

REGOLAMENTO AGGIUNTIVO PER L'ESECUZIONE DEGLI ACCERTAMENTI ADS PER LE EDIZIONI DIGITALI

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.

ADS si riserva la possibilità di aggiornare periodicamente le modalità di accertamento previste in considerazione della costante evoluzione tecnologica e commerciale del settore digitale.

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 sempre identificabile attraverso la relativa anagrafica sia nel caso di acquisti di copie singole/abbonamenti effettuati direttamente dal destinatario finale, sia nel caso di acquisti di copie multiple o promozionali effettuati da soggetti giuridici (aziende e/o intermediari).

Nel caso di vendite di copie digitali singole/abbonamenti effettuate attraverso negozi online (es. Apple, Amazon, Google Play, Zinio, Edicola Italiana), dovranno essere disponibili le informazioni preventivamente stabilite da ADS.

2.5 Destinatario finale

Per destinatario finale si intende il soggetto che fruisce della copia/abbonamento digitale. Il destinatario finale può coincidere o meno con l'acquirente.

2.6 Negozio online

Per negozio online si intende una piattaforma di vendita al dettaglio via internet.

2.7 Vendita copie digitali

Per vendita copie digitali si intende il totale delle copie di un'edizione digitale acquistate e pagate dal destinatario finale.

Anche nel caso la vendita al destinatario finale sia effettuata attraverso un negozio online, l'editore dovrà dichiarare tali copie nella colonna %vendita copie digitali+.

L'editore deve comunicare le copie digitali vendute ad un prezzo uguale o superiore al 30% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea e quelle vendute ad un prezzo di vendita compreso tra il 10% (maggiore o uguale) e il 30% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea nelle apposite colonne.

Rientrano in questa tipologia:

2.7.1 Vendita di edizione singola

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

2.7.2 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 testate i crediti dovranno essere attribuiti alle testate effettivamente fruiti.

Le tipologie di vendita sopra descritte fanno riferimento ad una singola 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 registrare la fatturazione e il pagamento per singola testata venduta per consentire la corretta dichiarazione e il controllo da parte della società di revisione.

2.8 Vendite abbinate

Si intende il totale delle copie dell'edizione digitale vendute in abbinamento con l'edizione cartacea della stessa testata.

L'editore deve comunicare le copie digitali vendute in abbinamento ad un prezzo uguale o superiore al 50% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea e quelle vendute ad un prezzo di vendita tra il 10% (maggiore o uguale) e il 50% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea nelle apposite colonne.

2.9 Vendite multiple

Per vendite multiple si intende un'offerta commerciale che prevede, a fronte di un contratto e del relativo pagamento effettuato dall'acquirente, l'acquisto di più copie o di più abbonamenti al fine di renderli disponibili a destinatari finali.

Il prezzo di vendita di ciascuna copia digitale multipla deve essere dichiarato dall'editore al netto di eventuali compensi fatturati dall'intermediario all'editore o dal soggetto giuridico acquirente all'editore per attività correlate alla vendita delle copie multiple stesse.

L'editore deve comunicare le copie digitali multiple vendute ad un prezzo uguale o superiore al 30% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea e quelle vendute ad un prezzo di vendita compreso tra il 10% (maggiore o uguale) e il 30% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea nelle apposite colonne.

Per poter dichiarare e certificare le copie digitali multiple che non sono pagate dal destinatario finale, è necessaria una prova della volontà di fruire della copia o dell'abbonamento da parte del destinatario stesso secondo il processo precisato all'articolo 3. Tali copie non necessariamente corrispondono al totale delle copie vendute.

