

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

Voce	Istruzioni
	<b>Ricavi lordi derivanti dalla raccolta pubblicitaria</b>
<b>1</b>	<b>Somma automatica degli importi delle voci 2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13-14-15-16</b>
<b>2</b>	<p>Ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari su testate quotidiane <u>cartacee</u> a diffusione nazionale.</p> <p>Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari su testate quotidiane nazionali <i>on line</i>.</p>
<b>3</b>	<p>Ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari su testate quotidiane <u>cartacee</u> a diffusione locale.</p> <p>Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari su testate quotidiane locali <i>on line</i>.</p>
<b>4</b>	<p>Ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari su testate quotidiane distribuite gratuitamente, <u>in formato cartaceo</u>.</p> <p>Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari sulle testate <i>on line</i>.</p>
<b>5</b>	<p>Ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari su testate periodiche <u>cartacee</u>.</p> <p>Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari su testate periodiche <i>on line</i>.</p>
<b>6</b>	<p>Ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari su prodotti editoriali, pubblicati con periodicità annuale, in <u>formato cartaceo</u> o su altri <u>supporti off line</u>.</p> <p>Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari su prodotti editoriali annuaristici <i>on line</i>.</p>
<b>7</b>	<p>Ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari sui siti <i>web</i> (compresi quelli di testate quotidiane e periodiche, delle agenzie di stampa, delle emittenti televisive e radiofoniche).</p>

8	<p>Ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari <i>off line</i> per le agenzie di stampa.</p> <p>Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari <i>on line</i> per le agenzie di stampa.</p>
9	<p>Ricavi realizzati attraverso l’incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari all’interno di canali/programmi trasmessi <u>gratuitamente</u> da emittenti televisive <u>nazionali</u><sup>1</sup>, su qualsiasi piattaforma.</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 sui siti <i>web</i>.</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, sia analogica che digitale, 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 a un prodotto, a un servizio o a un</p>

---

<sup>1</sup> Secondo l’art. 2, comma 1, lettere u) e z), del Testo Unico dei Servizi di Media Audiovisivi e Radiofonici (TUSMAR), sono da intendersi:

- per “ambito nazionale” (lett. u), l’esercizio dell’attività di radiodiffusione televisiva non limitata all’ambito locale;
- per “ambito locale” (lett. z), l’esercizio dell’attività di radiodiffusione televisiva in uno o più bacini, comunque non superiori a dieci, anche non limitrofi, purché con copertura inferiore al 50 per cento della popolazione nazionale; l’ambito è denominato “regionale” o “provinciale” quando il bacino di esercizio dell’attività di radiodiffusione televisiva è unico e ricade nel territorio di una sola regione o di una sola provincia, e l’emittente, anche analogica, non trasmette in altri bacini; l’espressione “ambito locale televisivo» riportata senza specificazioni si intende riferita anche alle trasmissioni in ambito regionale o provinciale.

	marchio così che appaia all'interno di un programma dietro pagamento o altro compenso.
<b>10</b>	<p>Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari all'interno di canali/programmi trasmessi <i>gratuitamente</i> da emittenti televisive <i>locali</i><sup>1</sup>, su qualsiasi piattaforma.</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 9]</b></p> <p>Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari sui siti <i>web</i>.</p>
<b>11</b>	<p>Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari all'interno di canali/programmi televisivi <i>a pagamento</i>, su qualsiasi piattaforma.</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 9]</b></p> <p>Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari sui siti <i>web</i>.</p>
<b>12</b>	<p>Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari all'interno di canali/programmi trasmessi da emittenti radiofoniche <i>nazionali</i><sup>2</sup>, su qualsiasi piattaforma.</p> <p>Sono inclusi i ricavi relativi alle radiovendite ed alle sponsorizzazioni. Alle radiovendite e alle sponsorizzazioni svolte a mezzo della radiodiffusione sonora si applicano, per analogia, le definizioni di cui alla voce 9.</p> <p>Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari sui siti <i>web</i>.</p>
<b>13</b>	<p>Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari all'interno di canali/programmi trasmessi da emittenti radiofoniche <i>locali</i><sup>2</sup>, su qualsiasi piattaforma.</p> <p>Sono inclusi i ricavi relativi alle radiovendite ed alle sponsorizzazioni. Alle radiovendite e alle sponsorizzazioni svolte a mezzo della radiodiffusione sonora si applicano, per analogia, le definizioni di cui alla voce 9.</p>

<sup>2</sup> Secondo l'art. 2, comma 1, lettere u) e v), del Testo Unico dei Servizi di Media Audiovisivi e Radiofonici (TUSMAR), sono da intendersi:

- per "ambito nazionale" (lett. u), l'esercizio dell'attività di radiodiffusione sonora non limitata all'ambito locale;
- per "ambito locale" (lett. v), l'esercizio dell'attività di radiodiffusione sonora, con irradiazione del segnale fino a una copertura massima di quindici milioni di abitanti.

