

ISTRUZIONI PER LA COMPILAZIONE DEL QUADRO DEL SETTORE INTERNET

Internet: Testate, Contenuti audiovisivi (inclusi gli SMA) e Pubblicità *online* [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 derivanti da offerte a pagamento di testate, contenuti audiovisivi e pubblicità *online* sono da inserire nel 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 offerte a pagamento di prodotti e servizi <i>online</i> (testate e contenuti audiovisivi) - A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (Smartphone/Tablet)</p> <p>Somma automatica degli importi delle voci 156_01+156_02+156_03</p>
156_01	<p>Ricavi da vendita di abbonamenti a testate <i>online</i> - A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (Smartphone/Tablet)</p> <p>Ricavi derivanti dalla vendita in abbonamento di testate, assimilabili ai quotidiani e periodici, disponibili e fruibili solamente <i>online</i>, sia attraverso dispositivi fissi che mobili.</p> <p>Sono esclusi i ricavi derivanti dalle edizioni digitali delle testate cartacee, da inserire alle specifiche voci dei quadri "Editoria quotidiana" ed "Editoria periodica".</p> <p>Per "testata <i>online</i>" si intende un prodotto editoriale online che non ha una edizione cartacea. Sono inclusi in questa voce, a mero titolo esemplificativo: le testate elettroniche registrate in forma di sito, <i>newsletter</i>, <i>app</i> e prodotti e servizi specifici per dispositivi 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 le informazioni su ciascuna testata <i>online</i> nella relativa tabella.</p>

156_02	<p>Ricavi da offerte a pagamento di contenuti audiovisivi <i>online</i> - A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (Smartphone/Tablet)</p> <p>Somma automatica degli importi delle voci 156_02_01+156_02_02</p>
156_02_01	<p>Di cui da abbonamenti</p> <p>Ricavi da abbonamento, dietro il pagamento di un canone periodico, per la fruizione da parte dell'utente finale, di contenuti audiovisivi <i>online</i>, sia attraverso dispositivi fissi che mobili.</p> <p>Nel caso di offerte diffuse su più piattaforme attribuire i ricavi pro quota e, ove non fosse possibile, alla modalità prevalente.</p>
156_02_02	<p>Di cui da vendita / noleggio (EST, T-VOD)</p> <p>Ricavi derivanti dalla vendita e dal noleggio (EST, T-VOD) all'utente finale di contenuti audiovisivi <i>online</i>, sia attraverso dispositivi fissi che mobili.</p>
156_03	<p>Ricavi da vendita di prodotti e servizi editoriali annuaristici <i>online</i> - A Fisso (inclusa Smart TV), B Mobile (Smartphone/Tablet)</p> <p>Ricavi derivanti dalla vendita, anche in abbonamento, <i>online</i> (sia attraverso dispositivi fissi che mobili) di prodotti e servizi editoriali pubblicati con periodicità annuale, inclusi eventuali aggiornamenti infra-annuali,...</p> <p>Nel caso di pubblicazioni ibride e di offerte congiunte (<i>cartaceo/offline e online</i>), se possibile, riferirsi in questa voce alla sola quota parte relativa ai prodotti <i>online</i>; ove questo non fosse possibile, 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>L'importo è da intendersi al netto di eventuali aggi corrisposti ai rivenditori.</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/directorries</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/directorries – 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), l’eventuale indicazione della frequenza almeno quotidiana di aggiornamento e il numero di giorni di abbonamento nell’anno alla testata <i>online</i>, nel caso sia a pagamento.</p> <p>Per “numero di giorni di abbonamento nell’anno alla testata <i>online</i>” si intende il numero complessivo di giorni corrispondenti agli abbonamenti a ciascuna testata acquistati dagli utenti finali, in Italia ed all’estero, se questi concorrono al fatturato in Italia. Si indichino soltanto i giorni relativi alle offerte a pagamento (ad esclusione quindi di quanto diffuso a titolo gratuito e offerto a scopo promozionale).</p>

Raccolta pubblicitaria online per soggetti terzi

168	<p>Ricavi da pubblicità online 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/directorries – 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>