Nel caso di offerte che prevedano vendite abbinate multiple cioè l'acquisto, a fronte di un contratto e del relativo pagamento effettuato dall'acquirente, di più copie o di più abbonamenti digitali congiuntamente a più copie/abbonamenti cartacei, l'offerta commerciale deve riportare chiaramente i dettagli di prezzo relativi ai singoli prodotti in quanto l'editore deve comunicare le copie vendute in abbinamento ad un prezzo uguale o superiore al 50% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea e quelle vendute ad un prezzo di vendita compreso tra il 10% (maggiore o uguale) e il 50% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea nelle apposite colonne "vendite abbinate".

Per poter dichiarare e certificare le copie digitali multiple abbinate che non sono pagate dal destinatario finale, è necessaria una prova della volontà di fruire della copia o dell'abbonamento da parte del destinatario stesso secondo il processo precisato all'articolo 3. Tali copie non necessariamente corrispondono al totale delle copie vendute.

2.10 Copie digitali promozionali e omaggio

Le copie digitali promozionali e omaggio sono copie singole, multiple o abbinate vendute ad un prezzo inferiore al 10% del prezzo dell'edizione cartacea o distribuite gratuitamente ad un destinatario finale.

Per poter dichiarare e certificare le copie promozionali o omaggio è necessaria una prova della volontà di fruire della copia o dell'abbonamento da parte del destinatario stesso nonché l'attivazione secondo il processo precisato all'articolo 3.

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.

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

Non sono dichiarabili le copie relative ad arretrati.

L'edizione digitale deve essere considerata una sola volta anche se:

- fruita più volte dallo stesso destinatario finale
- fruita anche dopo la sua data di uscita
- riprodotta più volte o ridistribuita dallo stesso destinatario finale
- 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.

In generale le vendite multiple e le copie promozionali e omaggio possono essere dichiarate e accertate a condizione che sia individuabile l'acquirente o il destinatario finale, le utenze finali siano richieste, attivate e verificabili. Per le copie vendute deve essere registrato il prezzo di fatturazione e il pagamento.

Nel processo di attivazione da parte del destinatario finale devono essere svolte le seguenti attività:

- 1) Il destinatario finale deve essere informato esplicitamente degli elementi dell'offerta proposta (testata offerta, periodo di validità, se copia singola o abbonamento ecc.).

- 2) Il destinatario finale si registra presso il sistema dell'editore o dell'intermediario indicando nome, cognome, indirizzo e-mail oppure effettua il log-in inserendo le proprie credenziali (id e password) se già registrato.
- 3) Il destinatario finale esplicita la volontà di richiedere l'offerta (ad esempio cliccando su un bottone "richiedi abbonamento/copia" che rinvia al contenuto specifico della stessa oppure flaggando un apposito campo).
 Il destinatario finale inserisce un codice CAPTCHA, e perfeziona la richiesta.
 Il sistema dell'editore o dell'intermediario verifica la correttezza del CAPTCHA, raccoglie le informazioni identificative del device (finger print), invia e-mail al destinatario finale con link di attivazione e salva le informazioni secondo il seguente schema :

CAMPO	DESCRIZIONE
Numero Progressivo	Numero progressivo dell'attivazione
ID univoco*	ID lato sistema informativo interno
ID cliente	ID identificativo del cliente
Titolo	Titolo del contenuto editoriale attivato
Nazione	Nazione in cui si usufruisce del servizio
Data	Data in cui si usufruisce del servizio
Ora	Ora di attivazione e relativo primo accesso
Edizione	Data di pubblicazione dell'edizione (utile in caso di periodici)
Partner (caso dell'intermediario)	Nome (o codice) del partner
Luogo	Luogo in cui avviene l'attivazione
File (se tecnologia porta al download della copia digitale)	Nome file scaricato
Identificativo	Codice univoco identificativo della transazione
Quantità	Quantità attivata
Finger Print	Codice identificativo del device generato dal sistema di fingerprinting

*Per codice ID univoco si intende un codice alfanumerico associato ad un utente che non può essere riutilizzato. La presenza di questa tipologia di campo garantisce l'univocità di fruizione della copia digitale.

