

REGOLAMENTO AGGIUNTIVO PER L'ESECUZIONE DEGLI ACCERTAMENTI ADS PER LE EDIZIONI DIGITALI A PARTIRE DALL'ACCERTAMENTO 2015

ART.1 È PREMESSA

Il presente Regolamento aggiuntivo, in conformità a quanto previsto dallo Statuto Sociale di ADS Accertamenti Diffusione Stampa Srl, in via breve ADS, stabilisce le norme e le condizioni per la commissione alla certificazione e per l'esecuzione degli accertamenti e dei controlli sui dati di diffusione e di vendita delle edizioni digitali di testate quotidiane e periodiche pubblicate in Italia che hanno richiesto l'accertamento ADS.

ART.2 È DEFINIZIONI

Ai fini degli accertamenti e dei conseguenti controlli vengono fissate le seguenti definizioni:

2.1 Edizione digitale

Per edizione digitale si intende una replica esatta e non riformattata dell'edizione cartacea in tutte le sue pagine, pubblicità inclusa, fruibile su diversi dispositivi digitali e distribuita elettronicamente come unità inscindibile ed esclusiva.

L'edizione digitale può beneficiare delle funzionalità tecnologiche proprie del mezzo quali ad esempio lo sfoglio, l'indicizzazione dei contenuti, l'ingrandimento dei testi e delle immagini, i link rivolti all'esterno. L'edizione digitale può inoltre fruire di contenuti multimediali correlati a quelli dell'edizione cartacea quali ad esempio gallerie fotografiche, filmati, podcast.

L'edizione digitale è quindi costituita dall'edizione "replica", dalle funzionalità e dai contenuti aggiuntivi ed è accertata nel suo complesso come unità inscindibile.

Nessun contenuto redazionale o pubblicitario presente nell'edizione cartacea può essere omesso o variato nell'edizione digitale mentre è consentita l'introduzione di posizioni pubblicitarie specifiche del mezzo.

Solamente qualora un inserzionista pubblicitario richiedesse all'editore l'eliminazione o la sostituzione dall'edizione digitale di una o più inserzioni presenti nell'edizione cartacea, ne sarà consentita l'equivalente sostituzione nella versione digitale con inserzioni di identico formato e posizionamento.

Ogni altra sostituzione delle pagine e dei contenuti è espressamente esclusa.

2.2 Edizione cartacea o testata

Per edizione cartacea o Testata come definita dall'art.2.1 del Regolamento ADS, si intende qualsiasi prodotto editoriale a stampa, quotidiano o periodico, pubblicato in Italia, che risponda ai requisiti di legge e che abbia un prezzo di vendita praticato al pubblico.

2.3. Prezzo di vendita dell'edizione cartacea

Per prezzo di vendita dell'edizione cartacea si intende il prezzo di vendita al pubblico in Italia, come comunicato ad ADS nella scheda dei dati informativi della testata, stampato sulla testata dell'edizione cartacea maggiormente diffusa, al lordo di eventuali riduzioni promozionali anche relative a pocket, cut price, abbinamenti, ecc. e al netto di eventuali maggiorazioni per effetto di abbinamenti, gadget ecc. Come previsto dal Regolamento ADS, nel caso in cui siano intervenute variazioni rispetto ai dati precedentemente comunicati, l'editore deve inviare una nuova scheda dei dati informativi+ trasmettendo copia ai Revisori scelti per la verifica interna.

2.4 Acquirente

Per acquirente si intende il soggetto intestatario della transazione economica effettuata per l'acquisto di una o più edizioni digitali. L'acquirente deve essere identificabile attraverso la relativa anagrafica nel caso di acquisti effettuati direttamente presso l'editore, attraverso codice univoco o codifiche disponibili nel caso di acquisti effettuati attraverso intermediari.

2.5 Vendita copie digitali

Per vendita copie digitali si intende il totale delle copie di un'edizione digitale vendute ad un prezzo qualificante pari almeno al 30% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea. Rientrano in questa tipologia:

2.5.1 Vendita di edizione singola

Per vendita di edizione singola si intende la vendita di una copia di una singola edizione del prodotto.

2.5.2 Vendita in abbonamento

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:

abbonamento temporale: l'acquirente acquista le edizioni digitali pubblicate in un determinato periodo.

