

## **REGOLAMENTO PER L'ESECUZIONE DEGLI ACCERTAMENTI ADS**

ART. 1 - PREMESSA .....	4
ART. 2 - DEFINIZIONI.....	4
ART. 3 - PERIODICITA' DEGLI ACCERTAMENTI.....	22
ART. 4 - RICHIESTA DI ACCERTAMENTO E FORMALIZZAZIONE DEL CONTRATTO.....	23
ART. 5 - REQUISITI E CONDIZIONI DI AMMISSIONE DI UN'EDIZIONE DIGITALE.....	25
ART. 6 - OBBLIGHI DELL'EDITORE.....	28
ART. 7 - OBBLIGHI DEGLI INTERMEDIARI COPIE DIGITALI.....	30
ART. 8 - DICHIARAZIONE DELL'EDITORE .....	31
ART. 9 VERIFICHE E CONTROLLI DI COERENZA DEI DATI.....	40
ART. 10 - REVISORI E SOCIETA' LEGITTIMATI AI CONTROLLI .....	40
ART. 11 - ESITO DELLA REVISIONE ANNUALE.....	40
ART. 12 - SANZIONI .....	41
ART. 13 - CERTIFICATO ADS.....	43
ART. 14 - USO DEL MARCHIO E DEI DATI CERTIFICATI.....	44
ART. 15 - DIVULGAZIONE DEI DATI .....	45
ART. 16 - COSTO DELLE VERIFICHE E DEI CONTROLLI.....	46
ART. 17 - NORMATIVA COMPLEMENTARE .....	47
ART. 18 - MODIFICHE ALLE NORME DEL REGOLAMENTO .....	47
ART. 19 - NORME TRANSITORIE.....	48
<b>ALLEGATO I – MODALITA' DI ESECUZIONE DELLE VERIFICHE E DEI CONTROLLI DI CUI ALL'ART.9 DEL REGOLAMENTO .....</b>	<b>48</b>
a) Controlli di coerenza sui dati mensili stimati.....	48
b) Controlli di coerenza tra dati mensili stimati e dati mensili contabili .....	49
b.1) Modalità dei controlli di coerenza tra dati mensili stimati e dati mensili contabili a cura di ADS .....	49
c) Controlli di coerenza tra dichiarazione territoriale stimata e dichiarazione territoriale contabile.....	52
d) Controlli di coerenza delle uscite effettive nel periodo.....	53
e) Revisione interna copie cartacee .....	53
f) Revisione interna copie digitali.....	59
g) Verifica esterna .....	65
h) Verifiche relative alle copie digitali attivate (multiple e promozionali e omaggio) da parte della Società di controllo scelta da ADS presso intermediari.....	66
i) Verifiche relative alle copie digitali attivate (multiple e promozionali e omaggio) da parte della Società di controllo scelta da ADS presso editori .....	66

l) Revisione straordinaria anticipata .....	67
m) Verifiche dei Working Papers .....	68
n) Verifiche intermediari .....	69
<b>ALLEGATO I bis - LINEE GUIDA PER RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI NECESSARIE ALLA VERIFICA DELL'ATTIVAZIONE DELLE COPIE DIGITALI MULTIPLE, MULTIPLE ABBINATE, PROMOZIONALI E OMAGGIO.....</b>	<b>75</b>
a) Obiettivo delle verifiche .....	75
<b>b) Verifiche tecniche .....</b>	<b>80</b>
<b>c) Documenti indispensabili ai fini della dichiarazione e dei controlli si veda il punto 1.1.3. del presente allegato I.....</b>	<b>83</b>
<b>ALLEGATO II - PROCESSO DI ATTIVAZIONE DELLE COPIE MULTIPLE DIGITALI E DELLE COPIE DIGITALI PROMOZIONALI E OMAGGIO .....</b>	<b>84</b>
1) CASISTICHE DI DISTRIBUZIONE .....	84
A) VENDITA DIRETTA DI CODICI DI ACCESSO A GRANDI SOCIETÀ	85
B) VENDITA DI LOTTI DI ABBONAMENTI A SOCIETÀ PARTNER.....	88
C) VENDITA DIRETTA DA PARTE DEGLI INTERMEDIARI AI CLIENTI FINALI .....	93
D) FRUIZIONE DEL PRODOTTO EDITORIALE ATTRAVERSO IL PORTALE O LA RETE WI-FI DEL PARTNER .....	94
E) VENDITA A GRANDI SOCIETÀ DEL SERVIZIO DI FRUIZIONE DEL PRODOTTO EDITORIALE TRAMITE PIATTAFORMA.....	95
2) INFORMAZIONI NECESSARIE PER LA CERTIFICAZIONE DELLE COPIE DIGITALI MULTIPLE.....	101
3) INFORMAZIONI PER L'IDENTIFICAZIONE DELLA "FILIERA" .....	101
4) INFORMAZIONI PER L'IDENTIFICAZIONE DELLA COPIA DIGITALE..	103
5) INFORMAZIONI PER LA LOCALIZZAZIONE .....	104
<b>ALLEGATO III - ACCREDITAMENTO DEI REVISORI .....</b>	<b>105</b>
<b>ALLEGATO IV ACCREDITAMENTO DEGLI INTERMEDIARI.....</b>	<b>106</b>
a) RICHIESTA DI ACCREDITAMENTO INTERMEDIARI .....	106
b) REQUISITI E PROCESSI DI RIFERIMENTO PER LA COMMERCIALIZZAZIONE DI COPIE DIGITALI MULTIPLE .....	107
c) REQUISITI DI ONORABILITA' .....	107
<b>ALLEGATO V - REGOLAMENTO SULLE PROCEDURE ISTRUTTORIE ADS.....</b>	<b>109</b>

## **ART. 1 - PREMESSA**

Il presente Regolamento, in conformità a quanto previsto dallo Statuto ADS, stabilisce le norme e le condizioni per l'esecuzione degli accertamenti e dei controlli sui dati di tiratura e di diffusione delle testate quotidiane e periodiche pubblicate in Italia, la cui diffusione avviene secondo le definizioni contenute nel successivo articolo 2. I suddetti dati devono essere verificabili in base alle norme del presente Regolamento.

Costituisce principio ermeneutico generale di questo Regolamento l'esigenza di assicurare, nell'interesse di tutti gli operatori del mercato, la massima certezza circa la veridicità dei dati certificati e pubblicati da ADS e quindi evitare che siano pubblicati e/o certificati dati rispetto alla cui rispondenza a vero sussistano anche solo ragionevoli dubbi *prima facie*.

In ragione delle modificazioni tecnologiche dei mercati, tale principio ermeneutico generale impone che le disposizioni di questo Regolamento, ancorché non modificate con riferimento ad una determinata tipologia di condotta, ad essa si applichino *mutatis mutandis* laddove la pubblicazione e/o certificazione del dato possa non riflettere lo spirito di verità e correttezza sotteso alla missione istituzionale di ADS.

Gli editori sono tenuti con la massima buona fede a collaborare con ADS per l'accertamento dei dati, offrendo tutte le informazioni e collaborando con ADS al fine di consentire la pronta verifica degli stessi.

Gli allegati al presente Regolamento sono parte integrante dello stesso.

## **ART. 2 - DEFINIZIONI**

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

### 2.1. Definizioni riferite al prospetto dei dati pubblicati

#### Testata o edizione cartacea

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.

Ai fini della certificazione ogni testata deve garantire corrispondenza tra:

- denominazione della testata nella registrazione del Tribunale;

- denominazione della testata nell'intestazione/titolo del prodotto (cartaceo e digitale);
- denominazione della testata nei dati inseriti nel colophon/gerenza del prodotto (cartaceo e digitale);
- denominazione della testata fornita ad ADS nel Contratto e nella scheda informativa della testata.

Il rispetto di tale corrispondenza deve essere garantita in tutte le eventuali varianti di prodotto/edizioni locali che sono parte integrante della testata.

Nel caso di commercializzazione abbinata di più testate, ogni testata deve mantenere la propria identità e univocità ed essere fisicamente distinguibile dalle altre testate con le quali viene commercializzata.

Ciascun prodotto deve essere tracciato contabilmente lungo l'intera filiera distributiva come previsto al punto 2.3, paragrafo copie cedute per la successiva commercializzazione abbinata in rete vendita del Regolamento.

Ogni testata deve avere identità/coerenza di contenuti redazionali e pubblicitari per ciascun numero messo in vendita.

Le testate che prevedono sezioni locali o edizioni locali devono avere identità/coerenza di contenuti pubblicitari e redazionali per la cosiddetta sezione "nazionale" e possono presentare contenuti redazionali e pubblicitari differenziati in ciascuna delle sezioni locali o edizioni locali previste per ciascun numero.

Solamente qualora un inserzionista pubblicitario richiedesse all'editore l'eliminazione o la sostituzione di una o più inserzioni presenti nell'edizione cartacea locale o areale, sarà consentita la sostituzione con inserzioni di identico formato e posizionamento.

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

Nel caso di commercializzazione abbinata di più varianti di prodotto/edizioni locali di una medesima testata, può essere dichiarata e certificata in ADS esclusivamente la testata registrata al Tribunale per la quale è stato richiesto l'accertamento da parte dell'editore.

Non è consentita la dichiarazione in ADS dell'abbinamento anche facoltativo di più copie della medesima testata anche nel caso si tratti di edizioni differenti.

#### Periodicità di una testata

Le testate sottoposte ad accertamenti ADS sono classificate in base alle seguenti periodicità:

- Quotidiani, edizioni settimanali di quotidiani.
- Settimanali: pubblicazioni che prevedono almeno 48 uscite nell'arco dell'anno.
- Periodici con un numero di uscite inferiore a 48 e superiore a 13

- nell'arco dell'anno.
- Mensili: pubblicazioni che prevedono almeno 10 uscite nell'arco dell'anno.
  - Altri Periodici con un numero di uscite inferiore a 10 nell'arco dell'anno.

## Edizione digitale

Si intende una replica autorizzata dall'editore 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.

## Periodo

Arco temporale di riferimento.

## Numeri usciti nel mese/ numeri nel periodo/ uscite

Si intende il totale dei numeri di una testata dichiarati nell'arco temporale indicato.

## Tiratura

Si intende il totale delle copie stampate in Italia e all'estero esclusi gli scarti di macchina. La tiratura comprende le copie diffuse in Italia e all'estero, le copie rese in Italia e all'estero e le copie destinate a usi vari.

## Vendite individuali cartacee

Si intende il totale delle copie vendute in Italia attraverso le edicole, i punti vendita autorizzati e/o abilitati alla vendita di giornali, quotidiani o periodici

e attraverso il canale porta a porta.

Tali copie sono acquistate direttamente dal singolo destinatario finale.

Gli abbonamenti con ritiro in edicola devono essere inseriti tra le vendite individuali se contabilizzati attraverso la filiera distributiva.

Le vendite individuali cartacee sono vendute ad un prezzo uguale o superiore al 10% del *prezzo di vendita dell'edizione cartacea* di riferimento, come definito nel presente regolamento.

Nel caso il prezzo sia inferiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea, tali copie sono da classificare tra le copie cartacee promozionali e omaggio.

#### Abbonamenti individuali cartacei pagati

Si intende un'offerta commerciale nominativa che prevede la possibilità di acquistare un numero di copie cartacee di una testata relative a un singolo abbonamento, a scelta del singolo acquirente, in un determinato arco temporale.

La vendita in abbonamento può essere:

abbonamento temporale: l'acquirente acquista le copie cartacee pubblicate in un determinato periodo.

Tali copie sono consegnate in modo continuativo a singoli destinatari, sottoscrittori o beneficiari dell'abbonamento pagato, che deve avere una durata minima di: 1 mese per i quotidiani; 2 mesi per i bisettimanali, i settimanali ed i quindicinali; 3 numeri per i mensili e per le pubblicazioni con periodicità superiore al mese.

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

L'editore deve attribuire la vendita delle copie alla competenza temporale effettiva.

L'abbonamento può essere consegnato, ad esempio, attraverso il canale postale, tramite corriere o con ritiro in edicola.

Solo nel caso di abbonamenti con ritiro in edicola tali copie possono essere inserite tra le vendite individuali se contabilizzate attraverso la filiera distributiva.

Gli abbonamenti cartacei da quota associativa, cioè le copie spedite in abbonamento a singoli destinatari membri di un'associazione, vengono pubblicati nella colonna abbonamenti cartacei individuali con la nota: "abbonamenti cartacei da quota associativa".

Gli abbonamenti cartacei da quota associativa possono essere dichiarati a condizione che l'invio regolare e continuativo agli associati di tutti i numeri della testata sia direttamente correlato al pagamento della quota associativa da parte del titolare dell'abbonamento.

Le testate così diffuse possono accedere agli accertamenti ADS purché

venga garantita la possibilità di svolgere controlli (quali ad esempio: tiratura, passaggio copie, elenco nominativo degli associati, documenti comprovanti l'avvenuto pagamento della quota) presso l'associazione, l'editore, lo stampatore della testata e presso ogni altro terzo interessato.

Resta inteso che i singoli destinatari degli abbonamenti, di norma postali, devono essere verificabili singolarmente e dunque a ciascun nominativo deve corrispondere un invio e quindi un indirizzo.

In assenza degli elementi di cui sopra e nel caso in cui le copie non siano pagate dal destinatario finale, tali copie devono essere inserite tra gli abbonamenti multipli cartacei.

Gli abbonamenti individuali cartacei compresi gli abbonamenti cartacei da quota associativa, sono venduti ad un prezzo uguale o superiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea. Nel caso il prezzo sia inferiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea, tali copie sono da classificare tra gli abbonamenti cartacei promozionali e omaggio.

#### Gracing abbonamenti individuali cartacei

Le copie inviate successivamente alla scadenza dell'abbonamento al fine di sollecitarne il rinnovo (gracing di coda), alle quali non faccia seguito l'effettivo pagamento delle stesse, devono essere classificate tra le copie cartacee promozionali e omaggio.

#### Vendite copie digitali individuali

Si intende il totale delle copie di un'edizione digitale acquistate e pagate dal destinatario finale.

Anche nel caso in cui la vendita al destinatario finale sia effettuata attraverso un negozio online, l'editore deve dichiarare tali copie nella colonna "vendita copie digitali individuali".

L'editore deve comunicare nelle apposite colonne 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.

Rientrano in questa tipologia:

- Vendita di edizione singola

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

- Vendita in abbonamento

si intende un'offerta commerciale nominativa 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, l'editore deve attribuire la vendita delle copie alla competenza effettiva o in alternativa, il numero di crediti acquisiti deve essere per convenzione dichiarato nell'arco temporale corrispondente a partire dall'acquisto.

Le tipologie di vendita sopra descritte fanno riferimento ad un'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, per tutte le tipologie indicate, l'offerta commerciale deve riportare chiaramente le testate abbinate. La traccia contabile deve essere relativa a ogni singola testata venduta, con l'evidenza del relativo prezzo, per consentire la corretta dichiarazione e il controllo da parte dei Revisori.

#### Totale vendite individuali pagate dall'acquirente

Si intende il totale risultante dalla sommatoria delle vendite individuali cartacee, degli abbonamenti individuali cartacei pagati e delle vendite copie digitali individuali.

Tali copie individuali sono pagate direttamente dal singolo acquirente.

#### Vendite multiple cartacee pagate da terzi

Si intende il totale delle copie vendute in Italia cumulativamente/in blocco a strutture pubbliche o private.

Tali copie, superiori a una, concorrono a formare il totale vendite multiple a condizione che siano:

- previste nell'ordine di tiratura;
- vendute nel periodo in cui lo stesso numero della testata si trova in vendita;
- verificabili contabilmente presso l'editore, se necessario anche sulla base degli accordi commerciali definiti direttamente dall'editore stesso con le strutture sopra menzionate;
- non destinate alla filiera distributiva;

Le vendite multiple cartacee pagate da terzi sono vendute ad un prezzo uguale o superiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea.

In caso di vendita ad un prezzo inferiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea, le relative copie devono essere classificate tra le copie cartacee promozionali omaggio.

### Abbonamenti multipli cartacei pagati da terzi

Si intende un'offerta commerciale pagata da terzi che prevede la possibilità di acquistare un determinato numero di abbonamenti di una testata, superiori a uno, in un determinato arco temporale, per un periodo minimo di: 1 mese per i quotidiani; 2 mesi per i bisettimanali, i settimanali e i quindicinali; 3 numeri per i mensili e per le pubblicazioni con periodicità superiore al mese. Vengono considerati come abbonamenti multipli le copie ordinate e pagate da aziende o enti che forniscono all'editore l'elenco dei nominativi cui inviare la testata.

Vengono inoltre considerati abbonamenti multipli gli abbonamenti cartacei da quota associativa pagati da terzi.

Gli abbonamenti multipli cartacei pagati da terzi sono venduti ad un prezzo uguale o superiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea.

Nel caso il prezzo sia inferiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea, tali copie sono da classificare tra le copie cartacee promozionali e omaggio.

### Gracing abbonamenti multipli cartacei

Le copie inviate successivamente alla scadenza dell'abbonamento al fine di sollecitarne il rinnovo (gracing di coda), alle quali non faccia seguito l'effettivo pagamento delle stesse, devono essere classificate tra le copie cartacee promozionali e omaggio.

### Vendite multiple digitali pagate da terzi

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, in numero superiore a una al fine di renderli disponibili anche gratuitamente 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 è necessaria una prova della volontà di fruire della copia o dell'abbonamento da parte del destinatario stesso secondo il processo precisato all'articolo 5.

Per le copie multiple gestite tramite intermediari: l'attivazione deve essere rinnovata allo scadere del contratto e comunque non oltre i 12 mesi dalla prima attivazione.

Per le copie multiple gestite direttamente dall'editore, l'attivazione deve essere rinnovata alla scadenza del contratto e comunque non oltre i 24 mesi dalla prima attivazione.

Possono essere inserite nella dichiarazione mensile stimata (DMS) anche le copie in fase di rinnovo contrattuale e in attesa di rinnovo dell'attivazione degli abbonamenti digitali multipli pagati, erogati direttamente dall'editore, di durata annuale.

L'attivazione deve essere comunque rinnovata entro la durata dell'abbonamento indicata nel contratto e essere perfezionata entro e non oltre i termini previsti per la dichiarazione contabile.