	Sono esclusi i ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari sui siti <i>web</i> .
<b>14</b>	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> .
<b>15</b>	Ricavi realizzati attraverso l'incarico di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari su impianti di affissione esterna.
<b>16</b>	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.
	<b>Ricavi retrocessi ai proprietari dei mezzi</b>
<b>17</b>	<b>Somma automatica degli importi delle voci 18-19-20-21-22-23-24-25-26-27-28-29-30-31-32</b>
<b>18</b>	Quota di ricavi spettante agli editori ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 2, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari su testate quotidiane <u>cartacee</u> a diffusione nazionale.
<b>19</b>	Quota di ricavi spettante agli editori ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 3, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari su testate quotidiane <u>cartacee</u> a diffusione locale.
<b>20</b>	Quota di ricavi spettante agli editori ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 4, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari su testate quotidiane distribuite gratuitamente, <u>in formato cartaceo</u> .
<b>21</b>	Quota di ricavi spettante agli editori ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 5, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari su testate periodiche <u>cartacee</u> .
<b>22</b>	Quota di ricavi spettante agli editori ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 6, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari su prodotti editoriali, pubblicati con periodicità annuale, in <u>formato cartaceo</u> o su altri <u>supporti off line</u> .
<b>23</b>	Quota di ricavi spettante ai proprietari dei siti <i>web</i> (compresi gli editori e le emittenti) ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 7, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari su internet.
<b>24</b>	Quota di ricavi spettante agli editori ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 8, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari per le agenzie di stampa.
<b>25</b>	Quota di ricavi spettante alle emittenti televisive ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 9, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari all'interno di canali/programmi trasmessi <u>gratuitamente</u> da emittenti televisive <u>nazionali</u> , su qualsiasi piattaforma.
<b>26</b>	Quota di ricavi spettante alle emittenti televisive ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla

	voce 10, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari all'interno di canali/programmi trasmessi <u>gratuitamente</u> da emittenti televisive <u>locali</u> , su qualsiasi piattaforma.
27	Quota di ricavi spettante ai proprietari dei siti <i>web</i> ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 11, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari all'interno di canali/programmi televisivi <u>a pagamento</u> , su qualsiasi piattaforma.
28	Quota di ricavi spettante alle emittenti radiofoniche ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 12, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari all'interno di canali/programmi radiofonici <u>nazionali</u> , su qualsiasi piattaforma.
29	Quota di ricavi spettante alle emittenti radiofoniche ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 13, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari all'interno di canali/programmi radiofonici <u>locali</u> , su qualsiasi piattaforma.
30	Quota di ricavi spettante agli esercenti cinematografici ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 14, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari nelle sale cinematografiche.
31	Quota di ricavi spettante ai proprietari degli impianti di affissione esterna ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 15, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari.
32	Quota di ricavi spettante ai proprietari dei mezzi ed agli eventuali sub concedenti sui ricavi totali, di cui alla voce 16, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari su mezzi diversi da quelli indicati nelle voci precedenti.
	<b>Ricavi netti (differenza tra ricavi lordi e ricavi retrocessi)</b>
33	<b>Somma automatica degli importi delle voci 34-35-36-37-38-39-40-41-42-43-44-45-46-47-48</b>
34	Differenza automatica degli importi delle voci 2-18
35	Differenza automatica degli importi delle voci 3-19
36	Differenza automatica degli importi delle voci 4-20
37	Differenza automatica degli importi delle voci 5-21
38	Differenza automatica degli importi delle voci 6-22
39	Differenza automatica degli importi delle voci 7-23
40	Differenza automatica degli importi delle voci 8-24
41	Differenza automatica degli importi delle voci 9-25
42	Differenza automatica degli importi delle voci 10-26
43	Differenza automatica degli importi delle voci 11-27

<b>44</b>	Differenza automatica degli importi delle voci 12-28
<b>45</b>	Differenza automatica degli importi delle voci 13-29
<b>46</b>	Differenza automatica degli importi delle voci 14-30
<b>47</b>	Differenza automatica degli importi delle voci 15-31
<b>48</b>	Differenza automatica degli importi delle voci 16-32
	Indicare la denominazione ed il codice fiscale delle società per le quali viene realizzata la raccolta pubblicitaria.