Abbonamento a scalare: l'acquirente acquista un numero di crediti corrispondente ad un numero di copie fruibili fino all'occorrenza del credito acquistato.

Ai fini della dichiarazione, il numero di crediti acquisiti deve essere per convenzione dichiarato nell'arco temporale corrispondente a partire dall'acquisto: ad esempio i 30 crediti acquistati per un quotidiano si attribuiranno a ciascuna delle prime 30 uscite dalla data di acquisto. I 10 crediti di un settimanale verranno attribuiti uno per

ciascuna delle 10 uscite settimanali a partire dalla data di acquisto così come i 10 crediti di un mensile verranno attribuiti uno per ciascuna delle 10 uscite mensili a partire dalla data di acquisto.

In alternativa l'editore potrà attribuire la vendita delle copie alla competenza effettiva.

Nel caso di abbonamenti a scalare multi testata i crediti dovranno essere attribuiti alle testate effettivamente fruita.

Le tipologie di vendita sopra descritte fanno riferimento ad una unica testata digitale, alla vendita congiunta dell'edizione digitale di più testate, alla vendita congiunta dell'edizione digitale di una testata con l'edizione cartacea di un'altra testata, alla vendita congiunta dell'edizione digitale di una testata e di altri beni o servizi.

Nel caso di vendita congiunta dell'edizione digitale di più testate, l'offerta commerciale dovrà riportare chiaramente le testate abbinate e la traccia contabile dovrà garantire il rispetto del prezzo qualificante per singola testata venduta.

2.6 Vendite abbinate

Si intende il totale delle copie dell'edizione digitale vendute in abbinamento con l'edizione cartacea della stessa testata ad un prezzo non inferiore al 50% del prezzo dell'edizione cartacea corrispondente.

2.7 Vendite multiple

Per vendite multiple si intende un'offerta commerciale che prevede a fronte di una unica transazione economica la messa a disposizione di un numero di utenze individuabili pari agli abbonamenti o alle copie acquistate. Il prezzo di vendita di ciascuna copia digitale deve essere almeno pari al 30% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea. Sono certificabili esclusivamente le copie corrispondenti ad utenze attivate verificabili.

Per utenze attivate verificabili si intendono solo ed esclusivamente le singole utenze finali attivate e verificate dalla Società di Revisione nell'ambito di un contratto di vendita multipla sottoscritto da un unico acquirente.

2.8 Totale vendite

Per totale vendite si intende la somma della totale pagata (colonna 10 prospetto di pubblicazione), della colonna vendita copie digitali e della colonna vendite multiple.

2.9 Totale diffusione (cartacea + digitale)

Per totale diffusione si intende la somma della diffusione cartacea (colonna 2 prospetto dati pubblicati) e delle colonne relative alle copie digitali.

ART. 3 - REQUISITI E CONDIZIONI DI AMMISSIONE

L'editore può richiedere l'accertamento dell'edizione digitale di una testata la cui corrispondente edizione cartacea sia già ammessa agli accertamenti ADS.

Nel caso di una testata che si sottopone ad accertamento per la prima volta, può essere presentata contestualmente richiesta di accertamento per l'edizione cartacea e per l'edizione digitale corrispondente.

Per le testate per le quali sia stato già regolarmente richiesto per la prima volta l'accertamento ADS, può essere richiesto anche l'accertamento dell'edizione digitale.

Sono oggetto di certificazione ADS esclusivamente le copie digitali pagate, il cui prezzo corrisposto dall'acquirente, al lordo dell'IVA e delle commissioni di intermediazione, sia almeno pari al 30% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea.

Per le vendite abbinate tale soglia è almeno pari al 50% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea.

Ai fini dell'accertamento, l'edizione digitale deve essere disponibile per l'utente almeno nel periodo di vendita della copia cartacea attraverso i canali previsti dalle disposizioni di legge.

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.

Ogni vendita deve essere individuabile in base al prezzo pagato e al periodo di acquisto.

L'editore è tenuto a conservare ed esibire la relativa documentazione comprovante l'acquisto stesso.

Ai fini del calcolo del prezzo qualificante per copia venduta deve essere considerato il prezzo di vendita della copia cartacea indicato sulla scheda informativa della testata in vigore al momento della sottoscrizione dell'offerta da parte del cliente finale.