Nel caso di abbonamenti multipli in fase di rinnovo contrattuale e in attesa di rinnovo dell'attivazione, la decorrenza dell'abbonamento non si calcola a partire dall'attivazione ma deve fare riferimento al periodo dell'abbonamento indicato nel contratto. Non possono essere inseriti nella dichiarazione mensile contabile (DMC) abbonamenti ancora in attesa di attivazione.

In caso di differenze tra dichiarazione statistica e dichiarazione contabile vale quanto previsto al punto b 1) dell'allegato I.

Le vendite multiple abbinare sono normate al successivo paragrafo copie digitali abbinare agli abbonamenti cartacei.

#### Totale vendite multiple

Si intende il totale risultante dalla sommatoria delle vendite multiple cartacee, degli abbonamenti multipli cartacei, delle vendite multiple digitali. Tali copie sono pagate da terzi.

#### Totale diffusione pagata Italia

Si intende il totale delle vendite individuali e il totale delle vendite multiple.

#### Copie digitali abbinare agli abbonamenti cartacei

Si intende il totale delle copie dell'edizione digitale vendute in abbinamento con l'edizione cartacea della stessa testata ceduta esclusivamente in abbonamento e/o porta a porta, in pari quantità per singolo contratto.

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 compreso tra il 10% (maggiore o uguale) e il 50% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea nelle apposite colonne.

Per poter dichiarare e certificare le copie digitali multiple abbinate agli abbonamenti cartacei, 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 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 5.

Per gli abbonamenti digitali multipli abbinate ad abbonamenti cartacei: l'attivazione deve essere rinnovata allo scadere dell'offerta e comunque non oltre i 12 mesi dalla prima attivazione.

#### Copie cartacee promozionali e omaggio

Si intende il totale delle copie cartacee cedute ad un prezzo inferiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea o in omaggio nel periodo in cui la testata si trova in vendita.

Tali copie devono essere previste nell'ordine di tiratura.

#### Abbonamenti cartacei promozionali e omaggio

Si intende un'offerta commerciale che prevede la possibilità di ricevere ad un prezzo inferiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea o gratuitamente un numero di copie di una testata, in un determinato arco temporale, per un periodo minimo di: 1 mese per i quotidiani; 2 mesi per i bisettimanali, i settimanali e i quindicinali; 3 numeri per i mensili e per le pubblicazioni con periodicità superiore al mese.

Le copie relative agli abbonamenti promozionali e omaggio devono essere previste nell'ordine di tiratura.

#### Copie cartacee da coupons gratuiti

Si intende il totale delle copie addebitate alla filiera distributiva e consegnate gratuitamente attraverso le edicole e i punti di vendita autorizzati e/o abilitati alla vendita dei giornali in Italia a fronte di coupons (escluse le copie consegnate a fronte di buoni sostitutivi dell'abbonamento a pagamento).

Tali copie devono essere previste nell'ordine di tiratura.

#### 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 secondo il processo precisato all'articolo 5.

Per le copie omaggio: il processo di attivazione deve essere rinnovato allo scadere dell'offerta e comunque non oltre i 12 mesi dalla prima attivazione.

Per le copie promozionali gestite tramite intermediari: l'attivazione deve essere rinnovata allo scadere del contratto e comunque non oltre i 12 mesi dalla prima attivazione.

Per le copie promozionali (singole e multiple) pagate, gestite direttamente dall'editore, l'attivazione deve essere rinnovata alla scadenza del contratto e comunque non oltre i 24 mesi dalla prima attivazione.

#### Totale diffusione promozionale e omaggio Italia

Si intende il totale risultante dalla sommatoria delle copie cartacee promozionali e omaggio, degli abbonamenti cartacei promozionali e omaggio, delle copie da coupons gratuiti cartacei, delle copie digitali promozionali e omaggio.

#### Diffusione Estero

Si intende il totale risultante dalla sommatoria delle copie cartacee vendute, degli abbonamenti cartacei pagati, degli abbonamenti cartacei gratuiti e degli omaggi cartacei spediti all'estero compresi nell'ordine di tiratura.

#### Totale diffusione cartacea + digitale

Per totale diffusione cartacea + digitale si intende la sommatoria del totale diffusione pagata Italia e del totale diffusione promozionale e gratuita Italia (cartacea e digitale), delle copie digitali abbinata agli abbonamenti cartacei e della diffusione estero.

### 2.2. Definizioni riferite ai modelli dei dati dichiarati dall'editore ad ADS

#### Copie distribuite

Si intende il totale delle copie cartacee distribuite in Italia per la vendita individuale.

#### Copie rese Italia

Si intende il totale delle copie cartacee invendute in edicola e nei punti

vendita autorizzati e/o abilitati alla vendita di giornali dei numeri di competenza di ciascun mese. Tali copie sono quelle risultanti nelle liquidazioni effettuate dai distributori o dalle rivendite ad invio diretto, tenuto conto dell'accredito effettuato dall'editore o dai distributori.

#### Abbonamenti cartacei da quota associativa

Gli abbonamenti cartacei da quota associativa, cioè le copie spedite in abbonamento a singoli destinatari membri di un'associazione, devono essere dichiarati dall'editore nell'apposita colonna dei modelli di caricamento. La pubblicazione del dato avviene nella colonna abbonamenti cartacei individuali con la nota: "abbonamenti cartacei da quota associativa".

Gli abbonamenti cartacei da quota associativa possono essere dichiarati a condizione che l'invio regolare e continuativo agli associati di tutti i numeri della testata sia direttamente correlato al pagamento della quota associativa da parte del titolare dell'abbonamento.

Le testate così diffuse possono accedere agli accertamenti ADS purché venga garantita la possibilità di svolgere controlli (quali ad esempio: tiratura, passaggio copie, elenco nominativo degli associati, documenti comprovanti l'avvenuto pagamento della quota) presso l'associazione, l'editore, lo stampatore della testata e presso ogni altro terzo interessato.

Resta inteso che i singoli destinatari degli abbonamenti, di norma postali, devono essere verificabili singolarmente e dunque a ciascun nominativo deve corrispondere un invio e quindi un indirizzo.

In assenza degli elementi di cui sopra e nel caso in cui le copie non siano pagate dal destinatario finale, tali copie devono essere inserite tra gli abbonamenti multipli cartacei. Gli abbonamenti individuali cartacei compresi gli abbonamenti cartacei da quota associativa, sono venduti ad un prezzo uguale o superiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea. Nel caso il prezzo sia inferiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea, tali copie sono da classificare tra gli abbonamenti cartacei promozionali e omaggio.

#### Formato standard

Si intendono le copie cartacee vendute ad un prezzo uguale o superiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea nel formato che l'editore dichiara ad ADS e nel listino pubblicitario al netto delle tolleranze industriali.

Per quanto riguarda i quotidiani, rientrano nel formato standard tutti i formati utilizzati dai differenti centri stampa a condizione che gli stessi siano stati preventivamente comunicati ad ADS nell'ambito della scheda informativa della testata allegata al contratto per la formale richiesta di accertamento.

#### Altri formati

Si intendono le copie cartacee vendute ad un prezzo uguale o superiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea in formati diversi

(maggiori o minori) rispetto al formato standard. Nel caso questo formato, diverso dal formato standard, abbia una base inferiore a 14 cm (al netto delle tolleranze industriali) le copie non sono conteggiate ai fini ADS.

Nel caso il formato standard di una testata abbia una base inferiore a 14 cm le copie sono conteggiate ai fini ADS.

Il numero di copie vendute in altri formati viene pubblicato in nota se presente.

#### Totale formati

Si intende il totale risultante dalla sommatoria delle copie cartacee vendute in formato standard e di quelle vendute in altri formati.

#### Usi vari

Si intende il totale delle copie cartacee destinate agli archivi dell'editore, i giustificativi di pubblicità, le scorte.

Le copie destinate agli usi vari non sono comprese in nessun totale riferito alla diffusione.

#### Copie ridistribuite

Si intende il totale delle copie cartacee rese e ridistribuite dall'editore dopo l'uscita del successivo numero della testata. Queste copie non sono comprese in nessun totale riferito alla diffusione.

#### Copie distribuite Estero

Si intende il totale delle copie cartacee distribuite per la vendita all'estero.

#### Copie rese Estero

Si intende il totale delle copie cartacee invendute all'estero dei numeri di competenza di ciascun mese. Tali copie sono quelle risultanti nelle liquidazioni effettuate dai distributori o dalle rivendite ad invio diretto, tenuto conto dell'accredito effettuato dall'editore o dai distributori.

#### Copie vendute Estero

Si intende il totale delle copie cartacee vendute all'estero ad un prezzo uguale o superiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea non in abbonamento. Le copie vendute si ottengono sottraendo alle copie distribuite le copie rese.

#### Abbonamenti cartacei pagati Estero

Si intende un'offerta commerciale, venduta all'estero ad un prezzo uguale o superiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea, come definito nel regolamento, che prevede la possibilità di acquistare all'estero

un numero di copie cartacee di una testata a scelta del singolo acquirente in un determinato arco temporale.

Tali copie sono spedite in modo continuativo a singoli destinatari, sottoscrittori o beneficiari dell'abbonamento pagato, che deve avere una durata minima di: 1 mese per i quotidiani; 2 mesi per i bisettimanali, i settimanali ed i quindicinali; 3 numeri per i mensili e per le pubblicazioni con periodicità superiore al mese.

La vendita in abbonamento può essere:

abbonamento temporale: l'acquirente acquista le copie cartacee pubblicate in un determinato periodo;

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

L'editore deve attribuire la vendita delle copie alla competenza temporale effettiva.

Abbonamenti cartacei promozionali e omaggio Estero

Si intende un'offerta commerciale che prevede la possibilità di ricevere all'estero un numero di copie cartacee di una testata, in un determinato arco temporale ad un prezzo inferiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea, come definito nel Regolamento, o in omaggio.

Tali copie sono spedite in modo continuativo, a singoli destinatari per un periodo minimo di: 1 mese per i quotidiani; 2 mesi per i bisettimanali, i settimanali e i quindicinali; 3 numeri per i mensili e per le pubblicazioni con periodicità superiore al mese. Le copie relative agli abbonamenti promozionali e omaggio devono essere previste nell'ordine di tiratura.

Copie cartacee promozionali e omaggio Estero

Si intende il totale delle copie cartacee concesse ad un prezzo inferiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea, come definito nel regolamento, o in omaggio nel periodo in cui la testata si trova in vendita.

2.3 Altre definizioni:

Competenza temporale

Per la dichiarazione dei dati mensili e annuali l'editore può scegliere come criterio di competenza la data di copertina o quella di fatturazione. Resta inteso che, una volta individuato, il criterio debba essere mantenuto per tutto il periodo dell'accertamento.

Neutralizzazione dei dati

Quando cause di forza maggiore abbiano impedito il completamento della



tiratura e/o la regolare distribuzione di uno o più numeri della testata, l'editore può effettuare la neutralizzazione dei dati anomali. Dai singoli mesi vengono quindi esclusi i dati relativi ai numeri che hanno subito anomalie e dichiarati i dati relativi ai soli numeri usciti a tiratura completa e distribuzione regolare.

In questo caso in calce ai dati pubblicati viene riportata la nota: "dati medi relativi ai soli numeri usciti a tiratura completa e a diffusione completa".

La neutralizzazione può essere richiesta anche in caso di "eccesso di tiratura e diffusione".

In base ai risultati delle verifiche, ADS si riserva di prendere in considerazione o meno, al fine del rilascio del certificato, i moduli con i dati neutralizzati.

### Certificazioni separate

Vengono considerate come "testata a sé stante" e quindi oggetto di certificazione separata:

- a) il numero del lunedì dei quotidiani con tariffa base differenziata per tutti i tipi di pubblicità commerciale;

il numero del lunedì dei quotidiani con tariffa base unificata può essere assimilato e dunque certificato unitamente all'edizione degli altri giorni della settimana fermi restando il requisito di identità di contenuti redazionali e pubblicitari per ciascun numero messo in vendita previsto all'articolo 2.1.al paragrafo Testata o edizione cartacea dove sono indicati i requisiti di identità delle testate ai fini della certificazione.

- b) Numeri speciali di testate periodiche posti in vendita separatamente dalla testata stessa.

Per numeri speciali si intendono i numeri di una testata posti in vendita separatamente dalla testata stessa che non seguono la numerazione del prodotto.

Per detti numeri speciali, l'editore può inoltrare richiesta di accertamento e sottoscrivere specifico contratto nel caso decida di sottoporre il numero speciale ad accertamento.

### Copie cedute per la successiva commercializzazione abbinata in rete vendita

L'avvenuta cessione di copie cartacee di una testata ad altro editore per la successiva commercializzazione abbinata in edicola e nei punti vendita autorizzati e/o abilitati alla vendita di giornali deve essere comprovata dalla pertinente fatturazione e dal relativo movimento contabile di pagamento, oltre che dalla dichiarazione dell'editore acquirente su come è stata ripartita la vendita in edicola e nei punti vendita autorizzati e/o abilitati alla vendita di giornali, con tutti i dati relativi al distribuito, al reso ed al venduto con la relativa suddivisione provinciale.

Per qualsiasi tipologia di abbinamento di testate appartenenti ad un medesimo editore o a editori differenti ciascuna copia della testata deve essere tracciata contabilmente lungo l'intera filiera distributiva.

Nel caso di commercializzazione abbinata di più varianti di prodotto/edizioni locali di una medesima testata, può essere dichiarata e certificata in ADS esclusivamente la testata per la quale è stato richiesto l'accertamento da parte dell'editore, registrata al Tribunale.

Non è consentita la dichiarazione in ADS dell'abbinamento anche facoltativo di più copie della medesima testata anche nel caso si tratti di edizioni differenti. Ciascuna copia per rientrare tra le vendite individuali deve essere ceduta ad un prezzo uguale o superiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea.

Le copie digitali abbinare agli abbonamenti cartacei sono regolamentate al rispettivo paragrafo di cui al punto 2.1.

### 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 informativa della testata, stampato sulla testata escluse eventuali riduzioni promozionali anche relative a pocket, cut price, abbinamenti, ed eventuali maggiorazioni per effetto di abbinamenti, gadget ecc. Nel caso in cui siano intervenute variazioni rispetto ai dati precedentemente comunicati, l'editore deve inviare una nuova "scheda informativa della testata" trasmettendo copia ai Revisori scelti per la verifica interna.

Nel caso la testata sia venduta al pubblico con prezzi di vendita differenziati sul territorio deve essere considerato il maggiore dei prezzi di vendita al pubblico applicato dall'Editore.

Il prezzo di riferimento nel regolamento ADS è sempre il prezzo di vendita dell'edizione cartacea come qui indicato.

### Classificazione delle copie cartacee in base prezzo

Le copie cartacee, siano esse abbonamenti, copie vendute singolarmente o copie oggetto di vendita congiunta di più testate, devono essere classificate anche in base all'effettiva fascia di prezzo di appartenenza. Rientrano nelle rispettive colonne che compongono il totale diffusione pagata Italia le copie cedute ad un prezzo uguale o superiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea.

Le copie cedute ad un prezzo inferiore al 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea rientrano nelle rispettive colonne, delle copie promozionali e omaggio, che compongono il totale diffusione.

Nel caso degli abbonamenti, tale classificazione deve essere calcolata sul totale corrisposto dall'utente finale diviso per i numeri previsti nell'offerta commerciale.

L'offerta commerciale deve essere chiara e coerente per importi e tempistiche alla fattura e ai documenti contabili.

In caso di modifiche del prezzo in corso d'anno, la variazione ha effetto sugli abbonamenti sottoscritti nel periodo successivo alla variazione stessa.

#### Classificazione delle copie digitali in base alla fascia di prezzo di appartenenza

Le copie digitali, siano esse abbonamenti, copie vendute singolarmente o copie oggetto di vendita congiunta di più testate, devono essere classificate anche in base all'effettiva fascia di prezzo di appartenenza oltre a quanto già specificato in merito alla distinzione tra vendite copie digitali individuali, vendite multiple digitali e copie digitali abbinate agli abbonamenti cartacei.

Nel caso degli abbonamenti digitali, tale classificazione deve essere calcolata sul totale corrisposto dall'utente finale diviso per i numeri previsti nell'offerta commerciale. Il prezzo unitario ottenuto va messo in relazione con il prezzo di riferimento ai fini della corretta classificazione.

L'offerta commerciale deve essere chiara e coerente per importi e tempistiche alla fattura e ai documenti contabili.

In caso di modifiche del prezzo in corso d'anno, la variazione ha effetto sugli abbonamenti sottoscritti nel periodo successivo alla variazione stessa.

#### Acquirente edizione digitale

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 singoli 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 copie digitali vendute singolarmente o di /abbonamenti individuali venduti attraverso negozi online (es. Apple, Amazon, Google Play, Zinio), devono essere disponibili le informazioni preventivamente stabilite da ADS.

#### Destinatario finale

Per destinatario finale si intende il soggetto che fruisce della copia/abbonamento cartacea o digitale. Il destinatario finale può coincidere o meno con l'acquirente: nel caso di vendite individuali il destinatario finale coincide con l'acquirente; nel caso di vendite multiple e copie promozionali omaggio il destinatario finale non coincide con l'acquirente.

## Negozi online

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

## Intermediari copie digitali

Per intermediari copie digitali si intendono gli operatori terzi che distribuiscono copie digitali multiple, multiple promozionali e omaggio. Tali società non possono far parte del Gruppo editoriale dell'editore interessato.

Oltre alle copie digitali multiple e multiple promozionali e omaggio gestite direttamente dall'editore, possono essere dichiarate le sole copie digitali multiple e multiple promozionali e omaggio distribuite tramite piattaforme di intermediari accreditate o in fase di accreditamento. L'elenco delle piattaforme accreditate o in fase di accreditamento degli intermediari è pubblicato sul Sito ADS.

Se un intermediario opera su più piattaforme e i dati delle diverse piattaforme sono sottoposti ad accertamento ADS, ciascuna piattaforma deve essere accreditata.

Non vengono considerati intermediari di copie digitali e pertanto non devono procedere all'accREDITAMENTO da parte di ADS, gli operatori (ad esempio agenzie di promotion e società di servizi di loyalty e rewarding), che acquistano copie o abbonamenti digitali multipli per conto delle aziende clienti, cioè operatori che si occupano della distribuzione dei codici promozionali, ma non gestiscono il processo di attivazione delle copie o degli abbonamenti, che invece avviene direttamente sui sistemi dell'editore o sulla piattaforma di un intermediario accreditato.

