

## ISTRUZIONI PER LA COMPILAZIONE DEL QUADRO “CONCESSIONARIE DI PUBBLICITÀ”

Voce	Istruzioni
	<b>Ricavi lordi derivanti dalla raccolta pubblicitaria</b>
<b>100</b>	<p><b><i>Ricavi lordi derivanti da raccolta pubblicitaria nel settore:</i></b> (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>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p> <p><b>Somma automatica degli importi delle voci da 101 a 117</b></p>
<b>101</b>	<p>- <i>dell'editoria quotidiana (inclusa free press) - pubblicità nazionale</i></p> <p>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).</p> <p>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 168 (e seguenti) del quadro Internet.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
<b>102</b>	<p>- <i>dell'editoria quotidiana (inclusa free press) - pubblicità locale</i></p> <p>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).</p> <p>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 168 (e seguenti) del quadro Internet.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
<b>103</b>	<p>- <i>dell'editoria periodica (inclusa free press) - pubblicità nazionale</i></p> <p>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).</p> <p>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 168 (e seguenti) del quadro Internet.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
<b>104</b>	<p>- <i>dell'editoria periodica (inclusa free press) - pubblicità locale</i></p> <p>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).</p> <p>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 168 (e seguenti) del quadro Internet.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>

105	<p>- <i>dell'editoria annuaristica – pubblicità nazionale</i></p> <p>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.</p> <p>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 168 (e seguenti) del quadro Internet.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
106	<p>- <i>dell'editoria annuaristica – pubblicità locale</i></p> <p>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.</p> <p>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 168 (e seguenti) del quadro Internet.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
107	<p>- <i>della televisione gratuita - pubblicità nazionale</i></p> <p>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 <i>gratuitamente</i> da emittenti televisive.</p> <p>Sono inclusi i ricavi relativi alle telepromozioni, alle televendite, alle sponsorizzazioni ed al <i>product placement</i>.</p> <p>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 168 (e seguenti) del quadro Internet.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p> <p><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.</p> <p><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.</p> <p><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.</p> <p><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.</p>
108	<p>- <i>della televisione gratuita - pubblicità locale</i></p> <p>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 <i>gratuitamente</i> da emittenti televisive.</p>

	<p>Sono inclusi i ricavi relativi alle telepromozioni, alle televendite, alle sponsorizzazioni ed al <i>product placement</i>. <b>[Cfr. descrizione di cui alla voce 107]</b></p> <p>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 168 (e seguenti) del quadro Internet.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
109	<p>- <i>della televisione a pagamento – pubblicità nazionale</i></p> <p>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 <i>a pagamento</i>.</p> <p>Sono inclusi i ricavi relativi alle telepromozioni, alle televendite, alle sponsorizzazioni ed al <i>product placement</i>. <b>[Cfr. descrizione di cui alla voce 107]</b></p> <p>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 168 (e seguenti) del quadro Internet.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
110	<p>- <i>della televisione a pagamento – pubblicità locale</i></p> <p>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 <i>a pagamento</i>.</p> <p>Sono inclusi i ricavi relativi alle telepromozioni, alle televendite, alle sponsorizzazioni ed al <i>product placement</i>. <b>[Cfr. descrizione di cui alla voce 107]</b></p> <p>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 168 (e seguenti) del quadro Internet.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
111	<p>- <i>della radio – pubblicità nazionale</i></p> <p>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.</p> <p>Sono inclusi i ricavi relativi alle radiopromozioni, alle radiovendite ed 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 107.</p> <p>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 168 (e seguenti) del quadro Internet.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
112	<p>- <i>della radio – pubblicità locale</i></p> <p>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.</p> <p>Sono inclusi i ricavi relativi alle radiopromozioni, alle radiovendite ed 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 107.</p>

	<p>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 168 (e seguenti) del quadro Internet.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
<b>113</b>	<p>- <i>delle sale cinematografiche (incluso il product placement)</i></p> <p>Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari nelle sale cinematografiche.</p> <p>Sono inclusi i ricavi relativi al <i>product placement</i>.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
<b>114</b>	<p>- <i>della pubblicità esterna</i></p> <p>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...</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
<b>115</b>	<p>- <i>delle sponsorizzazioni (escluse TV, Radio)</i></p> <p>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.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
<b>116</b>	<p>- <i>da attività di diffusione del prodotto realizzata al punto di vendita con esclusione di azioni sui prezzi</i></p> <p>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).</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
<b>117</b>	<p>- <i>di "altri" settori</i></p> <p>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.</p> <p>Gli importi sono da intendersi al netto di sconti e commissioni di agenzia.</p>
	<p><b>Ricavi retrocessi ai proprietari dei mezzi</b></p>
<b>118</b>	<p><b><i>Ricavi retrocessi ai proprietari dei mezzi</i></b></p> <p>Quota di ricavi spettante (in quanto corrisposti o riconosciuti) ai proprietari dei mezzi terzi ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali di cui alla voce 100, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari sui mezzi indicati nelle voci successive.</p> <p>Tale quota comprende anche importi eventualmente contabilizzati tra i costi ai fini della redazione del bilancio di esercizio.</p>