Le vendite multiple possono essere accertate a condizione che: siano pagate rispettando la soglia di sconto massimo prevista, sia individuabile l'acquirente, le utenze siano attivate e verificabili, le copie non vengano acquistate da aziende o società facenti parte del Gruppo societario al quale appartiene la pubblicazione venduta, il requisito di prezzo sia rispettato al netto di eventuali compensi fatturati dall'intermediario all'editore o dal soggetto giuridico acquirente all'editore per attività promozionali correlate alla vendita delle copie multiple stesse.

ART. 4 - RICHIESTA DI ACCERTAMENTO

Per le testate al primo accertamento l'editore comunica ad ADS, anche per posta elettronica, l'edizione digitale della testata che intende sottoporre ad accertamento; allega copia cartacea e digitale e dichiara che la copia digitale è copia replica dell'edizione cartacea.

Provvede quindi alla restituzione dell'allegato al contratto relativo alle copie digitali.

Per gli accertamenti successivi al primo l'editore trasmette la scheda informativa completa delle informazioni relative alle copie digitali prevista dal Regolamento ADS e l'allegato relativo alle copie digitali.

L'editore dichiarerà sotto la propria responsabilità che l'edizione digitale risponde ai requisiti richiesti dal regolamento e comunicherà alla Segreteria ADS eventuali nuove caratteristiche non regolamentate dell'edizione digitale, affinché vengano sottoposte al vaglio della Commissione Lavori.

L'editore ha la facoltà di chiedere alla Commissione Lavori un parere preventivo in merito all'edizione digitale che intende sottoporre ad accertamento o in merito ad eventuali variazioni che ritiene di apportare al prodotto stesso.

ART. 5 - OBBLIGHI DELL'EDITORE

L'editore che sottopone ad accertamento l'edizione digitale di una propria testata si impegna ad accettare integralmente e senza riserve, per ogni periodo sottoposto ad accertamento, le norme e le condizioni contenute nel presente Regolamento aggiuntivo, nonché le norme sulle procedure di accertamento che ne possono derivare.

In particolare, per ciascuna testata, l'editore è tenuto a:

- inviare formale richiesta di accertamento ad ADS;
- restituire copia sottoscritta dell'allegato in merito alle copie digitali nonché Contratto e scheda dei dati informativi come previsto dal Regolamento ADS;
- trasmettere al più presto e comunque entro i termini stabiliti all'art.6 del Regolamento ADS i moduli di dichiarazione secondo le modalità stabilite da ADS;
- comunicare che la società incaricata per la verifica interna corrisponde a quella incaricata per la verifica dell'edizione cartacea;
- attenersi per quanto non espressamente richiamato a quanto previsto all'articolo 5 del Regolamento ADS.

L'editore dovrà consentire ad ADS l'accesso ai dati e ai documenti utili ai fini della verifica in qualsiasi momento nel corso dell'accertamento richiesto.

Il Consiglio di Amministrazione ADS si riserva quindi la possibilità di effettuare in qualsiasi momento controlli sulla rispondenza delle dichiarazioni alle norme del Regolamento stesso.

ART. 6 - DICHIARAZIONI DELL'EDITORE

L'editore è tenuto a fornire ad ADS la dichiarazione dei dati per ciascuna testata per la quale ha richiesto l'accertamento. A tale scopo deve produrre le dichiarazioni utilizzando il sistema di gestione dei dati ADS Spring e tenuto conto delle definizioni contenute nel presente Regolamento aggiuntivo.

ART. 7 - VERIFICHE

La Commissione Lavori ha la facoltà di verificare e di valutare in qualsiasi momento l' idoneità all'accertamento di un prodotto digitale e quindi se eventuali arricchimenti multimediali dei contenuti redazionali e pubblicitari siano rispondenti ai requisiti di accertabilità della copia digitale intesa come copia replica. Altresì la Commissione Lavori ha la facoltà di verificare nel merito i casi in cui l'edizione digitale si discosti dall'edizione cartacea in termini di contenuti redazionali e pubblicitari come indicato al precedente punto 2.1.

Nel caso un'edizione digitale non risponda ai requisiti di copia replica verrà chiesto all'editore di uniformarsi alla definizione in vigore, diversamente la testata verrà esclusa dall'accertamento relativo all'edizione digitale.