## Validità dell'attivazione e tempistiche di rinnovo delle copie digitali multiple, promozionali e omaggio

Per le copie omaggio: l'attivazione deve essere rinnovata allo scadere dell'offerta e comunque non oltre i 12 mesi dalla prima attivazione.

Per le copie multiple o promozionali gestite tramite intermediari: l'attivazione deve essere rinnovata allo scadere del contratto e comunque non oltre i 12 mesi dalla prima attivazione.

Per le copie multiple e promozionali (singole e multiple) pagate, gestite direttamente dall'editore, l'attivazione deve essere rinnovata alla scadenza del contratto e comunque non oltre i 24 mesi dalla prima attivazione.

Per gli abbonamenti multipli carta + digitale: l'attivazione deve essere rinnovata allo scadere dell'offerta e comunque non oltre i 12 mesi dalla prima attivazione.

Possono essere inserite nella dichiarazione mensile stimata (DMS) anche le copie in fase di rinnovo contrattuale e in attesa di rinnovo dell'attivazione degli abbonamenti digitali multipli pagati erogati direttamente dall'editore di durata annuale.

L'attivazione deve essere comunque rinnovata entro la durata dell'abbonamento indicata nel contratto e essere perfezionata entro e non oltre i termini previsti per la dichiarazione contabile.

Nel caso di abbonamenti multipli in fase di rinnovo contrattuale e in attesa di rinnovo dell'attivazione, la decorrenza dell'abbonamento non si calcola a partire dall'attivazione ma deve fare riferimento al periodo dell'abbonamento indicato nel contratto. Non possono essere inseriti nella dichiarazione mensile contabile (DMC) abbonamenti ancora in attesa di attivazione.

In caso di differenze tra dichiarazione statistica e dichiarazione contabile vale quanto previsto ai punti b) e b) 1 dell'allegato I.

#### Offerte "All you can read"

Per offerte *All you can read* si intendono copie digitali di quotidiani e periodici erogate in forma di abbonamenti digitali multi-testata e multi-editore distribuiti da un operatore e pagati dall'utente finale.

Possono essere dichiarate e certificate le sole copie per le testate effettivamente fruite secondo le fasce di prezzo previste nelle vendite copie digitali.

Si tratta di vendite individuali o promozionali che possono essere dichiarate in base al prezzo riconosciuto alla singola testata dalla piattaforma dell'operatore accreditato.

Per dichiarare le copie relative a tali offerte è necessario che la piattaforma utilizzata dall'operatore sia accreditata.

L'operatore deve mettere a disposizione dell'editore un report mensile trasparente per i controlli delle testate fruite/attivate dall'utente finale secondo le caratteristiche comunicate da ADS.

Deve inoltre essere predisposto un report contabile che evidenzia mensilmente la corretta ripartizione contabile delle copie.

Copie digitali cedute a titolo oneroso o gratuito a soggetti appartenenti al gruppo societario dell'editore

Le copie digitali vendute o cedute a titolo gratuito a società facenti parte del Gruppo societario dell'editore non possono essere dichiarate e certificate (es. copie vendute ad una Concessionaria di Pubblicità, che è parte del Gruppo societario).

A tal fine l'editore è tenuto a fornire il documento di autocertificazione firmato dal proprio legale rappresentante secondo il modulo disposto da ADS allegato al presente Regolamento.

Vendite individuali congiunte dell'edizione digitale di più testate

Per quanto riguarda le vendite congiunte dell'edizione digitale di più testate, l'offerta commerciale deve riportare chiaramente le testate abbinate con indicazione dei prezzi di ciascun prodotto e la traccia contabile deve registrare la fatturazione e il pagamento per singola testata venduta per consentire la corretta dichiarazione e il controllo da parte dei Revisori. Pertanto anche in fattura deve essere riportato il dettaglio dei prezzi delle singole testate.

Valore di riferimento delle copie digitali abbinate agli abbonamenti cartacei e delle copie digitali multiple abbinate agli abbonamenti cartacei

Il valore di riferimento nel calcolo della fascia di prezzo di appartenenza è quello corrisposto per l'offerta complessiva (copia carta+ copia digitale) sulla base del prezzo di vendita della copia cartacea come definito nel presente Regolamento.

Nel caso di commercializzazione abbinata di più varianti di prodotto/edizioni locali digitali di una medesima testata, può essere dichiarata e certificata in ADS esclusivamente la testata registrata al Tribunale per la quale è stato richiesto l'accertamento da parte dell'editore.

### ***ART. 3 - PERIODICITA' DEGLI ACCERTAMENTI***

Gli accertamenti riguardano un periodo di dodici mesi completi corrispondenti all'anno solare, ossia dal 1° gennaio al 31 dicembre.

3.1 Per le testate per le quali viene richiesto per la prima volta l'accertamento, il periodo da sottoporre a controllo può anche riguardare:

- a) il periodo dal 1° gennaio al 30 giugno;
- b) il periodo dal 1° luglio al 31 dicembre.

Nel caso a) il secondo accertamento deve riguardare il secondo semestre dello stesso anno; nel caso b) l'intero anno solare successivo. In entrambi i casi il contratto deve riguardare sia il primo che il secondo accertamento.

3.2 Per le nuove testate, per le quali l'editore intende richiedere l'accertamento a partire dall'inizio delle pubblicazioni, il primo periodo da sottoporre a controllo può riguardare:

- a) per le testate che hanno iniziato la pubblicazione nel primo semestre dell'anno, il periodo compreso tra la data di uscita del primo numero e il 31 dicembre dello stesso anno; il secondo accertamento deve riguardare l'intero anno solare successivo;
- b) per le testate che hanno iniziato la pubblicazione nel secondo semestre dell'anno, il periodo di sei mesi consecutivi a partire dalla prima uscita; il secondo accertamento deve riguardare il periodo immediatamente successivo fino al 31 dicembre.

Ogni ulteriore accertamento deve riguardare l'intero anno solare, e così di seguito, affinché i dati abbiano continuità ai fini del controllo e delle conseguenti certificazioni.

In caso di interruzione degli accertamenti per qualsiasi motivo, l'editore ha la facoltà di richiedere un nuovo accertamento dopo che siano trascorsi almeno due anni dalla fine dell'ultimo periodo accertato. Il nuovo accertamento viene considerato a tutti gli effetti come primo accertamento.

## ***ART. 4 - RICHIESTA DI ACCERTAMENTO E FORMALIZZAZIONE DEL CONTRATTO***

### 4.1 Primo accertamento

L'editore comunica ad ADS, per posta elettronica, il nome della testata, la periodicità, i canali distributivi utilizzati ed il periodo per il quale intende richiedere l'accertamento ed invia una copia del prodotto in tutte le edizioni esistenti.

Si ricorda che ogni testata deve garantire corrispondenza tra:

- denominazione della testata nella registrazione del Tribunale,
- denominazione della testata nell'intestazione/titolo del prodotto (cartaceo e digitale);
- denominazione della testata nei dati inseriti nel colophon/gerenza del prodotto (cartaceo e digitale);

- denominazione della testata fornita ad ADS nel Contratto e nella scheda informativa della testata.

Il rispetto di tale corrispondenza deve essere garantita in tutte le eventuali varianti di prodotto/edizioni locali diffuse.

ADS invia all'editore:

- a) testo del contratto per la formale richiesta di accertamento con la precisazione del periodo o dei periodi per i quali l'editore è tenuto a richiedere l'accertamento come precisato al precedente art. 3;
- b) scheda informativa della testata;
- c) comunicazione della disponibilità in formato digitale del Regolamento per l'esecuzione degli accertamenti sul Sito [www.adsnotizie.it](http://www.adsnotizie.it) (di seguito Sito ADS);
- d) comunicazione della disponibilità in formato digitale dell'elenco dei Revisori legittimati ai controlli sul Sito ADS.

Il contratto deve essere restituito dall'editore ad ADS, anche per posta elettronica certificata all'indirizzo disponibile sul Sito ADS con la massima sollecitudine, unitamente alla scheda informativa della testata ed eventualmente della scheda informativa edizione digitale compilate e sottoscritte per ciascuna testata.

Copie del contratto e delle schede dei dati informativi devono essere trasmessi direttamente dall'editore al Revisore incaricato per la verifica interna.

ADS provvede successivamente a comunicare all'Editore le modalità di dichiarazione e di accesso al Sistema di gestione dei dati <http://spring.adsnotizie.it> (di seguito ADS Spring);

Eventuali cambi di periodicità in corso d'anno devono essere tempestivamente comunicati con l'invio di una nuova scheda informativa della testata ad ADS e al Revisore Editore per le opportune modifiche.

#### 4.2 Accertamenti successivi

Per gli accertamenti successivi e comunque a partire dall'accertamento relativo al primo anno solare completo, entro il 30 novembre di ogni anno l'editore deve inviare ad ADS la scheda informativa della testata.

Nel caso in cui in corso di accertamento siano intervenute variazioni rispetto ai dati precedentemente comunicati, in particolare rispetto al prezzo di vendita, o alla periodicità l'editore deve inviare tempestivamente una nuova "scheda informativa della testata" trasmettendo copia ai Revisori scelti per la verifica interna (Revisore Editore).



Qualora la testata venga acquisita da altro editore oppure subisca importanti mutamenti nel nome, nel contenuto o nella veste editoriale, il Consiglio di Amministrazione, sentito il parere della Commissione Lavori, delibera modalità e termini per la continuità di utilizzo della precedente certificazione ADS e per i successivi accertamenti.

Le richieste degli accertamenti successivi al primo vengono definitivamente accolte da ADS solo ed in quanto la testata abbia già ottenuto il certificato per il periodo precedente a quello cui si riferisce la richiesta.

Contestualmente all'invio della scheda informativa della testata, l'editore è tenuto a fornire ad ADS ogni anno copia di un'uscita della testata con le caratteristiche indicate nella scheda informativa e, su richiesta di ADS, in tutte le varianti di prodotto disponibili sul mercato.

#### 4.3 Accertamento dell'edizione digitale di una testata

Per sottoporre ad accertamento l'edizione digitale di una testata:

- 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 (pdf) di un numero 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.

L'editore dichiara sotto la propria responsabilità che l'edizione digitale risponde ai requisiti richiesti dal Regolamento e comunica 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 - REQUISITI E CONDIZIONI DI AMMISSIONE DI UN'EDIZIONE DIGITALE***

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.

#### 5.1 Copie digitali multiple e promozionali omaggio

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 digitali e le copie digitali promozionali e omaggio possono essere dichiarate e accertate a condizione che siano individuabili l'acquirente e il destinatario finale e che le utenze finali siano richieste, attivate dal destinatario finale e verificabili. Per le copie vendute deve essere registrato il prezzo di fatturazione e il pagamento.

La procedura deve essere svolta dal destinatario finale tramite il sistema dell'editore o tramite il sistema accreditato dell'intermediario. Non è ammessa la possibilità di raccogliere i dati del destinatario finale su un sistema diverso da quello sul quale la copia viene attivata e fruita. Il processo di attivazione deve iniziare e concludersi all'interno dello stesso sistema.

Quanto sopra deve avvenire secondo la procedura descritta in dettaglio nell'allegato II che prevede i seguenti passi:

- 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 presso la piattaforma accreditata dell'intermediario indicando nome, cognome, indirizzo e-mail oppure effettua il log-in inserendo le proprie credenziali (id e password) se già registrato. Il sistema dell'editore o dell'intermediario deve comunque essere in grado di richiamare i suddetti dati per consentire il completamento dell'attivazione e correlare una attivazione con i dati del destinatario finale.
- 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).
- 4) 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 autenticazione per proseguire nel processo di attivazione (oppure in alternativa SMS con un codice univoco di autenticazione) e salva le informazioni relative alla transazione. Tale step è necessario per una chiara identificazione dell'utente finale mediante indirizzo email o numero di cellulare.
- 5) Il destinatario finale deve seguire il link ricevuto via mail (o inserisce in un form il codice univoco di autenticazione ricevuto via sms) per finalizzare il processo di attivazione.
- 6) Il sistema dell'editore o dell'intermediario memorizza i dati di avvenuta attivazione secondo lo schema presente nell'allegato II e mette a disposizione la/le copie.

Come specificato nell'Allegato II, nel caso in cui il destinatario finale riceva un codice promozionale, TOKEN, il destinatario finale deve utilizzare il suddetto codice per attivare il servizio. L'editore o l'intermediario deve conservare l'anagrafica associata al suddetto codice. L'utilizzo da parte del destinatario finale di un codice promozionale o token non solleva dall'obbligo di conferma dell'indirizzo email.

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) al fine di consentire la tracciatura dei dati necessari ai controlli.

Le copie multiple e promozionali e omaggio attivate e fruibili esclusivamente attraverso una rete wifi esclusiva, ad esempio 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. E' possibile che nei predetti luoghi si possa dare origine ad abbonamenti solo a condizione che l'offerta sia esplicita e che l'abbonamento sia fruibile indipendentemente dal luogo di attivazione.

La raccolta del device fingerprint e l'invio del link (o dell'SMS) di attivazione per la verifica della validità dell'email (o del numero di cellulare) non possono in nessun caso essere derogati.

Le misure di verifica sono sempre necessarie in fase di attivazione della copia /abbonamento digitale.

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

Per il dettaglio delle casistiche si fa riferimento all'allegato II.

## ***ART. 6 - OBBLIGHI DELL'EDITORE***

L'editore che sottopone ad accertamento una o più testate si impegna ad accettare integralmente e senza riserve, per ciascuna testata e per ogni periodo sottoposto ad accertamento, le norme e le condizioni contenute nel presente Regolamento, 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 del Contratto e della scheda dei dati informativi;
- scegliere, esclusivamente tra quelli legittimati da ADS, i Revisori ai quali intende affidare i controlli interni, autorizzandoli ad inviare ad ADS il proprio rapporto finale ed autorizzarli alla consultazione dei working papers per i controlli indicati nell'articolo articolo I) dell'allegato I.
- trasmettere al più presto e comunque entro i termini stabiliti all'art.8 i moduli di dichiarazione debitamente compilati, datati e sottoscritti dal legale rappresentante secondo le modalità stabilite da ADS;
- accettare il Revisore incaricato da ADS per i controlli esterni, rilasciando manleva per il segreto d'ufficio nonché autorizzazione scritta per abilitarlo a eseguire tutti i controlli previsti presso i distributori locali. Il testo delle lettere deve essere conforme ai facsimili forniti da ADS;
- accettare il Revisore incaricato da ADS per i controlli sui dati mensili contabili

rilasciando manleva per il segreto d'ufficio nonché autorizzazione scritta per abilitarlo a eseguire eventuali controlli richiesti da ADS presso clienti e fornitori;

- inviare a tutti indistintamente i distributori locali interessati alla verifica esterna una lettera che preannuncia la visita del Revisore esterno, come da facsimile fornito da ADS;
- intervenire, se necessario, presso i suddetti distributori locali perché venga assicurata al Revisore esterno la disponibilità di tutti i dati e documenti richiesti per l'espletamento del proprio incarico;
- accettare l'esecuzione di eventuali supplementi d'indagine richiesti dal Consiglio di Amministrazione e/o dalla Commissione Lavori;
- corrispondere ai Revisori incaricati delle verifiche i pagamenti secondo quanto previsto dal Regolamento;
- attenersi al disposto dell'art.14 in merito all'uso del marchio ADS e dei dati certificati;
- riconoscere ad ADS il diritto alla divulgazione dei dati sottoposti ad accertamento ai sensi dell'art. 15;
- Per la comunicazione dei dati, utilizzare il sistema di gestione dei dati ADS Spring, come previsto dal contratto sottoscritto.

L'editore che sottopone ad accertamento anche l'edizione digitale di una propria testata si impegna inoltre a:

- restituire copia sottoscritta dell'allegato in merito alle copie digitali;
- consentire ad ADS l'accesso ai dati e ai documenti utili ai fini della verifica in qualsiasi momento nel corso dell'accertamento richiesto;
- accettare le verifiche relative alle copie digitali attivate (multiple e promozionali e omaggio) da parte della società di controllo scelta da ADS.

Il Consiglio di Amministrazione ADS si riserva 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 digitali promozionali l'editore deve produrre il documento di autocertificazione firmato dal proprio legale rappresentante, secondo il modulo predisposto da ADS allegato al presente Regolamento.

L'editore è responsabile di tutti i dati dichiarati ad ADS, inclusi quelli elaborati da intermediari e/o terze parti, che siano stati incaricati dall'editore per la diffusione delle precitate copie digitali ("Intermediari").

Pertanto, anche in caso di non conformità accertate dal Revisore ADS o dalla Società incaricata da ADS, rispetto a dati su vendite o promozioni di copie digitali operate da tali Intermediari per conto dell'editore, risponde l'editore stesso, che è pertanto tenuto alle eventuali rettifiche e a quanto previsto dal presente Regolamento in merito alle differenze riscontrate.

La Commissione Lavori, in caso di inadempienza, avvia prontamente il procedimento di cui al Regolamento sulle Procedure Istruttorie.

L'inadempienza da parte dell'editore di uno qualsiasi degli obblighi previsti ai punti precedenti può determinare la sospensione della pubblicazione dei dati o l'esclusione della testata dagli accertamenti.

## ***ART. 7 - OBBLIGHI DEGLI INTERMEDIARI COPIE DIGITALI***

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
- Visura camerale completa
- Nome della piattaforma/e che si intende/ono accreditare e 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 e dei sistemi operativi alle norme stabilite dal presente Regolamento compresi allegati I, I bis, II e IV.

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 almeno una volta l'anno per rinnovare l'accreditamento. Resta inteso che nel caso l'intermediario modifichi o implementi la piattaforma accreditata in corso d'anno, deve informare ADS che provvede ad avviare la verifica relativa al mantenimento nel tempo dei requisiti.

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 del Revisore incaricato 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 la piattaforma accreditata con specifica dell'operatore viene inserita nell'elenco degli intermediari accreditati pubblicato sul sito [adsnotizie.it](http://adsnotizie.it)

Sentito il parere della Commissione Lavori, il Consiglio di Amministrazione ha la facoltà di escludere, in qualsiasi momento, gli intermediari per qualsiasi motivo inadempienti dall'elenco degli intermediari accreditati pubblicato sul sito [adsnotizie.it](http://adsnotizie.it).