- 4) Il destinatario finale segue il link della mail che indica la disponibilità della copia.
- 5) Il sistema memorizza i dati di avvenuta attivazione e mette a disposizione la/le copie.

Nel caso in cui il destinatario finale riceva dall'acquirente un codice univoco, TOKEN, generato dall'editore, nell'ambito della comunicazione dell'offerta prevista al punto 1), il destinatario finale deve utilizzare il suddetto codice per attivare il servizio.
 L'editore deve conservare la grafica associata al suddetto codice. Tale procedura si integra

a quella di log-in indicata al punto 2), gli altri punti restano invariati.

Anche nel caso in cui l'acquirente renda disponibile la copia al destinatario finale tramite accesso diretto al proprio sistema (intranet aziendale), il destinatario finale, nel momento di accettazione dell'offerta, deve essere reindirizzato automaticamente sul sistema dell'editore per il completamento della procedura di registrazione secondo quanto previsto al punto 2).

Le copie acquistate da aziende o società facenti parte del Gruppo societario al quale appartiene la pubblicazione venduta non possono essere dichiarate e certificate.

Le copie multiple attivate presso alberghi, treni, ecc. sono quelle disponibili alla data dell'attivazione stessa e non possono dare origine ad abbonamenti in ragione della fruizione temporalmente limitata.

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.

Per quanto riguarda le vendite digitali multiple e le copie promozionali (vendute a prezzo maggiore di 0), l'editore deve produrre il documento di autocertificazione firmato dal proprio legale rappresentante, secondo il modulo predisposto da ADS, nel quale si dichiara il rispetto di quanto stabilito agli articoli 2.9, 2.10 e 3.

ART. 6 OBBLIGHI DEGLI INTERMEDIARI

Gli operatori che intendono distribuire le copie digitali multiple devono preventivamente indirizzare ad ADS apposita richiesta di accreditamento nella quale si impegnano a:

- 1) fornire le seguenti informazioni:
 - Dati societari
 - Informazioni dettagliate sulla struttura dell'azienda
 - Descrizione del processo di distribuzione che si intende adottare.
 - Ogni altra informazione richiesta da ADS.
- 2) consentire ad una società di controllo, scelta da ADS, di effettuare una verifica preliminare finalizzata a valutare l'adeguatezza dei processi operativi e dei sistemi operativi alle norme stabilite dal presente regolamento.
- 3) consentire ad una società di controllo, scelta da ADS di effettuare verifiche periodiche relative al mantenimento nel tempo dei requisiti di cui al punto 2.

I costi relativi alle verifiche di cui ai punti 2 e 3 sono a carico dell'operatore che richiede l'accreditamento.

- 4) accettare i controlli previsti dal regolamento da parte della Società di Revisione incaricata per la verifica interna.
- 5) Sottoscrivere il contratto predisposto da ADS e provvedere ai relativi adempimenti economici.

Le domande di ammissione vengono esaminate dalla Commissione Lavori ADS che riferisce il proprio parere al Consiglio di Amministrazione, cui spetta la decisione finale sull'eventuale ammissione.

Nel caso di esito positivo l'operatore sarà inserito nell'elenco degli intermediari accreditati pubblicato sul sito adsnotizie.it.

Sentito il parere della Commissione Lavori, il Consiglio di Amministrazione ha la facoltà di escludere, in qualsiasi momento, dall'elenco degli intermediari accreditati pubblicato sul Sito adsnotizie.it, gli intermediari per qualsiasi motivo inadempienti.

Per essere accreditati gli intermediari devono impegnarsi ad accettare, integralmente e senza riserve, come previsto dal contratto, le norme e condizioni stabilite dal presente Regolamento, nonché le norme sulle procedure di accertamento che ne possono derivare.

ART. 7 - 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. 8 - VERIFICHE

La Commissione Lavori ha la facoltà di verificare e di valutare in qualsiasi momento l'adeguatezza 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.