A partire dall'accertamento 2015 anche per le copie digitali sono previsti:

- a) controlli di coerenza tra dati mensili stimati e dati mensili contabili:
i controlli di coerenza tra dati mensili stimati e dati mensili contabili vengono svolti da ADS tramite il sistema ADS Spring. I dati mensili contabili vengono messi a confronto automaticamente con i dati mensili stimati relativi allo stesso mese di competenza.
Per quanto riguarda il totale delle copie digitali, (vendite copie digitali, vendite multiple copie digitali e vendite abbinate copie digitali), la soglia di tolleranza in eccesso è pari al 3% con una franchigia di copie di differenza pari a 300 copie.
Se la predetta soglia venisse superata, l'editore incorrerà nelle sanzioni previste all'art. 7.1 del Regolamento ADS.
- b) controlli relativi ai dati mensili contabili, per i quali si rimanda all'art. 7.2 del Regolamento ADS.

I dati relativi alle edizioni digitali vengono inoltre controllati nell'ambito delle verifiche con rilevazione interna previste dal Regolamento ADS.

7.1 Obiettivi della Verifica interna

Il revisore interno dovrà, con le proprie verifiche, accertare la correttezza dei dati dichiarati dall'editore con particolare riferimento:

- al totale annuo delle copie digitali
- alla ripartizione mensile delle copie digitali
- al prezzo corrisposto dall'acquirente

Per quanto riguarda le vendite multiple il revisore interno deve verificare il prezzo corrisposto dall'acquirente, che le utenze siano attivate e che le copie stesse non siano cedute ad aziende o società facenti parte del Gruppo societario al quale appartiene la pubblicazione venduta.

7.2 Controlli del revisore interno

Le verifiche devono comprendere:

1. L'ottenimento o la rilevazione delle procedure di vendita delle copie digitali in essere presso l'editore tese a comprendere le forme di vendita attuate, gli intermediari utilizzati, la reportistica, e le relative rilevazioni contabili.
2. Il controllo della corrispondenza dei dati, per mese e per anno di competenza oggetto di certificazione, del data base fornito dall'editore con quanto dichiarato nel mod. 111 ADS.
3. La verifica dell'incasso delle copie vendute nel periodo di accertamento secondo le modalità previste dal Regolamento ADS per le copie cartacee.
4. La verifica dei prezzi: determinato il prezzo di riferimento della copia cartacea secondo quanto definito dal regolamento ADS, il revisore, estraendo i prezzi di vendita dal data base fornito dall'editore, dovrà verificare il rispetto del prezzo minimo di vendita al lordo dell'iva e di eventuali commissioni di intermediazione.

7.3 Documenti indispensabili ai fini della dichiarazione e dei controlli

Gli editori che intendono sottoporre ad accertamento le copie digitali vendute devono:

- A. fornire copia o mettere a disposizione (ovvero consentire il libero accesso di ADS e del revisore interno incaricato) un apposito file (data base) che contenga almeno le informazioni sotto riportate (anche codificate) per ogni rapporto in essere dichiarato nel riepilogo sottoposto ad accertamento (mod.111 ADS) :
 1. identificazione del canale di vendita (editore o denominazione intermediario)
 2. dati identificativi della transazione (nome, indirizzo, ID / indirizzo mail etc.). Nel caso tali informazioni non siano disponibili deve essere fornito il documento contabile relativo alla singola transazione, anche in forma aggregata, rilasciato dall'intermediario
 3. data di acquisto
 4. metodo di pagamento (es. carta di credito . bonifico) e/o dati identificativi dell'accredito effettuato dagli intermediari commerciali e creditizi. Le informazioni di questi campi devono consentire un immediato collegamento alla documentazione ed alle registrazioni contabili relative
 5. tipologia di abbonamento sottoscritto

6. prezzo di copertina dell'edizione cartacea
7. prezzo unitario pagato dall'acquirente
8. percentuale di sconto applicato
9. quantitativo di copie acquistate
10. importo pagato dall'acquirente e relativa % di visiva
11. importo netto incassato dall'editore (al netto dell'intermediazione, ove esistente)
12. data e numero di edizione dell'inizio dell'abbonamento
13. data e numero di edizione di fine abbonamento
14. ripartizione per mese di competenza delle copie sottoscritte in abbonamento come previsto dal Regolamento ADS
15. In ogni caso ciascuna copia dichiarata in ciascun mese deve essere riconciliabile con il relativo pagamento.