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, compresi allegati I, I bis II e IV nonché le norme sulle procedure di accertamento che ne possono derivare.

L'intermediario deve produrre, unitamente al contratto e a seguire ogni anno, unitamente alla scheda di rinnovo della richiesta di accreditamento, il documento di autocertificazione firmato dal proprio legale rappresentante, secondo il modulo predisposto da ADS allegato al presente Regolamento in merito al rispetto dei requisiti di onorabilità di seguito descritti all'allegato IV c).

## ***ART. 8 - DICHIARAZIONE DELL'EDITORE***

L'editore è tenuto a fornire ad ADS la dichiarazione dei dati per ciascuna testata per la quale ha richiesto l'accertamento anche per l'edizione digitale se richiesto. A tale scopo deve produrre le seguenti dichiarazioni utilizzando il sistema di gestione dei dati ADS Spring in conformità alle definizioni contenute nel presente Regolamento.

### **8.1 DICHIARAZIONI MENSILI**

#### **8.1.1 Dati mensili stimati (DMS)**

L'editore è obbligatoriamente tenuto a fornire mensilmente ad ADS la "Dichiarazione mensile stimata" per ciascuna propria testata sottoposta ad accertamento e per ciascun mese dell'anno, utilizzando il modulo DMS che deve essere trasmesso entro il termine tassativo di:

- un mese dalla fine del mese di competenza temporale per i quotidiani e i settimanali,
  - due mesi dalla fine del mese di competenza temporale per i mensili.
- Il Mod. DMS deve contenere tutti i dati relativi ai numeri della testata dichiarati nel mese.
- il Mod. DMS deve essere trasmesso mensilmente fin dal primo mese per

il quale è stato richiesto l'accertamento ADS.

Nel caso in cui in un mese non si verificassero uscite, l'editore è ugualmente tenuto a trasmettere il Mod. DMS sul quale segnalerà l'assenza di uscite in quel mese.

L'editore che intende avvalersi della facoltà di neutralizzazione dei dati, deve inviare per il mese interessato alla neutralizzazione due moduli:

- Mod. DMS contenente tutti i dati relativi ai numeri della testata dichiarati

  - nel mese compresi quelli che hanno subito anomalie;

- Mod. DMSN contenente i dati relativi ai soli numeri dichiarati nel mese a tiratura completa ed a distribuzione regolare. Dai singoli mesi dovranno quindi essere esclusi i dati relativi ai numeri che hanno subito anomalie.

In calce a questo secondo modulo deve essere riportata la nota: "dati medi relativi ai soli numeri usciti a tiratura completa ed a diffusione completa".

Assieme a detti moduli, l'editore deve anche inviare ad ADS l'elenco dei numeri neutralizzati pubblicati nel mese interessato, precisando le cause che hanno determinato la richiesta di neutralizzazione.

Per i quotidiani, qualora l'editore non fosse in grado di determinare le rese effettive del numero o dei numeri che intende neutralizzare, alle copie distribuite nel mese oggetto di neutralizzazione deve essere applicata la percentuale di resa del mese interessato risultante dai moduli non neutralizzati (resa diviso distribuito).

Per i quotidiani posti in vendita con prezzo maggiorato (in quanto venduti sistematicamente con supplemento) e per le testate periodiche, qualora l'editore non fosse in grado di determinare le rese effettive del numero o dei numeri che intende neutralizzare, alle copie distribuite nel mese oggetto di neutralizzazione deve essere applicata la percentuale di resa del primo mese precedente non oggetto di neutralizzazione (resa diviso distribuito).

La mancata presentazione del Mod. DMS per la dichiarazione entro il termine stabilito comporta l'automatica esclusione dalla pubblicazione dei dati relativi alle dichiarazioni mensili stimate predisposte dall'editore per il mese in cui si è verificata la mancata presentazione. In loro vece ADS pubblica la nota: "I dati non vengono pubblicati per omessa dichiarazione da parte dell'editore".

I dati mancanti o eventuali rettifiche vengono pubblicati il mese successivo.

L'editore, che non avesse provveduto all'invio dei dati nei termini stabiliti, è comunque sempre obbligatoriamente tenuto a far pervenire ad ADS al più presto i Moduli DMS contenenti le Dichiarazioni mensili per tutti i mesi, compresi anche quelli di cui al precedente punto ed al fine di permettere l'effettuazione dei controlli necessari all'indispensabile "quadratura" dei dati stessi, prima su base mensile e poi su base annuale e per la pubblicazione.



I dati contenuti nelle dichiarazioni mensili stimate sono oggetto di pubblicazione da parte di ADS di norma entro i sette giorni successivi alla scadenza fissata sotto la diretta, completa ed esclusiva responsabilità dell'editore interessato.

Per le testate per le quali sia stato dall'editore regolarmente richiesto per la prima volta l'accertamento ADS, la prima dichiarazione mensile viene pubblicata dopo la comunicazione ad ADS del dato contabile relativo al primo mese dichiarato e dunque ad avvenuto controllo di coerenza tra i dati relativi al primo mese dichiarato e i dati contabili riferiti allo stesso mese.

Per le testate al primo accertamento, la pubblicazione dei dati avviene evidenziando la seguente nota : "testata non ancora certificata da ADS".

Eventuali segnalazioni di errori materiali che modifichino esclusivamente in incremento le copie dichiarate, oppure eventuali riclassificazioni di copie, dovranno essere oggetto di comunicazione formale alla Segreteria entro sette giorni dalla pubblicazione del dato stimato.

La correzione sarà apportata solo dopo opportuna valutazione da parte della Commissione Lavori e in ogni caso resa pubblica.

#### 8.1.2 Dati mensili contabili (DMC)

L'editore è tenuto a fornire ad ADS mensilmente la "Dichiarazione mensile contabile" per ciascuna propria testata sottoposta agli accertamenti ADS e per ciascun mese dell'anno, utilizzando il modulo DMC che deve essere trasmesso entro il termine tassativo di sette mesi dalla fine del mese di competenza temporale per tutte le testate sottoposte ad accertamento.

Il Mod. DMC deve contenere tutti i dati relativi ai numeri della testata dichiarati nel mese.

Il Mod. DMC deve essere trasmesso mensilmente fin dal primo mese per il quale è stato richiesto l'accertamento ADS.

Nel caso in cui in un mese non si verificassero uscite, l'editore è ugualmente tenuto a trasmettere il Mod. DMC sul quale segnala l'assenza di uscite in quel mese.

L'editore che intende avvalersi della facoltà di neutralizzazione dei dati, deve inviare per il mese interessato alla neutralizzazione due moduli:

- Mod. DMC contenente i dati relativi ai numeri della testata dichiarati nel mese compresi quelli che hanno subito anomalie
- Mod. DMCN contenente i dati relativi ai soli numeri dichiarati nel mese a tiratura completa ed a distribuzione regolare.

Dai singoli mesi devono quindi essere esclusi i dati relativi ai numeri che hanno subito anomalie.

In calce a questo secondo modulo deve essere riportata la nota: "dati medi relativi ai soli numeri usciti a tiratura completa ed a diffusione completa".

Assieme a detti moduli, l'editore deve anche inviare ad ADS l'elenco dei

numeri neutralizzati pubblicati nel mese interessato, precisando le cause che hanno determinato la richiesta di neutralizzazione.

La mancata presentazione del Mod. DMC entro il termine stabilito comporta l'automatica esclusione dalla pubblicazione dei dati relativi alle "Dichiarazioni mensili stimate" per i mesi in cui si è verificata la mancata presentazione della "Dichiarazione mensile contabile", in loro vece ADS pubblica la nota : "I dati non vengono pubblicati per omessa Dichiarazione dei dati contabili da parte dell'editore".

Solo ad avvenuta comunicazione dei dati contabili mancanti, ADS riprenderà la pubblicazione delle dichiarazioni mensili per la Testata interessata.

I dati contenuti nelle "dichiarazioni mensili contabili" presentate da ogni editore per ognuna delle sue testate sottoposte ad accertamento ADS, sono oggetto di pubblicazione da parte di ADS di norma entro i sette giorni lavorativi successivi alla scadenza fissata sotto la diretta, completa ed esclusiva responsabilità dell'editore interessato.

Per le testate al primo accertamento, la pubblicazione dei dati avviene evidenziando la seguente precisazione: "testata non ancora certificata da ADS".

### 8.1.3 Pubblicazione dei dati mensili stimati relativi alle edizioni digitali

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

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

## 8.2 DICHIARAZIONE TERRITORIALE STIMATA (DTS)

L'editore è obbligatoriamente tenuto a fornire ad ADS la dichiarazione media territoriale stimata DTS entro il 30 aprile dell'anno successivo utilizzando il modulo 114 S.

Relativamente al Mod. 114 S (ripartizione media territoriale della distribuzione e della diffusione Italia, dati dichiarati dall'editore sotto la propria responsabilità), l'editore fornisce per la parte inerente alla diffusione, i dati riguardanti il "totale provincia" e "% sul totale nazionale".

Nella colonna distribuzione media Italia le copie relative alle copie distribuite e le copie relative agli abbonamenti individuali pagati, agli abbonamenti da quota associativa, agli abbonamenti cartacei promozionali e omaggio devono essere necessariamente comprese nei dati dichiarati per ciascuna provincia.

Nella colonna diffusione media Italia le copie relative alle vendite

individuali cartacee, agli abbonamenti individuali pagati, agli abbonamenti da quota associativa, agli abbonamenti cartacei promozionali e omaggio, alle copie cartacee da coupons gratuiti devono essere necessariamente comprese nei dati dichiarati per ciascuna provincia.

Le copie relative alle vendite multiple cartacee possono essere comprese nei dati dichiarati per ciascuna provincia sia nella colonna distribuzione media Italia che nella colonna diffusione media Italia, oppure essere indicate in totale separatamente sotto “vendite multiple cartacee non ripartite”.

Le copie relative agli abbonamenti multipli cartacei possono essere comprese nei dati dichiarati per ciascuna provincia sia nella colonna distribuzione media Italia che nella colonna diffusione media Italia, oppure essere indicate in totale separatamente sotto “abbonamenti multipli cartacei non ripartiti”.

Le copie relative alle copie promozionali e omaggio cartacee possono essere comprese nei dati dichiarati per ciascuna provincia sia nella colonna distribuzione media Italia che nella colonna diffusione media Italia, oppure essere indicate in totale separatamente sotto “altro”.

L'editore deve procedere ad una corretta e accurata compilazione della modulistica avvalendosi della collaborazione dei distributori e utilizzando, criteri statistici/stime percentuali per una corretta e precisa suddivisione e valorizzazione dei dati diffusionali per ogni singola provincia. Nell'elaborazione del dato devono essere utilizzati i dati contabili per tutti i mesi disponibili e i dati statistici riferiti ai restanti mesi non ancora contabilizzati.

Nel caso l'editore si avvalga della facoltà di neutralizzazione dei dati deve compilare il Mod.114 SN con i dati riguardanti tutti i numeri effettivamente usciti nel periodo sottoposto ad accertamento (compresi quelli che hanno subito anomalie) e una seconda serie di moduli con i dati relativi ai soli numeri usciti a tiratura completa e con distribuzione regolare.

Il Mod. 114 SN può eventualmente essere compilato applicando al totale delle copie distribuite e delle copie diffuse in Italia le corrispondenti percentuali provinciali risultanti dal Mod. 114 S non neutralizzato.

In caso di neutralizzazione il Mod DTS deve riportare i dati neutralizzati. In calce viene riportata la nota: “dati medi relativi ai soli numeri usciti a tiratura e diffusione completa.”

La mancata presentazione del modulo 114 S entro il termine stabilito comporta l'automatica esclusione dalla pubblicazione dei dati relativi alla dichiarazione media territoriale della diffusione stimata predisposta dall'editore. In loro vece ADS pubblica la nota: “I dati non vengono pubblicati per omessa dichiarazione da parte dell'editore”.

I dati mancanti o eventuali rettifiche vengono pubblicati il mese successivo alla comunicazione.

I dati territoriali stimati DTS vengono pubblicati di norma entro i sette giorni lavorativi successivi alla scadenza fissata sotto la diretta, completa ed esclusiva responsabilità dell'editore interessato.

Per le testate che hanno richiesto per la prima volta l'accertamento, i dati territoriali stimati DTS devono essere regolarmente comunicati a partire dal primo accertamento ma non vengono pubblicati. La pubblicazione avviene a partire dal secondo accertamento.

### 8.3 DICHIARAZIONE ANNUALE

L'editore è tenuto a fornire ad ADS la dichiarazione dei dati annuali per ciascuna testata per la quale ha richiesto l'accertamento.

A tale scopo deve compilare i seguenti moduli:

- Modd. 111, 112, 113qu, 114, 115 e 116 ADS per i quotidiani;
- Modd. 111, 112, 113pe, 114, 115 e 116 ADS per i settimanali e per le pubblicazioni con più di un numero al mese;
- Modd. 111, 114, 115 e 116 ADS per le pubblicazioni con un numero al mese o con meno di dodici numeri all'anno.

I suddetti moduli devono essere trasmessi ad ADS, secondo le modalità previste, al massimo entro 7 mesi dalla fine del periodo per il quale è stato richiesto l'accertamento.

Per i quotidiani posti in vendita con prezzo maggiorato (in quanto venduti sistematicamente con supplemento), qualora nel corso dell'anno venissero sospese le uscite del supplemento, i dati relativi ai numeri del quotidiano usciti senza supplemento devono essere dichiarati unitamente a quelli degli altri numeri della settimana. Entrambe le dichiarazioni devono riportare in calce apposita nota.

Per la compilazione della dichiarazione dei dati, l'editore deve tenere presente quanto segue:

- a) Le copie ritirate nei punti vendita con buoni sostitutivi dell'abbonamento devono essere sottratte dal totale delle copie distribuite e vendute, se già comprese tra quelle degli abbonamenti.
- b) Le copie consegnate gratuitamente dai punti vendita, a fronte di coupons, devono essere dichiarate nell'apposita colonna prevista nei moduli.
- c) Relativamente al Mod. 114 (ripartizione media terri
- d) toriale della distribuzione e della diffusione Italia), l'editore fornisce per la parte inerente alla diffusione, i dati riguardanti il "totale provincia" e

“% sul totale nazionale.

Nella colonna distribuzione media Italia, le copie relative alle copie distribuite e le copie relative agli abbonamenti individuali pagati, agli abbonamenti da quota associativa, agli abbonamenti gratuiti, devono essere necessariamente comprese nei dati dichiarati per ciascuna provincia.

Nella colonna diffusione media Italia, le copie relative alle vendite individuali cartacee, agli abbonamenti individuali pagati, agli abbonamenti da quota associativa, agli abbonamenti gratuiti, alle copie da coupons gratuiti, devono essere necessariamente comprese nei dati dichiarati per ciascuna provincia.

Le copie relative alle vendite multiple cartacee possono essere comprese nei dati dichiarati per ciascuna provincia sia nella colonna distribuzione media Italia che nella colonna diffusione media Italia oppure essere indicate in totale separatamente sotto “vendite multiple cartacee non ripartite”.

Le copie relative agli abbonamenti multipli cartacei possono essere comprese nei dati dichiarati per ciascuna provincia sia nella colonna distribuzione media Italia che nella colonna diffusione media Italia, oppure essere indicate in totale separatamente sotto “abbonamenti multipli cartacei non ripartiti”.

Le copie relative alle copie promozionali e omaggio cartacee possono essere comprese nei dati dichiarati per ciascuna provincia sia nella colonna distribuzione media Italia che nella colonna diffusione media Italia, oppure essere indicate in totale separatamente sotto “altro”.

L'editore deve procedere ad una corretta e accurata compilazione della modulistica avvalendosi della collaborazione dei distributori e utilizzando, se necessario, criteri statistici/stime percentuali per una corretta e precisa suddivisione e valorizzazione dei dati diffusionali per ogni singola provincia.

Resta inteso che ai fini delle verifiche previste dal Regolamento ADS i dati riferiti ai distributori locali devono essere ricostruibili a livello documentale e riconciliabili contabilmente da parte dei Revisori.

Nel caso l'editore si avvalga della facoltà di neutralizzazione dei dati deve compilare la serie dei moduli di cui al primo capoverso con i dati riguardanti tutti i numeri effettivamente usciti nel periodo sottoposto ad accertamento (compresi quelli che hanno subito anomalie) e una seconda serie di moduli con i dati relativi ai soli numeri usciti a tiratura completa e con distribuzione regolare. Dai singoli mesi devono quindi essere esclusi i dati relativi ai numeri che hanno subito anomalie.

Il Mod. 114 può eventualmente essere compilato applicando al totale delle copie distribuite e delle copie diffuse in Italia le corrispondenti percentuali provinciali risultanti dal Mod. 114 non neutralizzato.

In caso di neutralizzazione i Modd. 115 e 116 devono riportare i dati neutralizzati. In calce a detti moduli viene riportata la nota: "dati medi relativi ai soli numeri usciti a tiratura e diffusione completa."

In base ai risultati delle verifiche, ADS si riserva di prendere in considerazione o meno, al fine del rilascio del certificato, i moduli con i dati neutralizzati.

L'Editore deve inoltre trasmettere contestualmente all'invio dei moduli annuali, a seguito della comunicazione da parte di ADS dei mesi oggetto di verifica, i seguenti moduli:

- il Mod.120 con riferimento alla provincia estratta di cui al punto 8.3.3 indicata e secondo i criteri statistici adottati per la dichiarazione del mod.114.
- il Mod. 121 per ogni singolo distributore attivo nella provincia estratta con riferimento al mese estratto di cui al punto 8.3.5 a) che deve contenere:
  - a) copie distribuite e quindi fatturate nel mese estratto;
  - b) copie rese risultanti dalla liquidazione effettuate dal distributore locale a fronte delle copie distribuite nel mese interessato, tenuto conto dell'accredito effettuato dall'editore o dal distributore unico.

Gli editori devono comunicare le sole copie distribuite e rese relative alla provincia estratta se le stesse risultano da uno specifico estratto conto o da una specifica separazione nell'ambito dell'estratto conto; diversamente l'editore deve comunicare tutte le copie fornite e rese di tale distributore se relative alla provincia estratta e ad altre province.

Qualora nella provincia estratta non sia operativo alcun distributore e solo in tale caso, gli editori devono comunicare i dati del distributore che comunque fornisce i punti di vendita della provincia estratta anche se operativo in altra provincia.