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, vendite abbinate copie digitali singole e multiple, copie digitali promozionali e omaggio), 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.

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

8.2 Controlli del revisore interno

In generale le verifiche devono comprendere:

1. Il controllo puntuale delle procedure interne di vendita delle copie digitali in essere presso l'editore tese a comprendere le forme di vendita attuate siano esse singole o multiple, i negozi on-line utilizzati, 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, deve verificare la rispondenza del prezzo dichiarato dall'editore e la corretta dichiarazione per fascia di appartenenza.
Nel caso di vendite multiple di copie promozionali il revisore deve inoltre prendere visione del documento di autocertificazione sottoscritto dal legale rappresentante dell'editore.
5. Controllo del rispetto delle procedure di richiesta e attivazione delle copie digitali multiple e delle copie digitali promozionali e omaggio di cui all'articolo 3 presso i sistemi che memorizzano la avvenuta attivazione come specificato al punto 8.4.

8.3 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 soluzione ottimale), o documentazione equivalente, che contenga almeno le informazioni sotto riportate per ogni rapporto in essere dichiarato nel riepilogo sottoposto ad accertamento (mod.111 ADS) :
 1. identificazione del canale di vendita (editore o denominazione negozio online o intermediario)
 2. dati identificativi dell'acquirente (nome, indirizzo, ID / indirizzo mail etc.). Nel caso tali informazioni non siano disponibili (negozi online) deve essere fornito il documento contabile relativo alla singola transazione, anche in forma aggregata, rilasciato dal negozio online a supporto della reportistica di dettaglio richiesta da ADS
 3. data di acquisto
 4. metodo di pagamento (es. carta di credito . bonifico) e/o dati identificativi dell'accredito effettuato dagli acquirenti. Le informazioni di questi campi devono consentire un immediato collegamento alla documentazione ed alle registrazioni contabili relative
 5. tipologia di offerta/abbonamento sottoscritto e durata
 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 %divisa+
 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. In ogni caso ciascuna copia dichiarata in ciascun mese deve essere riconciliabile con il relativo pagamento.

Inoltre per le copie multiple e per le copie promozionali:

15. Tipologie offerte commerciali praticate/ contratti di vendita accettati ricollegabili agli elenchi dei destinatari finali.
16. elenco delle offerte dalle quali scaturiscono le attivazioni con relativi codici identificativi.
17. Elenco anagrafiche destinatari finali con codice identificativo dell'offerta accettata
18. Informazioni secondo lo schema indicato all'articolo 3.

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 anche temporale con quanto dichiarato dall'editore nel mod. 111)
- per prezzo unitario (per poterne confrontare la rispondenza con il prezzo di vendita dichiarato dall'editore)
- 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 anche non correttamente classificate 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.

Ai fini di poter garantire una corretta dichiarazione e certificazione delle copie digitali singole e/o abbonamenti (settimanali, mensili, bimestrali, trimestrali, semestrali e annuali) vendute attraverso i principali negozi online internazionali riconosciuti a livello mondiale, come ad es. Apple, Amazon, Google Play etc., indichiamo le caratteristiche processuali e di conservazione dei dati alle quali attenersi.

Tutti i negozi online dispongono di un'area commerciale all'interno della quale l'editore consulta le informazioni di vendita (singola, abbonamento) e definisce i prodotti secondo le seguenti informazioni:

- Descrizione del prodotto (numerica e descrittiva)
- Durata del prodotto (da 1 giorno ad un anno)
- Prezzo di vendita (free o pagata).

I negozi online conservano per un periodo limitato di tempo le informazioni di vendita; ad es. Apple per 15 giorni.

L'editore deve pertanto scaricare con cadenza quotidiana tali informazioni che devono essere conservate e messe a disposizione, avendone garantita la non modificabilità delle stesse, delle società di revisione al momento della verifica.

I data base scaricati costituiscono la fonte per il conteggio delle copie vendute che devono essere dichiarate con la corretta competenza nei modelli ADS.