	<b>Somma automatica degli importi delle voci da 119 a 135</b>
<b>119</b>	- <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 101, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale su testate quotidiane (incluse le testate quotidiane diffuse gratuitamente).
<b>120</b>	- <i>dell'editoria quotidiana (inclusa free press) - pubblicità locale</i> Quota di ricavi spettante agli editori terzi ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 102, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale su testate quotidiane (incluse le testate quotidiane diffuse gratuitamente).
<b>121</b>	- <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 103, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale su testate periodiche (incluse le testate periodiche diffuse gratuitamente).
<b>122</b>	- <i>dell'editoria periodica (inclusa la free press) - pubblicità locale</i> Quota di ricavi spettante agli editori terzi ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 104, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale su testate periodiche (incluse le testate periodiche diffuse gratuitamente).
<b>123</b>	- <i>dell'editoria annuaristica – pubblicità nazionale</i> Quota di ricavi spettante agli editori terzi ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 105, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale su prodotti editoriali, pubblicati con periodicità annuale.
<b>124</b>	- <i>dell'editoria annuaristica – pubblicità locale</i> Quota di ricavi spettante agli editori terzi ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 106, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale su prodotti editoriali, pubblicati con periodicità annuale.
<b>125</b>	- <i>della televisione gratuita – pubblicità nazionale</i> Quota di ricavi spettante alle emittenti televisive terze ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 107, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale all'interno di canali/programmi trasmessi <u>gratuitamente</u> da emittenti televisive.
<b>126</b>	- <i>della televisione gratuita – pubblicità locale</i> Quota di ricavi spettante alle emittenti televisive terze ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 108, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale all'interno di canali/programmi trasmessi <u>gratuitamente</u> da emittenti televisive.
<b>127</b>	- <i>della televisione a pagamento – pubblicità nazionale</i> Quota di ricavi spettante alle emittenti televisive terze ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 109, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale all'interno di canali/programmi televisivi <u>a pagamento</u> .
<b>128</b>	- <i>della televisione a pagamento – pubblicità locale</i>

	Quota di ricavi spettante alle emittenti televisive terze ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 110, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale all'interno di canali/programmi televisivi <u>a pagamento</u> .
<b>129</b>	- <i>della radio – pubblicità nazionale</i> Quota di ricavi spettante alle emittenti radiofoniche terze ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 111, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere nazionale all'interno di canali/programmi radiofonici.
<b>130</b>	- <i>della radio – pubblicità locale</i> Quota di ricavi spettante alle emittenti radiofoniche terze ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 112, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari a carattere locale all'interno di canali/programmi radiofonici.
<b>131</b>	- <i>delle sale cinematografiche (incluso il product placement)</i> Quota di ricavi spettante agli esercenti cinematografici terzi ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 113, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari nelle sale cinematografiche.
<b>132</b>	- <i>della pubblicità esterna</i> Quota di ricavi spettante ai proprietari dei mezzi terzi ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 114, 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...
<b>133</b>	- <i>delle sponsorizzazioni (escluse TV, Radio)</i> Quota di ricavi spettante ai proprietari dei mezzi terzi ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 115, 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.
<b>134</b>	- <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 ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 116, 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).
<b>135</b>	- <i>di "altri" settori (esclusa pubblicità online)</i> Quota di ricavi spettante ai proprietari dei mezzi terzi ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 117, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari su mezzi diversi da quelli indicati nelle voci precedenti.
<b>154</b>	<b>Costi totali derivanti dalla attività di Concessionaria</b> <i>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.</i> Costi della produzione derivanti dall'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari.

	<p>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.).</p> <p>Non è da considerare in questa voce quanto retrocesso ai proprietari dei mezzi.</p>
	<p><i>Società per le quali viene realizzata la raccolta pubblicitaria</i></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) delle società per le quali viene realizzata la raccolta pubblicitaria.</p>