Gli editori devono far pervenire tramite posta elettronica certificata o tramite raccomandata:

a) al Revisore esterno:

- lettera di incarico e di manleva, nonché la lettera di autorizzazione di cui all'art.6;
- comunicazione di pagamento della fattura;

b) ad ogni singolo distributore locale della provincia estratta con riferimento al mese estratto:

- lettera che preannuncia la visita del verificatore esterno, come precisato all'art.6.

### 8.3.1 Procedure relative ai Mod.120 e 121

La Commissione Lavori in via preliminare:

8.3.2 procede alla formazione di gruppi di testate nel modo seguente:

- a) identifica, sulla base dei dati riferiti alla distribuzione, le regioni "comuni" e cioè quelle la cui somma in ordine decrescente dia un assorbimento totale dell'80% per i periodici e per i quotidiani pluriregionali;
- b) provvede all'estrazione casuale di una regione tra le rimanenti con assorbimento del 20% della distribuzione per i periodici e per i quotidiani pluriregionali.

I quotidiani monoregionali, ossia quelli che diffondono oltre l'80% nella regione sede di edizione, possono di norma far parte di un gruppo quando vi sia coincidenza tra la provincia estratta, di cui all'articolo 8.3.3 ed una delle province della regione.

I quotidiani monoprovinciali, ossia quelli che diffondono oltre l'80% nella provincia sede di edizione, possono di norma far parte di un gruppo quando vi sia coincidenza tra la provincia estratta, di cui all'articolo 8.3.3, e quella di edizione.

I gruppi possono essere formati anche da una sola testata o da testate facenti capo ad un unico editore.

Le testate di cui ai punti 8.3.2.a) e 8.3.2.b) possono singolarmente costituire gruppo a sé, qualora il periodo di accertamento non dovesse coincidere con quello di altre testate.

8.3.3 Estrae, fra tutte le province delle regioni come sopra individuate, una provincia comune a periodici e quotidiani pluriregionali facenti parte di ogni gruppo di testate;

8.3.4 Comunica a ciascun editore che la provincia estratta per ciascuna testata sottoposta ad accertamento è indicata sul mod.120 disponibile sul sistema ADS Spring.

8.3.5 Estrae inoltre per tutte le testate facenti parte di ciascun gruppo:

- a) un mese tra quelli oggetto di accertamento, comune a tutte le testate del gruppo, utile ai fini delle verifiche esterna ed interna;
- b) altri due mesi non consecutivi utili ai fini della verifica interna.

8.3.6 Comunica agli editori anche l'esito delle estrazioni, informandone contemporaneamente i verificatori incaricati dei controlli esterno ed interno.

## **ART. 9 VERIFICHE E CONTROLLI DI COERENZA DEI DATI**

9.1. Per le testate sottoposte ad accertamento, la Commissione Lavori dispone:

- a) controlli di coerenza sui dati mensili stimati;
- b) controlli di coerenza tra dati mensili stimati e dati mensili contabili;
- c) controlli di coerenza tra dichiarazione territoriale stimata e dichiarazione territoriale contabile;
- d) Controlli di coerenza delle uscite effettive nel periodo;
- e) revisione annuale: verifiche con rilevazioni interne;
- f) revisione annuale: verifiche con rilevazioni esterne;
- g) verifiche presso gli editori relative alle copie digitali multiple, promozionali e omaggio attivate;
- h) verifiche presso gli intermediari relative alle copie digitali multiple, promozionali e omaggio attivate;
- i) revisione anticipata straordinaria;
- j) verifiche dei working papers;

9.2. Le modalità di esecuzione delle verifiche e dei controlli di coerenza sopra elencati sono indicate nell'allegato I al presente Regolamento (*“Modalità di esecuzione delle verifiche e dei controlli di cui all’art. 9”*).

## **ART. 10 - REVISORI E SOCIETA' LEGITTIMATI AI CONTROLLI**

Ove, ai sensi del presente Regolamento, le verifiche e i controlli di coerenza di cui all’art. 9 che precede prevedano il coinvolgimento e/o il supporto di Revisori, ovvero siano interamente ad essi affidati, detti Revisori sono scelti tra le società previamente accettate dal Consiglio di Amministrazione ed inserite nell’elenco dei Revisori accreditati ai controlli.

Le modalità di presentazione della domanda di ammissione all’elenco e la disciplina della procedura di accreditamento sono indicate nell’Allegato III al presente Regolamento (*“Accreditamento dei Revisori”*).

Ove, ai sensi del presente Regolamento, le verifiche e i controlli di coerenza di cui all’art. 9 che precede prevedano il coinvolgimento e/o il supporto della Società incaricata da ADS per le verifiche sulle copie digitali attivate, ovvero siano interamente ad essa affidati, detta Società è scelta dal Consiglio di Amministrazione tra Società in possesso dei requisiti professionali e tecnici necessari.

La società incaricata da ADS è indicata sul sito ads sotto Società per le verifiche sulle copie digitali attivate.

## **ART. 11 - ESITO DELLA REVISIONE ANNUALE**

di cui ai punti d), e) Articolo 9.1



11.1. La Commissione Lavori esamina prontamente le risultanze degli accertamenti condotti ai sensi dell'art. 9 che precede, unitamente ai report prodotti dai Revisori incaricati, provvedendo, se del caso, a chiedere ai Revisori tutti gli approfondimenti ritenuti necessari.

11.2. Qualora, sulla base dei risultati degli accertamenti compiuti, ritenga di non dover sollevare obiezioni - non emergendo incoerenze o scostamenti significativi tra dati trasmessi dall'editore e dati accertati, né alcuna irregolarità attribuibile alla condotta dell'Editore - la Commissione Lavori trasmette al Consiglio di Amministrazione parere positivo in ordine al rilascio del certificato richiesto.

11.3. Qualora, per converso, dagli accertamenti compiuti non sia stato possibile giungere ad una conclusione certa in ordine all'attendibilità o coerenza dei dati trasmessi, e/o il Revisore incaricato non sia stato in grado, per qualsiasi ragione, di giungere ad una conclusione sull'attendibilità di tali dati, la Commissione Lavori avvia prontamente il procedimento di cui al Regolamento sulle Procedure Istruttorie, informando l'Editore del fatto che: (i) sino alla conclusione di tale procedimento non potrà essere rilasciato il certificato richiesto; (ii) in base alle risultanze del procedimento istruttorio, potranno essere applicate nei suoi confronti le sanzioni di cui all'art. 12 che segue.

## ***ART. 12 - SANZIONI***

12.1. Qualora, in esito al procedimento istruttorio avviato dalla Commissione Lavori, risulti confermato lo scostamento, l'incongruenza o l'inattendibilità dei dati trasmessi dall'Editore, il Consiglio di Amministrazione di ADS, nel rispetto di quanto previsto dal Regolamento sulle Procedure Istruttorie, può:

- (i) nel caso in cui risulti accertato uno scostamento tra dati contabili e dati compreso (e uguale) a 2% e 3% del totale diffusione cartacea + digitale, o qualsiasi altra incongruenza dei dati di lieve entità e attribuibile ad una condotta accidentale o meramente colposa da parte dell'Editore, disporre il rilascio del certificato previo inserimento nello stesso certificato di una nota che dia atto di tale incongruenza, da estendersi anche alle dichiarazioni dei dati mensili in corso per i 12 mesi successivi;
- (ii) nel caso in cui risulti accertato uno scostamento compreso (e uguale) a 3% e 5% del totale diffusione cartacea + digitale, disporre l'inserimento di una nota sul certificato, nonché la sospensione della dichiarazione mensile stimata per i 6 mesi successivi (sospensione da pubblicarsi sul sito Adsnotizie.it);
- (iii) nel caso in cui risultino accertati scostamenti superiori (o uguali) al 5% del totale diffusione cartacea + digitale, o comunque incongruenza dei dati da attribuirsi ad azioni o omissioni volontarie dell'Editore interessato, negare il rilascio del certificato e disporre la sospensione

della certificazione per un periodo pari ad un anno, trascorso il quale l'Editore può inoltrare ad ADS nuova richiesta di accertamento, della quale viene data comunicazione sul sito Adsnotizie.it In questo caso, ove la nuova richiesta sia accolta, l'accertamento viene considerato a tutti gli effetti come primo accertamento.

**tabella riassuntiva**

<b>entità dello scostamento</b>	<b>Sanzione</b>
da > = 2% a 3%	rilascio certificato con nota anche sulle dichiarazioni mensili per 12 mesi e pubblicazione sul Sito
da > = 3% a 5%	rilascio certificato con nota e sospensione dichiarazioni mensili per 6 mesi e pubblicazione sul Sito
da > = 5%	diniego del certificato ed esclusione dalla certificazione per 1 anno e pubblicazione sul Sito

12.2. Restano ferme le sanzioni contemplate dall'Allegato I al presente Regolamento in relazione a singole procedure di controllo e verifiche di congruenza.

12.3. In tutti i casi nei quali il presente regolamento, ivi compreso il suo Allegato I, preveda l'irrogazione di sanzioni in capo agli Editori, la Commissione Lavori è tenuta a dare avvio al procedimento istruttorio, e a condurre tale procedimento nel rispetto di quanto previsto nel Regolamento sulle procedure istruttorie.

In particolare, per quanto riguarda gli esiti dei controlli relativi ai dati dichiarati di cui ai punti b), c), f), g), h) dell'articolo 9.1 nei quali siano riscontrate differenze o anomalie rispetto a quanto previsto dal Regolamento, la Commissione Lavori avvia prontamente il procedimento di cui al Regolamento sulle Procedure Istruttorie.

12.4. Le sanzioni contemplate dal presente Regolamento e/o dai suoi allegati sono irrogate dal Consiglio di Amministrazione nel rispetto dei principi di ragionevolezza e proporzionalità. A tal fine, ove disponga l'applicazione di una sanzione, il Consiglio di Amministrazione tiene conto dell'esistenza di circostanze attenuanti, con particolare riferimento al carattere di eccezionalità e di irripetibilità delle incongruenze o difformità riscontrate, all'assenza di precedenti a carico dell'editore, e/o alla involontarietà della condotta dell'Editore interessato.

12.5. Tutte le sanzioni contemplate dal presente Regolamento e/o dai suoi allegati sono soggette ai mezzi di impugnazione indicati nel Regolamento sulle Procedure Istruttorie.

12.6 Tutte le sanzioni irrogate in via definitiva dal Consiglio di Amministrazione sono oggetto di pubblicazione sul Sito [www.adsnotizie.it](http://www.adsnotizie.it) e vengono menzionate in nota a corredo dei dati pubblicati per sei mesi dall'emissione della sanzione.

### **ART. 13 - CERTIFICATO ADS**

Il certificato ADS, che viene rilasciato all'editore della testata accertata, contiene:

- marchio ADS, numero progressivo e data di rilascio;
- nome dell'editore, della testata e relativa periodicità;
- periodo sottoposto ad accertamento;
- numeri nel periodo;
- tiratura media;

Totale vendite individuali:

vendite individuali cartacee; abbonamenti individuali cartacei pagati;  
vendite copie digitali individuali;

Totale vendite multiple:

- vendite multiple cartacee; abbonamenti multipli cartacei; vendite multiple digitali, pagati da terzi.

**TOTALE DIFFUSIONE PAGATA ITALIA**

(Totale Vendite individuali + Totale vendite multiple)

Copie digitali abbinare agli abbonamenti cartacei

Copie promozionali e omaggio:

copie promozionali e omaggio cartacee; abbonamenti promozionali e omaggio cartacei; copie da coupons gratuiti cartacei; copie digitali promozionali e omaggio;

**TOTALE DIFFUSIONE PROMOZIONALE E OMAGGIO  
ITALIA**

Eestero;

**TOTALE DIFFUSIONE CARTACEA E DIGITALE**

(Totale diffusione pagata Italia + copie digitali abbinare agli abbonamenti cartacei + Totale diffusione promozionale e omaggio Italia + Estero)

Costituiscono parte integrante del certificato copia dei moduli di dichiarazione dell'editore allegati al rapporto conclusivo della verifica

interna (Modd. 111,112, 113, 114 ADS per i quotidiani e per le pubblicazioni con più di un numero al mese; Modd. 111 e 114 ADS per le pubblicazioni con un numero al mese o con meno di dodici numeri all'anno).

Qualora il certificato venga rilasciato sulla base dei dati neutralizzati, lo stesso reca in calce la dicitura "dati medi relativi ai soli numeri usciti a tiratura e diffusione completa". In tale caso costituiscono parte integrante del certificato le due serie di moduli relative.

A precisazione dei dati certificati, su conforme proposta della Commissione Lavori, sia sul certificato che sui relativi allegati possono essere apposte specifiche annotazioni.

Il certificato ADS viene rilasciato in forma digitale. Un codice univoco di autenticità "Secure Code" consente la verifica della correttezza dei dati in esso contenuti.

Il certificato ADS diventa esecutivo, e può essere reso pubblico, trascorsi dieci giorni dalla data del suo rilascio.

Il certificato ADS ha validità per un anno dalla data del suo rilascio.

## ***ART. 14 - USO DEL MARCHIO E DEI DATI CERTIFICATI***

L'editore è autorizzato ad avvalersi del marchio ADS per la testata per la quale ha ottenuto il primo certificato dopo che lo stesso sia divenuto esecutivo ai sensi dell'art.13.

L'editore che intende riprodurre il marchio ADS sulla testata per la quale ha ottenuto il certificato ADS, ha l'obbligo di apporre accanto al marchio il numero dell'ultimo certificato ottenuto, la data del suo rilascio e il periodo accertato.

L'editore che intende pubblicare i dati accertati, ha l'obbligo di citare ADS o di riprodurre il marchio e di fare riferimento al periodo cui i suddetti dati si riferiscono, citando altresì il numero e la data del relativo certificato.

La validità del certificato e l'autorizzazione all'uso del marchio ADS decadono trascorso un anno dalla data di rilascio del certificato stesso.

L'editore è autorizzato a continuare ad utilizzare il marchio ADS e i dati certificati a condizione che richieda l'accertamento per il periodo successivo ai sensi dell'art.4.2 e purché non si sia verificata alcuna interruzione negli accertamenti.

Il nome ADS può essere usato da terzi solo ed esclusivamente con specifico riferimento all'attività di accertamento della tiratura e della diffusione svolta da ADS o per conto di ADS stessa.

A salvaguardia del proprio nome e del proprio marchio, ADS si riserva il diritto di agire nei confronti di chiunque utilizzi il nome e/o il marchio ADS:

- abusivamente o impropriamente;
- in modo non conforme alle disposizioni contenute nel presente Regolamento;
- in modo tale da ingenerare confusione o equivoci.

## ***ART. 15 - DIVULGAZIONE DEI DATI***

ADS provvede a pubblicare sul sito Adsnotizie.it informazioni riguardanti le dichiarazioni dell'editore, i dati certificati ADS, le altre notizie inerenti alla propria attività.

La pubblicazione dei dati sul sito Adsnotizie.it è disciplinata come segue:

### 15.1 Dichiarazioni dell'editore

- a) Dichiarazioni mensili stimate (DMS)
- b) Dichiarazione territoriale stimata (DTS)
- c) Dichiarazioni mensili contabili (DMC)
- d) Dichiarazione annuale
- e) Estratto delle dichiarazioni annuali (Modd.115-116)

Le dichiarazioni vengono fatte proprie da ADS che le pubblica di diritto sul sito Adsnotizie.it utilizzando le informazioni contenute nei Modd. 115 (dati mensili) e 116 (dati territoriali) trasmessi dagli editori con la seguente precisazione: "dati dichiarati dall'editore, pubblicati sotto la sua responsabilità per i quali è in corso l'accertamento ADS".

Per le testate al primo accertamento, la pubblicazione dei dati avviene evidenziando la seguente precisazione: "Testata non ancora certificata da ADS".

In calce agli estratti delle dichiarazioni, ADS può apporre specifiche note a precisazione dei dati contenuti negli stessi.

ADS può pubblicare, oltre ai dati di cui ai Modd.115 e 116, trasmessi dagli editori, anche altri dati contenuti nelle dichiarazioni degli editori.

### 15.2 Dati certificati ADS

Pubblicazione dell'estratto dei dati (mensili e territoriali) contenuti nel certificato per tutte le testate.

### 15.3 Altre notizie

a) notizie riguardanti le testate che:

- hanno richiesto il primo accertamento;
- si sono ritirate nel corso dell'accertamento;
- non hanno richiesto l'accertamento successivo;
- hanno differenze accertate superiori a  $\pm 1$  % del totale diffusione annua cartacea + digitale
- hanno oltrepassato le soglie di tolleranza;
- sono state oggetto di sanzione;
- non hanno ottenuto il certificato ADS;
- sono state sospese dagli accertamenti ADS;

b) informazioni riguardanti smentite di comunicazioni non corrispondenti al vero.

c) informazioni in merito a misure adottate nei confronti di intermediari e revisori.

## ***ART. 16 - COSTO DELLE VERIFICHE E DEI CONTROLLI***

I costi delle verifiche interne ed esterne sono a carico degli editori interessati.

Per quarto riguarda i costi delle verifiche interne, ciascun editore pattuisce le condizioni economiche direttamente con il Revisore scelto.

Qualora per qualsiasi motivo il pagamento al revisore incaricato per la verifica interna o esterna non venisse corrisposto nei tempi pattuiti, il Revisore informerà ADS e l'editore non otterrà, per il periodo successivo, né la pubblicazione anticipata dei dati dichiarati, né il relativo accertamento.

I costi delle verifiche esterne, compresi i costi di cui al punto l) dell'allegato I, vengono ripartiti tra tutte le testate in accertamento nel modo seguente:

- 1/3 del costo totale presunto viene ripartito in parti uguali (quota fissa) tra tutte le testate interessate;
- 2/3 del costo totale presunto vengono ripartiti in modo proporzionale alla diffusione media (carta+digitale) del periodo in accertamento dichiarata per ciascuna testata.

Il costo della verifica esterna è a totale carico della testata nel caso in cui la stessa faccia gruppo a sé stante, come precisato al punto 8.3.2

Il Revisore incaricato della verifica esterna, prima dell'inizio dei controlli, è autorizzato a fatturare un acconto pari al 75% dei costi presunti comprendente la quota fissa a carico di ciascuna testata.

