).</i> Somma automatica degli importi delle voci 42+43+44+45+46+47
42	<i>Ricavi da vendita di prodotti editoriali annuaristici in formato cartaceo</i> Ricavi derivanti dalla vendita (anche in abbonamento) di prodotti editoriali pubblicati con periodicità annuale, <u>in formato cartaceo</u>. Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di pubblicazioni <i>offline</i> e <i>online</i>, di cui alle successive voci 43 e 154. Nel caso di pubblicazioni ibride e nel caso di offerta congiunta di prodotti digitali e cartacei e <i>offline/online</i>, se possibile, riferirsi in questa voce alla sola quota parte relativa ai prodotti cartacei; ove questo non fosse possibile, il criterio da seguire nell'attribuzione dei ricavi è la prevalenza, ossia i ricavi sono da attribuire al quadro/voce relativo all'attività prevalente.
43	<i>Ricavi da vendita di prodotti e servizi editoriali annuaristici su supporti offline</i> Ricavi derivanti dalla vendita (anche in abbonamento), su supporti <u>offline</u> (es. CD-Rom), di prodotti e servizi editoriali pubblicati con periodicità annuale, inclusi eventuali aggiornamenti infra-annuali. Nel caso di pubblicazioni ibride e nel caso di offerta congiunta di prodotti digitali e cartacei, se possibile, riferirsi in questa voce alla sola quota parte relativa ai prodotti digitali <i>offline</i>; ove questo non fosse possibile, il criterio da seguire nell'attribuzione dei ricavi è la prevalenza, ossia i ricavi sono da attribuire al quadro relativo all'attività prevalente.
44	<i>Ricavi da pubblicità (al netto di sconti e commissioni di agenzia) (esclusa pubblicità online)</i> Ricavi derivanti dalla vendita - tramite concessionaria e diretta - di spazi pubblicitari sulla/e testata/e edita/e <u>in formato cartaceo</u> e su altri supporti <u>offline</u>. Sono esclusi i ricavi derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari sulla/e testata/e edita/e <i>online</i>, di cui alla successiva voce 163 (e seguenti) del quadro "Internet: Testate, Contenuti audiovisivi online (inclusi gli SMA), Pubblicità online, Motori di ricerca e servizi di intermediazione on line [IT]". Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.
45	<i>Ricavi da provvidenze pubbliche (contributi pubblici)</i> Somme erogate dallo Stato o da altri enti pubblici per l'esercizio dell'attività editoriale e contabilizzate all'interno dei ricavi relativi all'attività stessa.

46	<i>Ricavi da convenzioni con soggetti pubblici</i> Ricavi derivanti da accordi o contratti stipulati con soggetti pubblici per la fornitura di prodotti e/o servizi editoriali.
47	<i>Altri ricavi da attività editoriale annuaristica</i> Ricavi derivanti da altre attività di vendita di beni e/o prestazioni di servizi nel settore di editoria annuaristica non considerati nelle voci precedenti.
48	<i>Costi totali da attività editoriale annuaristica</i> Valori coerenti con quanto indicato nel bilancio di esercizio ovvero, per i soggetti non obbligati a redigere il bilancio di esercizio, nell'omologa voce che risulti dalle altre scritture contabili. Nel caso in cui la società operi in più settori di attività, per le componenti di costo comuni/congiunte, includere la specifica quota parte.
	Concessionarie che realizzano 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 dell'e-mail), della/e concessionaria/e che realizza(no) la raccolta pubblicitaria.
	Denominazione degli annuari che concorrono al conseguimento dei ricavi Per ciascun annuario edito che concorre al conseguimento dei ricavi indicare la denominazione, la modalità di offerta (ossia se la testata è pubblicata in edizione solo cartacea ovvero è pubblicata sia in edizione cartacea sia in edizione digitale), la diffusione (nazionale, pluriregionale, regionale o locale (provinciale/comunale), la tipologia (se è a titolo gratuito o a pagamento).

Agenzie di stampa a carattere nazionale [GE]

Voce	Istruzioni
49	<i>Ricavi totali Quadro GE (Valori coerenti con quanto indicato nel bilancio di esercizio ovvero, per i soggetti non obbligati a redigere il bilancio di esercizio, nell'omologa voce che risulti dalle altre scritture contabili).</i> Somma automatica degli importi delle voci 50+53+54
50	<i>Ricavi da vendita di servizi e notiziari</i> Somma automatica degli importi delle voci 51+52
51	<i>- di cui da vendita ad altri operatori della comunicazione (editori, emittenti, etc.)</i> Ricavi derivanti dalla vendita, in abbonamento o con altra modalità, di notiziari ed altre tipologie di servizi informativi <u>ad altri operatori della comunicazione</u> (editori, emittenti, ...).
52	<i>- di cui da vendita agli utenti (consumatori, PA, imprese...)</i> Ricavi derivanti dalla vendita, in abbonamento o con altra modalità, di notiziari ed altre tipologie di servizi informativi <u>agli utenti</u> (consumatori, PA, imprese, etc.).
53	<i>Ricavi da provvidenze pubbliche (contributi pubblici/convenzioni con soggetti pubblici)</i> Somme erogate dallo Stato o da altri enti pubblici per l'esercizio dell'attività editoriale e contabilizzate all'interno dei ricavi relativi all'attività stessa/ricavi derivanti da accordi o contratti stipulati con soggetti pubblici per la fornitura di prodotti e/o servizi editoriali.
54	<i>Altri ricavi da attività di agenzia di stampa</i> Ricavi derivanti da altre attività di vendita di beni e/o prestazioni di servizi nel settore di agenzia di stampa non considerati nelle voci precedenti.
55	<i>Costi totali da attività di agenzia di stampa</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 che risulti dalle altre scritture contabili. Nel caso in cui la società operi in più settori di attività, per le componenti di costo comuni/congiunte, includere la specifica quota parte.