Il file con i dati elencati deve essere lavorabile cioè deve consentire l'estrazione delle informazioni per raggruppamenti omogenei quali:

- per mese e anno di competenza ADS (e quindi in quadratura con quanto dichiarato dall'editore nel mod. 111)
- per prezzo unitario (per poter confrontare il rispetto del prezzo di vendita stabilito dal regolamento)
- per identificativo dell'acquirente (per poter individuare eventuali sottoscrizioni di più abbonamenti per singolo nominativo)
- per quantitativo di copie acquistate (per poter individuare eventuali vendite multiple e/o con parti correlate)
- per metodo di pagamento (per poter riconciliare gli incassi con la documentazione bancaria e le registrazioni contabili).

B. Fornire ulteriori informazioni utili ai fini della verifica.

C. Fornire, contestualmente alla dichiarazione annuale, apposita dichiarazione riportante il dettaglio delle vendite effettuate con Società facenti parte del Gruppo societario al quale appartiene la pubblicazione venduta.

7.4. Verifica copie multiple

Per quanto riguarda la verifica dell'avvenuta attivazione da parte dell'utente finale deve essere sempre verificata dalla Società di Revisione attraverso il controllo, sul sistema informativo che gestisce la effettiva distribuzione delle copie digitali, del log di sistema generato al momento della singola attivazione.

Tale verifica deve essere effettuata su un campione significativo di contratti e di utenze e può essere realizzata attraverso interrogazioni a video, %online+o %batch+ del sistema stesso.

Le Società di Revisione, per effettuare tale verifica, dopo aver svolto una dettagliata analisi delle procedure interne di generazione dei suddetti dati, devono disporre dell'elenco delle utenze attivate e/o dell'elenco dei codici univoci di attivazione ricollegati ai relativi contratti e alle relative fatture.

La Società di Revisione deve verificare la coerenza, per il periodo sottoposto a controllo, tra data di attivazione e periodo di dichiarazione dei dati.

Fermo restando quanto sopra:

- a) Nel caso di vendita a soggetti giuridici (a titolo esemplificativo aziende, enti pubblici, ecc.) di copie fruibili per un certo numero di dipendenti/utenti attraverso l'intranet dell'acquirente, sono considerate attivate e certificabili solo le copie per le quali siano messe a disposizione della Società di Revisione le informazioni di log relative ai singoli utenti finali, ad esempio attraverso la generazione di un report che contenga la registrazione delle attivazioni e che evidenzii l'identificativo dell'acquirente, dell'utente e del prodotto.
Nel caso in cui tale report sia generato dall'acquirente, lo stesso deve consentire alla Società di Revisione una dettagliata analisi delle procedure interne di generazione dei suddetti dati.
- b) Nel caso di vendita attraverso intermediari, sono considerate attivate e certificabili esclusivamente le copie per le quali l'intermediario consenta la verifica puntuale dell'avvenuta attivazione da parte dell'utente finale (ad es. presso alberghi, aeroporti, stazioni ecc.), mettendo a disposizione della Società di Revisione i log generati dal sistema informativo al momento della singola attivazione e consentendo alla Società di Revisione una dettagliata analisi delle procedure interne di generazione dei suddetti dati.

ART. 8 - PUBBLICAZIONE DEI DATI

Per le testate che hanno già ottenuto un certificato ADS e richiedono l'accertamento dell'edizione digitale la dichiarazione e la pubblicazione dei dati avverranno contestualmente alla dichiarazione del primo DMS utile.

Per le testate al primo accertamento, i dati relativi alle copie digitali verranno pubblicati a partire dalla pubblicazione del primo modello DMC dichiarato.

ART. 9 - CERTIFICATO

Il certificato ADS rilasciato secondo le modalità previste dal Regolamento ADS comprenderà anche le copie digitali.

ART. 10 - REGOLAMENTO ADS

Per tutto quanto non esplicitamente espresso dal presente Regolamento aggiuntivo si rimanda al Regolamento ADS.

ART. 11 È NORME TRANSITORIE

Il presente Regolamento entra in vigore a far corso dagli accertamenti riguardanti il 2015 fatte salve eventuali procedure transitorie che possono essere applicate su conforme delibera del Consiglio di Amministrazione.

Milano, 6 Aprile 2016.