Il pagamento di detto acconto deve pervenire al verificatore incaricato contemporaneamente alla dichiarazione del mod.121. In difetto, gli accertamenti per le testate interessate saranno ad ogni effetto sospesi.

Al termine dei controlli il Revisore comunica alla Commissione Lavori l'ammontare totale dei costi; ottenuto il benestare, provvede alla definitiva ripartizione dei costi a carico di ciascuna testata in base alle norme più sopra descritte e tenuto conto del predetto acconto addebitato ed incassato.

La fattura relativa a questo ultimo addebito deve essere regolata dagli editori a vista e comunque non oltre trenta giorni: in caso di ulteriore ritardo, il Revisore addebita gli interessi in ragione del tasso ufficiale di sconto aumentato di quattro punti.

Qualora per qualsiasi motivo il pagamento venisse ulteriormente ritardato, l'editore non otterrà, per il periodo successivo, né la pubblicazione anticipata dei dati dichiarati, né il relativo accertamento.

Per quanto riguarda le verifiche tecniche svolte dalla società incaricata da ADS presso gli editori i costi sono a carico di ADS.

Per quanto riguarda i costi relativi alle verifiche presso intermediari questi sono a carico dell'intermediario stesso.

I costi relativi agli eventuali supplementi di indagine che possono essere disposti o autorizzati sia dal Consiglio di Amministrazione che dalla Commissione Lavori, sono a totale carico dell'editore interessato. In questo caso l'editore deve effettuare il pagamento di un congruo anticipo al Revisore, prima dell'inizio delle ulteriori verifiche.

### ***ART. 17 - NORMATIVA COMPLEMENTARE***

Il Consiglio di Amministrazione, su proposta della Commissione Lavori, delibera su tutta la normativa complementare eventualmente necessaria per l'attuazione degli accertamenti ADS.

### ***ART. 18 - MODIFICHE ALLE NORME DEL REGOLAMENTO***

Ogni modifica al presente Regolamento ed alla normativa complementare deve essere deliberata dal Consiglio di Amministrazione.

## **ART. 19 - NORME TRANSITORIE**

Il presente Regolamento entra in vigore a far corso dagli accertamenti riguardanti l'anno 2021 fatte salve eventuali procedure transitorie che possono essere applicate su conforme delibera del Consiglio di Amministrazione.

In ogni caso ADS si riserva la possibilità di aggiornare periodicamente il Regolamento e i relativi allegati in considerazione della costante evoluzione commerciale e del contesto di mercato e in considerazione dell'evoluzione tecnologica del settore digitale.

### **ALLEGATO I – MODALITA' DI ESECUZIONE DELLE VERIFICHE E DEI CONTROLLI DI CUI ALL'ART.9 DEL REGOLAMENTO**

#### ***a) Controlli di coerenza sui dati mensili stimati***

I controlli di coerenza sui dati mensili stimati vengono effettuati da ADS attraverso il sistema di confronto statistico dei dati mensili dichiarati anche tramite il sistema ADS spring per ciascuna testata.

Per quanto riguarda eventuali casi individuati dalla Commissione Lavori attraverso il confronto statistico dei dati che meritano approfondimento, ovvero che presentano variazioni significative, ADS informa l'editore interessato che deve provvedere tempestivamente a fornire la documentazione di supporto necessaria per la testata interessata.

Nel caso la Commissione Lavori valuti necessario un approfondimento da parte del Revisore o della Società incaricata da ADS per le verifiche sulle copie digitali attivate, la Commissione Lavori informa l'editore che è tenuto contattare il Revisore o la Società incaricata da ADS per le verifiche sulle copie digitali attivate.

In questi casi, il Revisore incaricato o la Società incaricata da ADS per le verifiche sulle copie digitali attivate provvedono a esaminare la documentazione necessaria o a espletare le verifiche necessarie ed esprimono la propria valutazione attenendosi al Regolamento ADS e ai principi generali di revisione entro i termini comunicati da ADS.

Nel caso vengano confermate incongruenze sui dati dichiarati, il Revisore dovrà estendere i controlli a tutte le testate dell'editore.

La Commissione Lavori esamina la documentazione e relaziona al Consiglio di Amministrazione per procedere ai controlli di coerenza tra dati mensili stimati e dati mensili contabili nel caso siano riscontrate incongruenze.

I costi relativi agli interventi di controllo sono a carico degli editori interessati.



## ***b) 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 come indicato al successivo punto b 1) . Le verifiche di cui ai successivi punti c), d), e) sono attuate da Revisori, società o persone fisiche (in possesso dell'iscrizione al registro dei Revisori Legali) accettati dal Consiglio di Amministrazione ed inseriti nell'elenco dei Revisori accreditati.

Particolari accertamenti possono essere affidati dal Consiglio di Amministrazione anche ad altre società, organizzazioni qualificate, nel rispetto dello spirito e delle finalità ADS anche relativamente alle dichiarazioni mensili stimate.

Tutte le suddette società, organizzazioni, enti tecnici o persone qualificate, la cui attività è coperta dal segreto d'ufficio, devono preventivamente e senza riserve accettare tutte le norme e le condizioni stabilite dal presente Regolamento.

In base ai risultati dei controlli di coerenza e delle verifiche, la Commissione Lavori, a proprio giudizio e sentito l'editore interessato, può disporre supplementi di indagine anche relativamente alle dichiarazioni mensili stimate.

E nel caso di conferma delle differenze avvia prontamente il procedimento di cui al Regolamento sulle Procedure Istruttorie.

### ***b.1) Modalità dei controlli di coerenza tra dati mensili stimati e dati mensili contabili a cura di ADS***

I dati mensili contabili automaticamente vengono messi a confronto con i dati mensili stimati relativi allo stesso mese di competenza tramite il sistema ADS Spring.

Per quanto riguarda il totale delle vendite individuali cartacee è ammessa una differenza in eccesso tra i due dati che non superi le soglie di tolleranza di cui alla tabella seguente. La fascia di riferimento deve essere riferita al dato stimato.

Per il primo scaglione, vendite individuali cartacee fino a 5000 copie, viene considerata l'intera quota di fascia che tollera fino a 400 copie di errore per i quotidiani e fino a 700 copie per i periodici.

TABELLE DI RIFERIMENTO DEI LIMITI DI TOLLERANZA

VENDITE INDIVIDUALI CARTACEE		Quotidiani			Periodici		
		Aliquota	Quota di fascia	Totale	Aliquota	Quota di fascia	Totale
-	5.000	8,00%	400	400	14,00%	700	700
5.001	10.000	6,00%	300	700	10,50%	525	1.225
10.001	20.000	4,80%	480	1.180	8,40%	840	2.065
20.001	30.000	4,40%	440	1.620	7,70%	770	2.835
30.001	50.000	4,00%	800	2.420	7,00%	1.400	4.235
50.001	80.000	3,20%	960	3.380	5,60%	1.680	5.915
80.001	120.000	2,40%	960	4.340	4,20%	1.680	7.595
120.001	180.000	1,60%	960	5.300	2,80%	1.680	9.275
180.001	250.000	1,40%	980	6.280	2,45%	1.715	10.990
250.001	330.000	1,20%	960	7.240	2,10%	1.680	12.669
330.001	420.000	1,00%	900	8.140	1,75%	1.575	14.244
420.001	600.000	0,80%	1.440	9.580	1,40%	2.520	16.764
600.001	800.000	0,60%	1.200	10.780	1,05%	2.100	18.864

I contenuti delle predette tabelle possono essere variati soltanto su deliberazione assunta dal Consiglio di Amministrazione ADS.

Se i predetti limiti risultano superati dall'editore per ogni singola testata nelle Dichiarazioni mensili stimate, può essere richiesto dalla Commissione Lavori il procedimento di revisione straordinaria anticipata e nel rispetto della procedura di cui al Regolamento sulle Procedure Istruttorie, saranno applicate le sanzioni stabilite dal Consiglio di Amministrazione come segue:

	1a violazione	2a violazione	3a violazione e oltre
Superamento fascia minore del doppio	Richiamo scritto	Richiamo scritto e sanzione fino a 5.000 euro con pubblicazione sul sito e menzione in nota	Sanzione fino a 10.000 euro e sospensione per 2 mesi con pubblicazione sul sito e menzione in nota
> = del doppio e < del triplo	Richiamo scritto e sanzione fino a 5.000 euro	Sanzione fino a 10.000 euro e sospensione per 1 mese con pubblicazione sul	Sospensione semestrale con pubblicazione sul sito e menzione in nota

		sito e menzione in nota	
> = al triplo	Richiamo scritto e sanzione fino a 10.000 euro	Sanzione fino a 15.000 euro e sospensione per 2 mesi con pubblicazione sul sito e menzione in nota	Esclusione per tre anni a partire dall'accertamento in corso con pubblicazione sul sito e menzione in nota

Per quanto riguarda tutte le altre colonne che compongono la diffusione media Italia cartacea e digitale dunque: gli abbonamenti individuali cartacei, le vendite copie digitali, le vendite multiple cartacee, gli abbonamenti multipli cartacei, le vendite multiple digitali, le copie digitali abbinare gli abbonamenti cartacei, le copie promozionali e omaggio cartacee, gli abbonamenti promozionali e omaggio cartacei, i coupons gratuiti cartacei, le copie digitali promozionali e omaggio, la soglia di tolleranza in eccesso è pari al 3% del dato stimato dichiarato, con una franchigia di copie di differenza individuata in 300 copie per singola colonna.

Non si incorre in sanzioni:

- nel caso in cui relativamente ai coupons gratuiti si rilevi una differenza oltre la soglia prevista tra dato stimato e dato contabile e tale differenza sia correlata a una riclassifica in aumento nel dato contabile di pari entità nella colonna vendite individuali.
- nel caso in cui relativamente agli abbonamenti gratuiti cartacei si rilevi una differenza oltre la soglia prevista tra dato stimato e dato contabile e tale differenza sia correlata a una riclassifica in aumento nel dato contabile di pari entità nella colonna abbonamenti pagati cartacei individuali o multipli.

Se la predetta soglia venisse superata dall'editore nelle Dichiarazioni mensili stimate, nel rispetto della procedura di cui al Regolamento sulle Procedure Istruttorie, saranno applicate le sanzioni stabilite dal Consiglio di Amministrazione come segue:

	1a violazione	2a violazione	3a violazione e oltre
Superamento soglia percentuale minore del doppio	Richiamo scritto	Richiamo scritto e sanzione fino a 5.000 euro con pubblicazione sul sito ADS e menzione in nota	Sanzione fino a 10.000 euro e sospensione per 2 mesi con pubblicazione sul sito e menzione in nota
> = del doppio e < del triplo	Richiamo scritto e sanzione fino a 5.000 euro	Sanzione fino a 10.000 euro e sospensione per 1 mese con pubblicazione sul sito e menzione in nota	Sospensione semestrale con pubblicazione sul sito e menzione in nota

> = del triplo	Richiamo scritto e sanzione fino a 10.000 euro	Sanzione fino a 15.000 euro e sospensione per 2 mesi con pubblicazione sul sito e menzione in nota	Esclusione per tre anni a partire dall'accertamento in corso con pubblicazione sul sito e menzione in nota
----------------	--	--	--

Le sanzioni economiche dovranno essere pagate entro 60 giorni dalla notifica delle stesse. In difetto, la testata dell'editore interessato verrà esclusa dalla pubblicazione dei dati mensili fino ad avvenuto pagamento.

A partire dalla seconda violazione, tutte le sanzioni irrogate in via definitiva dal Consiglio di Amministrazione sono oggetto di pubblicazione sul Sito [www.adsnotizie.it](http://www.adsnotizie.it) e vengono menzionate in nota a corredo dei dati pubblicati per sei mesi dall'emissione della sanzione.

Nel caso di errori riscontrati su più colonne per una testata nel mese interessato, verrà applicata la sanzione maggiore prevista per una delle violazioni riscontrate.

Le violazioni al Regolamento, di cui alle tabelle precedenti, si cumulano per periodi biennali. Il meccanismo sanzionatorio prevede l'azzeramento delle sanzioni allo scadere di un biennio a partire dalla prima violazione.

Qualora il Revisore in sede di verifica interna abbia modificato i dati dichiarati in accertamento e il Consiglio di Amministrazione abbia accettato le rettifiche e autorizzato il rilascio del Certificato e le modifiche siano da estendere alle dichiarazioni già comunicate riferite al periodo successivo, l'editore è tenuto a correggere le dichiarazioni stimate o contabili. I dati rettificati verranno pubblicati con la nota "dati corretti dall'editore". Se le modifiche apportate comportano il superamento delle soglie consentite la sanzione prevista viene applicata per un solo mese a copertura del periodo.

La Commissione Lavori esamina le risultanze degli accertamenti, e adotta ogni decisione conseguente in conformità a quanto previsto dall'art. 11 del presente Regolamento.

***c) Controlli di coerenza tra dichiarazione territoriale stimata e dichiarazione territoriale contabile***

Il sistema ADS Spring verifica eventuali differenze tra dato stimato e dato contabile dichiarato nel modello 114. La soglia di tolleranza in eccesso è pari al 3%, della diffusione carta + digitale, con una franchigia individuata di 500 copie sul totale diffusione carta + digitale.

Se la predetta soglia venisse superata dall'editore nelle Dichiarazioni territoriali stimate, nel rispetto della procedura di cui al Regolamento sulle Procedure Istruttorie, saranno applicate le sanzioni stabilite dal Consiglio di Amministrazione come segue:

	violazione
<b>Superamento fascia minore del doppio</b>	<b>Prima violazione:</b> <b>Richiamo scritto</b>  <b>seconda violazione:</b> <b>Segnalazione sul sito e sanzione fino a 5.000 euro</b>
<b>&gt; = al doppio e &lt; del triplo</b>	<b>Segnalazione sul sito,</b> <b>Sanzione fino a 10.000 euro e sospensione per 1 mese dei dati mensili</b>
<b>&gt; = al triplo</b>	<b>Segnalazione sul sito,</b> <b>Sanzione fino a 15.000 euro e sospensione per 2 mesi dei dati mensili</b>

Tutte le sanzioni irrogate in via definitiva dal Consiglio di amministrazione sono oggetto di pubblicazione sul Sito [www.adsnotizie.it](http://www.adsnotizie.it) e vengono menzionate in nota a corredo dei dati pubblicati per sei mesi dall'emissione della sanzione.

#### ***d) Controlli di coerenza delle uscite effettive nel periodo.***

La Commissione Lavori, in occasione delle riunioni mensili, provvede a monitorare il numero di uscite effettive nel periodo.

Nel caso sia riscontrato in corso d'anno il mancato raggiungimento delle uscite minime previste per le diverse periodicità, fatti salvi eventuali numeri oggetto di neutralizzazione, si provvede alla riclassificazione della testata secondo la corretta categoria di appartenenza.

#### ***e) Revisione interna copie cartacee***

Scopo della verifica interna è l'accertamento dell'attendibilità dei dati dichiarati dall'editore con i Modd. 111,112,113,114 e 120 che ADS mette a disposizione tramite il Sito ADS Spring, tenuto conto delle definizioni fissate dall'art. 2 e di

quanto stabilito dall'art. 8.

La verifica interna viene attuata mediante l'esame di tutta la documentazione che direttamente o indirettamente permetta di confermare le dichiarazioni sottoscritte dall'editore. Tale documentazione, necessaria a ricostruire i dati dichiarati nei singoli moduli deve essere messa a disposizione del verificatore interno anche in formato digitale.

La documentazione in formato digitale deve contenere il massimo dettaglio disponibile di ogni dato dichiarato, (esempio: elenchi nominativi degli abbonati per singola spedizione, dati relativi agli acquirenti di vendite multiple cartacee e abbonamenti multipli pagati) con i riferimenti, ove necessario, ai termini di incasso e di contabilizzazione.

A partire dagli accertamenti successivi al primo, i dati dichiarati dagli editori devono essere ricollegabili e consequenziali a quelli verificati nell'accertamento precedente, con particolare riferimento alle rese, specie nel caso in cui quest'ultimo accertamento sia stato effettuato da altro Revisore.

Il Revisore incaricato della verifica interna, tenute presenti le norme deontologiche della sua professione, deve applicare le procedure di seguito elencate.

Ai fini di una corretta dichiarazione di attendibilità, la verifica interna deve riguardare come minimo i tre mesi estratti dalla Commissione Lavori.

Deve essere estesa ad altri mesi oltre a quelli indicati da ADS e riguardare ogni altro dato e documento relativo all'intero periodo sottoposto ad accertamento nei casi in cui il revisore ne riscontri la necessità in base all'esame della tiratura svolto e alle necessità di controllo evidenziate.

Qualora nel corso della verifica interna dovessero presentarsi problemi di particolare rilievo, gli stessi devono essere sottoposti alla Commissione Lavori che, caso per caso, stabilisce le conseguenti procedure.

### ***e)1 Analisi Preliminare e controllo della tiratura***

Analisi preliminare sulle metodologie e sul sistema di controllo interno concernente la rilevazione di:

- a) processo di produzione (dati relativi al consumo carta ed alla tiratura, anche con sopralluogo allo stabilimento di stampa);
- b) dati relativi al numero delle copie distribuite, delle copie rese e dei corrispondenti importi;
- c) dati relativi agli incassi inerenti alle copie vendute;
- d) dati relativi al pagamento degli abbonamenti;
- e) registrazioni in contabilità generale dei dati di cui ai punti precedenti;

- f) esame critico preliminare dell'andamento della tiratura e della diffusione per ogni singolo numero della testata anche rispetto ai dati della/e precedente/i dichiarazione/i, allo scopo di individuare variazioni e/o trend inconsueti;

al fine di determinare modalità ed estensione delle verifiche necessarie alla finalità dell'incarico assunto.

### ***e) 2 Controlli specifici sulla tiratura***

In caso di dubbi o incongruenze:

- sui dati di tiratura dichiarati;
- nel caso la testata sia pubblicata in formati differenti;
- nel caso in cui il totale delle vendite multiple cartacee e degli abbonamenti multipli cartacei superi il 30% della somma delle vendite individuali cartacee e degli abbonamenti individuali cartacei pagati;
- nel caso in cui le copie siano vendute a Società appartenenti allo stesso Gruppo Societario;

il Revisore provvede ad effettuare i seguenti controlli:

- a) controllo presso l'editore e presso lo stabilimento di stampa finalizzato al riscontro e alla verifica di documenti inerenti alla produzione, ai movimenti di magazzino e ai consumi della relativa carta (es. rapporti di produzione) rapportati alla tiratura, al fine di fissare parametri indicativi;
- b) controllo documentale dei costi di stampa e verifica della coerenza tra tali costi e il numero delle copie tirate. Se necessario la verifica della congruità dei costi di stampa rispetto alle copie tirate deve essere effettuata anche mediante il confronto con le quotazioni di mercato;
- c) Riscontro dei dati dichiarati con i dati registrati sui libri IVA, nonché con i prospetti obbligatori ai fini di legge.