Affinché le copie vendute tramite negozi online siano certificate è necessario quindi che le copie vendute e conteggiate nei modelli ADS abbiano un corrispondenza puntuale e univoca con le copie indicate nei prospetti estratti dai negozi online stessi.

L'associazione univoca tra le copie vendute nel negozio digitale e le copie dichiarate nei modelli ADS garantisce infatti alla società di revisione di verificare le vendite digitali attraverso la quadratura esaustiva delle informazioni con gli incassi del fatturato prodotto dai negozi digitali.

Esempi:

Google Play: la copia deve essere collegata al numero ordine che ha generato tale vendita.

Apple: non fornisce il numero ordine, deve essere quindi creata una variabile/codifica che identifichi in maniera univoca il prodotto venduto.

Tale variabile/codifica può essere prodotta utilizzando le informazioni rilasciate da Apple componendo ad esempio una stringa che contenga Data acquisto, Nazione di vendita, Valuta vendita, Valuta acquisto, Numero identificazione del prodotto, Subscription o in qualsiasi altra maniera che leghi queste due informazioni.

Per una corretta dichiarazione delle copie vendute nei modelli ADS per le copie singole deve essere utilizzata la data di acquisto, indipendentemente dal numero acquistato, in quanto nei negozi online vengono venduti numeri coerenti con quelli disponibili in edicola.

Gli abbonamenti devono decorrere (e dunque generare copie) a partire dalla data di acquisto degli stessi: sia che si tratti di nuovi acquisti sia che si tratti di rinnovi.

L'Editore deve dichiarare con competenza corretta le copie generate dagli abbonamenti.

A tal fine possono essere utilizzati diversi metodi.

Il più semplice, a titolo esemplificativo, consiste nel legare la durata dell'abbonamento al calendario esplodendo le copie generate a partire dall'acquisto.

Per quanto riguarda i rimborsi (Refunds), tutti i negozi inseriscono le stesse informazioni delle copie vendute ma con quantità di segno negativo. Tali copie si compensano con le vendite.

8.4. Verifica tecnica copie multiple, copie multiple abbinate, copie promozionali e omaggio

La richiesta e l'avvenuta attivazione della copia/abbonamento da parte del destinatario finale devono essere sempre verificate dalla Società di Revisione attraverso il controllo sul sistema che genera e gestisce le informazioni tecniche relative alla procedura descritta all'articolo 3 punto 3.

Tale verifica deve essere effettuata su un campione significativo di contratti e di utenze per ciascuna tipologia di distribuzione delle copie multiple (tramite sistema editore, tramite sistema intermediario, tramite intranet aziendale o altri) e può

essere realizzata attraverso interrogazioni a video, %online+ o %batch+ del sistema stesso.

Le Società di Revisione, per effettuare tale verifica, devono disporre della documentazione prodotta dai sistemi secondo gli standard definiti all'articolo 3 punto 3.

È necessario verificare che la procedura di attivazione della copia/abbonamento sia funzionante verificando i diversi passaggi previsti al fine di attestare che la copia/abbonamento è stata richiesta dal destinatario finale e resa disponibile dall'editore nel periodo di vendita della copia cartacea stessa.

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/distribuzione gratuita 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 descritte secondo la procedura prevista all'articolo 3.
- b) Nel caso di vendita/distribuzione gratuita attraverso intermediari, le verifiche verranno svolte direttamente presso i sistemi dell'intermediario. Sono considerate attivate e certificabili esclusivamente le copie per le quali l'intermediario consenta la verifica puntuale dell'avvenuta attivazione da parte del destinatario finale come descritto all'articolo 3.

ART. 9 - 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. 10 - CERTIFICATO

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

ART. 11 - REGOLAMENTO ADS

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

Regolamento approvato il 3 Febbraio 2017 con applicazione a decorrere dalla dichiarazione del mese di maggio 2017 (dms maggio 2017).