### ***e) 3 Verifiche***

Riscontro dei dati registrati nella contabilità generale dell'editore (con controllo anche degli sconti applicati) per: distributori locali, rivenditori ad invio diretto, estero, abbonamenti individuali e multipli anche con riferimento al prezzo minimo del 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea come indicato nelle definizioni

- Esame globale dell'andamento degli incassi.

### ***e) 4 Distribuito reso e venduto***

Controlli presso editore o distributore unico

Presso l'editore e/o presso il distributore unico, per i tre mesi estratti e per i

mesi eventualmente individuati con l'esame critico di cui ai punti e 1) e e 2).

a) controllo delle copie spedite e delle copie rese per i diversi canali di distribuzione, incluse le vendite multiple.

b) verifiche a campione dei suddetti dati relativi ai distributori locali e agli eventuali rivenditori ad invio diretto;

c) controllo dei dettagli mensili delle copie distribuite, rese e vendute (anche cedute per ulteriore commercializzazione in rete vendita e nei diversi formati) per quantità e valore, nonché di fatture, estratti conto, distinte di resa, prospetti di liquidazione e relativi pagamenti in conto ed a saldo.

### **e) 5 Procedure specifiche sulla distribuzione**

Devono essere adottate specifiche procedure per le testate (ad esempio quotidiani provinciali) per le quali la distribuzione della maggior parte delle copie:

a) venga affidata ad uno o più distributori "principali";

b) venga curata direttamente dall'editore.

Nel caso a) le verifiche devono riguardare i movimenti finanziari tra l'editore ed i distributori "principali", nonché il movimento delle copie tra questi ultimi ed i subdistributori e rivenditori.

Nel caso b) le verifiche devono essere estese a più mesi e devono riguardare il movimento delle copie tra l'editore ed i rivenditori, con riferimento ai movimenti finanziari e quindi agli incassi effettuati.

In entrambi i casi il Revisore è tenuto a svolgere controlli alternativi, facendone menzione nel rapporto finale.

### **e) 6 Circolarizzazione**

In caso di dubbio o incongruenza dei dati verificati, il Revisore, a proprio insindacabile giudizio e/o sentita ADS, può richiedere l'invio di conferme scritte ("circolarizzazione") ai distributori locali utilizzati dall'editore o dal distributore unico, nella forma e nella misura ritenute più opportune per le finalità dell'incarico.

La circolarizzazione potrà riguardare: i dati relativi alle vendite individuali cartacee, la copia di documentazione contabile/amministrativa ed ogni altro elemento ritenuto utile ai fini del processo di accertamento dei moduli ADS dichiarati.

Per quei distributori che non confermino i dati richiesti o che non diano alcuna risposta, devono essere applicati controlli alternativi.



Per le testate la cui distribuzione sia affidata ad uno o più distributori "principali" o venga curata direttamente dall'editore presso i rivenditori locali (ad esempio quotidiani monoprovinciali) la circolarizzazione sarà riferita a tali soggetti.

#### ***e) 7 Abbonamenti individuali e multipli***

Per quanto riguarda il controllo degli abbonamenti individuali e multipli a pagamento e promozionali: esame campionario schematico dei documenti digitali (elenchi nominativi degli abbonati per singola spedizione, con i riferimenti ai termini di incasso e di contabilizzazione) al fine di identificare eventuali anomalie da chiarire e/o segnalare in ADS (es.: presenza significativa di singoli nominativi con più abbonamenti o più copie per numero). Verifica, anche con riferimento al prezzo minimo del 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea come indicato nelle definizioni, per un adeguato campione, della corrispondenza delle copie dichiarate con quanto risultante dai documenti di spedizione postale e/o di altro vettore. Ottenimento della riconciliazione approssimata delle copie in abbonamento a pagamento dichiarate (abbonamenti individuali cartacei e abbonamenti multipli cartacei) e quello desumibile dai ricavi di bilancio dell'editore.

#### ***e) 8 Vendite multiple***

Per quanto riguarda le vendite multiple deve essere verificato, attraverso un adeguato campionamento, anche con riferimento al prezzo minimo del 10% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea come indicato nelle definizioni il rispetto dei criteri fissati nelle relative definizioni di cui al punto 2.

Qualora le vendite multiple e gli abbonamenti multipli superino il 10% della somma di vendite individuali e abbonamenti individuali pagati o il 20% su base mensile, il Revisore dovrà indicare nella relazione finale le condizioni contrattuali di vendita e/o pagamento nonché le informazioni ottenute in merito all'eventuale appartenenza del/i soggetto/i acquirente/i allo stesso Gruppo dell'editore.

#### ***e)9 Abbonamenti omaggio***

Per gli abbonamenti omaggio devono essere verificati gli ordini di tiratura e gli elenchi nominativi o gli elenchi dei soggetti ordinanti e verificato per un adeguato campione, della corrispondenza delle copie dichiarate con quanto risultante dai documenti di spedizione postale e/o di altro vettore.

#### ***e)10 Copie Omaggio***

Per le copie omaggio devono essere verificati gli ordini di tiratura e i dettagli nominativi di spedizione controllando, per un adeguato campione, la corrispondenza delle copie dichiarate con quanto risultante dai documenti di spedizione postale e/o di altro vettore.

### **e)11 Neutralizzazione**

In caso di dichiarazione con dati neutralizzati, per i numeri oggetto di neutralizzazione la verifica deve comprovare che gli stessi hanno effettivamente subito anomalie e che la neutralizzazione è stata fatta secondo quanto stabilito ai punti 8.1.1 e 8.1.2.

Nel rapporto finale, per ogni numero neutralizzato, devono essere precisate le cause che hanno impedito il completamento della regolare tiratura e/o la regolare distribuzione.

### **e)12 Verifica del modello 120**

La verifica del modello 120 deve essere svolta contestualmente alla verifica del modello 114 per fornire un quadro di riconciliazione tra dettaglio spedito e reso per distributore locale e la ripartizione provinciale degli abbonati per la provincia estratta e le province più rilevanti.

Nel rapporto finale, con esplicito riferimento al Mod. 120, il verificatore deve fornire l'elenco di tutti i distributori locali utilizzati nella provincia estratta per la verifica esterna indicando, per ciascuno di essi:

- il numero delle copie distribuite dall'editore o dal distributore unico nel mese estratto;
- il numero delle copie rese risultante dalla liquidazione effettuata dal distributore locale a fronte delle copie distribuite di competenza del mese interessato, tenuto conto dell'accredito effettuato dall'editore o dal distributore.

Ed inoltre dichiarare:

- che il totale delle copie distribuite di cui al paragrafo precedente è parte reale ed effettiva del totale delle copie distribuite nel mese estratto nella provincia estratta e dichiarate dall'editore con il Mod. 120;
- che il totale delle copie distribuite nella provincia estratta risultante dal Mod. 120 è parte reale ed effettiva del totale delle copie distribuite a livello nazionale nel periodo sottoposto ad accertamento;
- che il totale delle copie dichiarate con il Mod. 120 relativamente a:
  - abbonamenti a pagamento;
  - abbonamenti promozionali e omaggi;
  - omaggi;
  - abbonamenti da quota associativa;

è parte reale ed effettiva delle copie in abbonamento dichiarate a livello nazionale per il periodo sottoposto ad accertamento.

## ***f) Revisione interna copie digitali***

1. 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.

2. 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.

### ***1.1.1. Obiettivi della Verifica interna copie digitali***

Il revisore interno deve 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" le copie promozionali e omaggio il revisore interno deve verificare il prezzo corrisposto dall'acquirente, che le utenze siano richieste e attivate secondo la procedura descritta all'articolo 5 e allegato II e che le copie stesse non siano cedute ad aziende o società facenti parte del Gruppo societario al quale appartiene la pubblicazione venduta.

### ***1.1.2. Controlli del revisore interno***

In generale il revisore deve formarsi un parere di attendibilità dei dati dichiarati dall'editore attraverso:

- L'analisi puntuale delle procedure interne di vendita delle copie digitali in essere presso l'editore teso a comprendere le forme di vendita attuate (singole o multiple), i negozi on-line utilizzati, gli intermediari utilizzati, la reportistica, e le relative rilevazioni contabili.
- Il controllo della corrispondenza dei dati, per mese e per anno di competenza oggetto di certificazione, dei dati presenti nei sistemi informativi dall'editore con quanto dichiarato nel mod. 111 ADS.

Per un adeguato campione il Revisore deve procedere a:

- Verifica dell'incasso delle copie vendute nel periodo di accertamento secondo le modalità previste per le copie cartacee all'articolo d).
- Verifica dei prezzi: determinato il prezzo di riferimento della copia cartacea secondo quanto definito dal regolamento ADS, il revisore, estraendo i prezzi di vendita forniti dall'editore, deve verificare la

rispondenza del prezzo dichiarato dall'editore e la corretta dichiarazione per fascia di appartenenza.

- Nel caso di vendite multiple o di copie promozionali il revisore deve inoltre prendere visione del documento di autocertificazione sottoscritto dal legale rappresentante dell'editore.
- Verifica del rispetto delle procedure di richiesta e attivazione delle copie digitali multiple e delle copie digitali promozionali e omaggio di cui all'articolo 5 e all'allegato II presso i sistemi che memorizzano l'avvenuta attivazione.

### **1.1.3. Documenti necessari per la dichiarazione e i controlli**

Gli editori che intendono sottoporre ad accertamento le copie digitali vendute devono essere in condizione di fornire al revisore il massimo dettaglio disponibile su appositi strumenti digitali ovvero consentire il libero accesso del revisore interno incaricato ad uno o più file (un data base è indicato soluzione ottimale), che contengano almeno le informazioni indicate di seguito con riferimento al modello 111.

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 per le copie digitali individuali (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 l'articolo 5 e gli schemi indicati all'allegato II-.

I Files con i dati elencati devono 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) segnalando eventuali anomalie nel rapporto finale.
- per quantitativo di copie acquistate (per poter individuare eventuali vendite multiple anche non correttamente classificate e/o con parti correlate) segnalandolo nel rapporto finale.
- per metodo di pagamento (per poter riconciliare gli incassi con la documentazione bancaria e le registrazioni contabili).

Se l'editore ha sviluppato un proprio sistema integrato il Revisore valuterà per le vendite copie digitali individuali in parallelo e/o in modo complementare le informazioni e la reportistica agganciata ai processi interni e apposite procedure di verifica.

Le verifiche riferite ai documenti elencati ai 18 punti precedenti, relative alle vendite copie digitali individuali devono essere effettuate se esse rappresentano almeno l'1% del totale diffusione cartacea + digitale.

Resta inteso che la verifica della documentazione contabile relativa alla fatturazione delle copie digitali ai negozi on line deve comunque essere eseguita per le copie dichiarate di qualsiasi entità purché materiale.

L'editore deve inoltre fornire ulteriori informazioni utili ai fini della verifica e 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 (es.1 giorno, un anno)
- Prezzo di vendita (free o pagata).

I negozi online conservano per un periodo limitato di tempo le informazioni di vendita.

L'editore deve pertanto scaricare i dati in modo tale da conservare il miglior dettaglio disponibile delle singole vendite. Tali informazioni devono essere messe a disposizione, avendone garantita la non modificabilità delle stesse, dei Revisori 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 trovino corrispondenza con le copie indicate nei prospetti estratti dai negozi online stessial fine di consentire ai Revisori 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 esser 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.

Le reportistiche delle metodiche statistiche e procedurali attuate dall'editore

sono oggetto di analisi da parte del Revisore che valuterà l'attendibilità e la completezza dei dati in base agli strumenti forniti.

#### **1.1.4. Verifica tecnica copie multiple, copie multiple abbinata, copie promozionali e omaggio**

La richiesta e l'avvenuta attivazione della copia/abbonamento da parte del destinatario finale devono essere sempre verificate dai Revisori attraverso il controllo sul sistema che genera e gestisce le informazioni tecniche relative alla procedura descritta all'articolo 5.

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. Il campione deve essere evidenziato nel Rapporto finale.

I Revisori, per effettuare tale verifica, devono disporre della documentazione prodotta dai sistemi dell'editore e dell'intermediario secondo gli standard definiti all'articolo 5 e allegato II.

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 possa essere richiesta dal destinatario finale e resa disponibile dall'editore nel periodo di vendita della copia cartacea stessa.

Il Revisore deve verificare la coerenza, per il periodo sottoposto a controllo, tra data di attivazione e periodo di dichiarazione dei dati e che la durata dell'attivazione sia quella prevista dal Regolamento.

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 dei Revisori le informazioni descritte secondo la procedura prevista all'articolo 5.

b) Nel caso di vendita/distribuzione gratuita attraverso intermediari, le verifiche devono essere 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 5.

Il Revisore deve necessariamente analizzare anche determinati aspetti tecnologici al fine di poter garantire che i dati sui quali si basa la certificazione non siano stati alterati. I controlli da effettuare sono gli stessi previsti all'interno del processo di attivazione copie digitali multiple e promozionali e omaggio come indicato all'articolo 5, nell'allegato II anche paragrafo linee guida per le

verifiche.

**1.1.5. Esito Revisione Interna (verifica interna su copie cartacee e su copie digitali e analisi del report da parte della Commissione Lavori)**

Il rapporto conclusivo redatto in esito alla procedura di verifica interna secondo lo schema fornito da ADS sulle copie cartacee e sulle copie digitali deve pervenire ad ADS, e contestualmente all'editore, entro il 15 novembre dell'anno successivo a quello oggetto di verifica  
Eventuali deroghe temporali possono essere concesse dalla Commissione Lavori in casi particolari

Per le testate di cui ai punti 3.1 a) e 3.1 b) del Regolamento, il rapporto deve pervenire ad ADS nel più breve tempo possibile e comunque entro i termini che verranno comunicati da ADS. Il suddetto rapporto conclusivo deve essere redatto secondo lo schema di rapporto predisposto dalla Commissione Lavori. Per ciascuna testata deve essere precisato:

a) se i dati forniti dall'editore anche in considerazione delle conformità espresse in merito al rispetto delle procedure di attivazione:

- sono attendibili;
- non sono attendibili (in questo caso devono essere indicati espressamente i motivi e le eventuali discordanze);

b) i motivi per i quali non fosse eventualmente possibile esprimere un parere;

c) le eventuali differenze accertate tra dichiarazione dell'editore e risultati delle verifiche.

Copia dei moduli di dichiarazione dell'editore (o delle dichiarazioni in caso di "neutralizzazione" dei dati) deve essere allegata al rapporto finale: ciascuno di detti moduli, a conferma dei controlli effettuati, deve recare timbro e firma del Revisore interno, nonché le correzioni e quadrature rese necessarie.

I dati dichiarati dall'editore devono essere corretti in tutti i casi in cui siano state rilevate differenze superiori a + 1 % del totale diffusione cartacea + digitale annuale.

Nel rapporto conclusivo devono essere inseriti tutti i commenti, le note e gli appunti necessari ed opportuni per la migliore valutazione da parte della Commissione Lavori, come ad esempio formule contrattuali e diffusionali particolari, descrizione dei formati ecc.

I dati dichiarati dall'editore devono essere corretti anche nel caso di dati non classificati correttamente nelle singole colonne con differenze superiori al 3% con franchigia di 300 copie del dato totale dichiarato nella singola colonna, per singola fascia di prezzo, con indicazione delle differenze e delle motivazioni nel rapporto conclusivo.



Qualora l'editore decida di recedere dall'accertamento, deve esserne data comunicazione ad ADS e nessun rapporto deve essere presentato.

I "working papers" relativi alle verifiche effettuate per ciascuna testata devono essere tenuti a disposizione della Commissione Lavori ADS.

La Commissione Lavori esamina il rapporto redatto all'esito della verifica interna sulle copie digitali, e adotta, sulla base delle risultanze di tali accertamenti, ogni decisione conseguente in conformità a quanto previsto dall'art. 11 del presente Regolamento.

### ***g) Verifica esterna***

Scopo della verifica esterna è l'accertamento a campione dei dati dichiarati dall'editore riguardanti il numero di copie della testata:

- a) distribuite e quindi fatturate nel mese sorteggiato dalla Commissione Lavori;
- b) rese risultanti dalla liquidazione effettuata dal distributore locale a fronte delle copie distribuite di competenza del mese interessato, tenuto conto dell'accredito effettuato dall'editore o dal distributore unico.

Le verifiche vengono svolte presso i distributori locali e prevedono il controllo dei movimenti delle copie con connessione ai relativi aspetti economici e finanziari.

Al fine di accertare la veridicità delle dichiarazioni sottoscritte dall'editore con i moduli 121, il verificatore incaricato esegue i controlli presso tutti i distributori locali interessati e provvede a:

- a) constatare, per il mese sottoposto a controllo, la documentazione idonea ad accertare il ricevimento del numero di copie dichiarate per ciascuna testata, mediante l'esame sia dei documenti di addebito emessi dall'editore o dal distributore unico, sia dei documenti attestanti il pagamento effettuato all'editore o al distributore unico;
- b) verificare ogni documento riguardante i movimenti delle copie ricevute e successivamente distribuite nonché di quelle rimaste invendute, senza tralasciare l'esame di prove e documenti che permettano l'individuazione delle informazioni e degli elementi necessari al rilascio delle certificazioni.

Ad operazioni concluse, il verificatore provvede a far pervenire alla Commissione Lavori:

- a) il rapporto sulle verifiche effettuate per ciascuna testata, unitamente ad una copia dei Modd. 121 controfirmati sui quali vengono evidenziate le eventuali discordanze tra le dichiarazioni dell'editore ed i risultati delle verifiche;

b) il rendiconto dei costi della verifica.

Per ciascun gruppo di testate, a insindacabile giudizio della Commissione Lavori, la verifica esterna può essere svolta in una o più province (in tal caso limitrofe) e per uno o più mesi.

La Commissione Lavori esamina il rapporto redatto all'esito della verifica esterna. In base alle risultanze degli accertamenti, se del caso dopo aver richiesto al Revisore tutti i chiarimenti e i supplementi di indagine ritenuti necessari, adotta le decisioni di cui all'art. 11 del presente Regolamento.

***h) Verifiche relative alle copie digitali attivate (multiple e promozionali e omaggio) da parte della Società di controllo scelta da ADS presso intermediari***

Per una verifica efficace dei dati dichiarati ad ADS relativi alle copie digitali attivate multiple, promozionali e omaggio e delle relative attivazioni, al termine del processo di accreditamento sono previsti controlli presso gli intermediari almeno una volta all'anno salvo necessità. I Controlli vengono svolti dalla società incaricata da ADS. I costi sono a carico degli intermediari.

Gli esiti degli accertamenti vengono analizzati dalla Commissione Lavori, che assume ogni decisione conseguente in conformità a quanto previsto dall'art. 11 del presente Regolamento.

***i) Verifiche relative alle copie digitali attivate (multiple e promozionali e omaggio) da parte della Società di controllo scelta da ADS presso editori***

Per una verifica efficace dei dati dichiarati ad ADS relativi alle copie digitali attivate multiple, promozionali e omaggio e delle relative attivazioni, anche al fine di confrontare e riconciliare le informazioni rilevate presso gli Intermediari, la Commissione Lavori dispone controlli presso gli editori almeno una volta all'anno salvo necessità. I Controlli vengono svolti dalla società incaricata da ADS per le verifiche sulle copie digitali attivate secondo processo descritto nell'allegato II anche con riferimento alle linee guida per la raccolta delle informazioni necessarie alla verifica.

Le testate e i periodi sottoposti a verifica vengono indicati dalla componente mercato rappresentata in Commissione Lavori secondo il principio della rilevanza quantitativa.

I controlli vengono disposti di norma una volta all'anno salvo ulteriori necessità.

I costi sono a carico di ADS.

La Commissione Lavori esamina il rapporto redatto all'esito dei paragrafi che precedono. In base alle risultanze degli accertamenti, se del caso dopo aver richiesto alla società di controllo incaricata tutti i chiarimenti e i supplementi di indagine ritenuti necessari, adotta le decisioni di cui all'art. 11 e 12 del presente Regolamento.

Nel caso di verifiche relative alle copie digitali attivate (multiple e promozionali omaggio) da parte della società di controllo incaricata da ADS una volta ricevuto il report da parte della Società incaricata, ADS provvede a trasmettere la documentazione all'editore (o all'intermediario nel caso di visita presso di esso). La Commissione Lavori analizza successivamente il report tenendo conto di eventuali integrazioni ricevute dall'Editore (o dall'Intermediario) e si esprime proponendo la propria valutazione unanime al Consiglio per le decisioni finali.

Una volta ricevuto il parere del Consiglio la Commissione provvede a comunicare eventuali disposizioni all'Editore (o all'Intermediario). Se necessario avvia prontamente il procedimento di cui al Regolamento sulle Procedure Istruttorie e adotta ogni decisione conseguente in conformità a quanto previsto dagli art. 11 e 12 del presente Regolamento.

Nel caso venga espresso un giudizio di non conformità dalla società di controllo incaricata da ADS delle verifiche, le testate interessate sono oggetto di verifica anche per l'anno seguente e i costi sostenuti per la ripetizione della verifica sono a carico degli Editori interessati.

### ***1) Revisione straordinaria anticipata***

E' facoltà della Commissione Lavori attivare come previsto al punto 9.2 controlli straordinari anticipati.

I Controlli vengono svolti dai Revisori per la verifica interna e/o dalla Società di controllo incaricata da ADS per le verifiche sulle copie digitali attivate

Per quanto riguarda le testate che abbiano superato i limiti di tolleranza previsti all'allegato I ed eventuali casi individuati dalla Commissione Lavori attraverso il confronto statistico dei dati, ADS informa l'editore interessato che deve provvedere tempestivamente a contattare il Revisore incaricato per la verifica interna e/o la Società incaricata da ADS per le verifiche sulle copie digitali attivate nel caso siano coinvolte copie digitali multiple e o promozionali e omaggio.

Il Revisore incaricato e/o la Società incaricata da ADS per le verifiche sulle copie digitali attivate, provvedono a richiedere la documentazione necessaria per la verifica del dato contabile e/o per la verifica tecnica delle copie digitali attivate direttamente all'editore interessato ed esprimono la propria valutazione attenendosi al Regolamento ADS e ai suoi allegati e ai principi generali di revisione entro i termini comunicati da ADS.

I costi relativi agli interventi delle società di verifica sono a carico degli editori interessati.

Nel caso vengano confermate incongruenze sui dati dichiarati, i controlli possono essere estesi a tutte le testate dell'editore su richiesta di ADS.

La Commissione Lavori esamina il rapporto redatto in esito alle verifiche di cui ai paragrafi che precedono, se necessario avvia prontamente il procedimento di cui al Regolamento sulle Procedure Istruttorie e adotta ogni decisione conseguente in conformità a quanto previsto dagli art. 11 e 12 del presente Regolamento.

### ***m) Verifiche dei Working Papers***

La Commissione Lavori, a completamento dell'esame dei rapporti conclusivi, provvede ad estrarre un certo numero di testate (con un massimo del 30%) tra quelle che si sono sottoposte ad accertamento nell'anno. Per ognuna delle testate estratte la Commissione Lavori dispone l'esame dei relativi "working papers" presso i Revisori che hanno svolto la verifica interna (Revisori Editore).

Tale esame, che ha lo scopo di stabilire se le verifiche sono state svolte in conformità alle procedure ADS e nel rispetto dei principi di revisione emanati dal CNDEC (Consiglio nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili) ("Principi di Revisione"), viene affidato al Revisore incaricato delle verifiche esterne ("Revisore ADS").

La Commissione Lavori può disporre l'esame dei "working papers" presso i Revisori Editore, che hanno svolto la verifica interna anche in caso di verifica straordinaria anticipata.

A conclusione di tale esame il suddetto Revisore ADS, provvede alla stesura di una relazione da trasmettere sollecitamente ad ADS.

Nel caso in cui le verifiche da parte del Revisore Editori non risultino svolte in conformità alle procedure ADS e comunque in linea con i Principi di Revisione, la Commissione Lavori comunica al Revisore Editore l'esito negativo della verifica svolta e richiede di provvedere tempestivamente alla soluzione dei rilievi emersi e alle eventuali opportune integrazioni della documentazione da trasmettere al Revisore ADS.

Il Revisore ADS esamina la documentazione eventualmente così ricevuta e trasmette una relazione aggiornata ad ADS.

Nel caso in cui, dall'esame della relazione aggiornata, le verifiche risultino ancora svolte non in conformità alle procedure ADS e/o ai Principi di Revisione, la Commissione Lavori segnala tale inadempienza al Consiglio di Amministrazione per l'adozione degli opportuni provvedimenti che possono anche comportare l'esclusione del Revisore Editore dall'Elenco ADS.

La conformità dei Working Papers alle procedure ADS e ai Principi di Revisione costituisce prerequisito al rilascio del Certificato.

ADS provvede quindi a comunicare al Revisore Editore l'esito negativo della verifica e la decisione assunta dal Consiglio di Amministrazione e contestualmente informa l'Editore affinché possa provvedere a conferire l'incarico a un differente Revisore - scelto nell'elenco dei revisori accreditati pubblicato sul sito [www.adsnotizie.it](http://www.adsnotizie.it) - che svolgerà nuovamente la verifica interna ai fini del rilascio del Certificato.

Il Revisore Editore può ripresentare richiesta ad ADS per l'inserimento nell'elenco dei revisori accreditati per i controlli previa dimostrazione dell'adozione di misure e procedure tali da garantire il rispetto dei requisiti ADS.

Il Revisore Editore deve fornire pertanto una relazione dettagliata in merito alle azioni assunte per superare i rilievi a suo tempo emersi nel corso della verifica. L'accreditamento del Revisore Editore avviene sulla base di criteri oggettivi, proporzionati e non discriminatori.

## ***n) Verifiche intermediari***

### **1.1.1. OBIETTIVO DELLE VERIFICHE**

Le verifiche hanno lo scopo di accertare la correttezza dei sistemi informativi e dei processi di tracciamento delle vendite degli intermediari e la loro aderenza alle richieste contenute nel Regolamento e relativo allegato II, con particolare riferimento:

- alla modalità di tracciamento dell'attivazione delle copie digitali;
- al totale delle copie digitali attivate in un intervallo di tempo;
- alla ripartizione temporale delle attivazioni delle copie digitali;
- alla corretta attivazione delle copie digitali da parte delle utenze dei destinatari finali, nonché alla corretta raccolta e trasmissione dei dati relativi;

Saranno quindi verificati i diversi passaggi previsti dal sistema informatico utilizzato al fine di attestare anche che ogni copia digitale attivata sia stata richiesta dal destinatario finale e correttamente resa disponibile dall'Intermediario nel periodo di vendita della copia cartacea stessa.

La richiesta e l'avvenuta attivazione delle copie digitali multiple da parte dei destinatari finali saranno verificate attraverso il controllo sul sistema che genera e gestisce queste informazioni. Tale verifica sarà effettuata su un campione significativo di contratti e di utenze, per ciascuna tipologia di

distribuzione delle copie digitali, attraverso interrogazioni a video, “online” o “batch” del sistema stesso.

Gli operatori, per agevolare tale verifica, devono predisporre la documentazione prodotta dai sistemi secondo gli standard definiti, e permettere alla società di controllo incaricata da ADS accesso al sistema (attraverso supporto da parte dell’operatore) per le opportune verifiche.

Sono previste tre diverse tipologie di verifiche:

1. Verifica preliminare ai fini dell’accreditamento di un nuovo intermediario
2. Verifica periodica
3. Verifica contestuale a quella svolta presso ciascun editore da parte di una società di revisione scelta dall’editore stesso al fine di certificare le copie dichiarate in ADS per ciascuna testata sottoposta ad accertamento.

#### 1.1.2. VERIFICA PRELIMINARE

Tale verifica è predisposta da ADS a fronte di una richiesta di accreditamento da parte di un nuovo intermediario. **Una società di controllo terza scelta da ADS avrà il compito di verificare il possesso dei requisiti previsti da parte dell’intermediario.**

La verifica preliminare si compone di due fasi:

Prima fase:

la verifica ha l’obiettivo di analizzare i processi di registrazione utenti, vendita e attivazione delle copie digitali da parte dell’intermediario e valutare la loro aderenza alle richieste del regolamento ADS. In particolare l’intermediario ha l’obbligo di condividere quanto segue:

1. Documento descrittivo del processo di vendita e delle possibili modalità commerciali di acquisto da parte degli acquirenti
2. Descrizione dell’architettura tecnologica a supporto del proprio sistema
3. Informazioni richieste ai clienti/fruitori finali in fase di vendita, attivazione e fruizione di una copia digitale
4. Modalità di auditing integrato nel sistema e livello di reporting possibile
5. Modalità di reportistica prodotta ai fini di compliance con le richieste del Regolamento ADS

A conclusione della prima fase, la società di controllo produce un report, che viene consegnato all'intermediario e inviato ad ADS per opportuna valutazione.

Se il report relativo alla prima fase è positivo, ADS dopo opportuna valutazione provvederà ad inserire la Società nell'apposito elenco degli intermediari accreditati pubblicato sul Sito [adsnotizie.it](http://adsnotizie.it) con la nota società in fase di accreditamento ADS.

Nel caso la società di controllo riscontri difformità in merito all'adeguatezza dei processi e dei sistemi operativi rispetto alle norme stabilite dal Regolamento ADS, dai relativi allegati, segnalerà nel suddetto report le difformità riscontrate rispetto ai controlli effettuati, e concorderà con l'Intermediario le azioni correttive necessarie, nonché i relativi tempi per l'adeguamento e l'organizzazione di una nuova visita presso l'intermediario stesso per la verifica delle correzioni poste in essere.

Seconda fase:

entro sei mesi dalla richiesta di accreditamento viene svolta la seconda parte della verifica preliminare al fine di verificare a regime il mantenimento dei requisiti previsti da ADS per il perfezionamento dell'accREDITamento stesso.

Dovranno essere rese disponibili le stesse tipologie di informazioni condivise durante la prima fase della verifica preliminare, eventualmente aggiornate qualora siano intervenute modifiche sostanziali.

A supporto della seconda fase della verifica è inoltre opportuno che l'operatore predisponga tutti i tracciati record contenenti le informazioni minime per la dichiarazione delle copie digitali, anche sotto forma di reportistica, di un determinato periodo richiesto dalla società incaricata della verifica.

In particolare, deve essere possibile recuperare la documentazione in termini di informazioni di:

- Filiera, ovvero tutti i dati raccolti che identificano univocamente l'attivazione di ogni specifica copia digitale, tra cui il fingerprint del device utilizzato per l'attivazione fino al nominativo del destinatario finale (nome e cognome);
- Copia digitale, ovvero tutti i dati raccolti che identificano il tipo la copia digitale attivata dal destinatario finale in termini di titolo, edizione ed eventuale file scaricato;
- Localizzazione, ovvero tutti i dati raccolti che individuano nazione, luogo, data e ora in cui è stata effettuata l'attivazione delle copie digitali multiple oggetto di verifica relative alla vendita di un determinato prodotto digitale in uno specifico periodo temporale.

Non è necessario che le informazioni minime siano contenute in un unico schema di dati o report, purché sia possibile in ogni momento ricostruire completamente il set di informazioni minime per ogni copia digitale multipla attivata.

A conclusione della seconda fase, la società di controllo produce un report che viene consegnato alla società e inviato ad ADS per l'opportuna valutazione finale in merito all'accreditamento.

### 1.1.3. VERIFICA PERIODICA

ADS può a propria discrezione, predisporre delle verifiche periodiche presso un intermediario al fine di verificare il mantenimento dei requisiti richiesti dal Regolamento.

Nel periodo successivo all'accreditamento, nel caso di richiesta da parte dell'intermediario di rinnovo del contratto annuale, è previsto almeno un controllo annuo per la verifica del mantenimento dei requisiti. Dovranno essere rese disponibili le stesse tipologie di informazioni condivise durante la verifica preliminare, eventualmente aggiornate qualora siano intervenute modifiche sostanziali.

A supporto della verifica è inoltre opportuno che l'operatore predisponga tutti i tracciati record contenenti le informazioni minime per la dichiarazione delle copie digitali, anche sotto forma di reportistica, di un determinato periodo richiesto dalla Società incaricata della verifica.

In particolare, deve essere possibile recuperare la documentazione in termini di informazioni di:

- Filiera, ovvero tutti i dati raccolti che identificano univocamente l'attivazione di ogni specifica copia digitale, tra cui il fingerprint del device utilizzato per l'attivazione fino al nominativo del destinatario finale (nome e cognome);
- Copia digitale, ovvero tutti i dati raccolti che identificano il tipo la copia digitale attivata dal destinatario finale in termini di titolo, edizione ed eventuale file scaricato;
- Localizzazione, ovvero tutti i dati raccolti che individuano nazione, luogo, data e ora in cui è stata effettuata l'attivazione delle copie digitali multiple oggetto di verifica relative alla vendita di un determinato prodotto digitale in uno specifico periodo temporale.

Non è necessario che le informazioni minime siano contenute in un unico schema di dati o report, purché sia possibile in ogni momento ricostruire completamente il set di informazioni minime per ogni copia digitale multipla attivata.



A conclusione di ciascuna verifica periodica, la società di controllo produce un report che viene consegnato alla società e inviato ad ADS per opportuna valutazione in merito al mantenimento dei requisiti necessari richiesti all'accreditamento.

Nel caso in cui i requisiti previsti dal Regolamento non risultino rispettati, e o siano espresse non conformità dalla Società di controllo incaricata da ADS la Commissione Lavori provvede a:

- esaminare il rapporto e richiedere gli opportuni chiarimenti all'Intermediario e acquisire le integrazioni che la società vorrà fornire;
- richiedere alla Società di controllo incaricata da ADS di precisare la data a partire dalla quale decorre la non conformità.

Nel caso non sia possibile determinare con certezza la data di non conformità viene considerato il giorno successivo all'ultima verifica periodica come decorrenza presunta della non conformità.

- Richiedere alla Società di controllo incaricata da ADS di fornire, con l'ausilio della società intermediaria, l'elenco delle testate e degli Editori che utilizzano la piattaforma risultata non conforme.
- Informare gli Editori interessati in merito alla non conformità riscontrata.

Nel caso in cui venga confermata la non conformità della piattaforma, ADS provvede a richiedere a tutti gli Editori interessati di comunicare la rettifica dei dati dichiarati per ciascuna testata gestita attraverso la piattaforma dell'Intermediario a partire dalla data di decorrenza della non conformità fino alla più recente dichiarazione fornita ad ADS.

Qualora risulti confermata la non conformità della piattaforma dell'Intermediario, con la conseguente necessità di rettifica dei dati comunicati dall'Editore, il Consiglio di Amministrazione di ADS può:

- (i) nel caso in cui risulti uno scostamento tra dati dichiarati e dati rettificati con una entità dello scostamento minore del 3% della media della Diffusione cartacea + digitale relativa al periodo interessato attribuibile ad una condotta accidentale o meramente colposa (colpa lieve) da parte dell'Intermediario, formulare un richiamo scritto nei confronti dell'Intermediario con richiesta di risoluzione della non conformità da accertare tramite nuova verifica periodica della società di controllo incaricata da ADS entro 30 giorni. La ripresa della attività dell'intermediario è subordinata ad un nuovo accertamento della conformità dei processi;
- (ii) nel caso in cui risulti un scostamento tra dati dichiarati e dati rettificati maggiore (e uguale) a 3% e inferiore al 5% della media della Diffusione cartacea + digitale relativa al periodo interessato per una testata, disporre un richiamo scritto e la sospensione per 6 mesi

dall'elenco degli intermediari accreditati presso ADS con comunicazione sul sito ADS. La sospensione deve essere comunicata sul sito Adsnotizie.it. L'intermediario deve ripetere l'accreditamento per dimostrare che sono venute meno le inadempienze accertate;

- (iii) nel caso in cui risulti uno scostamento superiore (o uguale) al 5% della media della Diffusione cartacea + digitale relativa al periodo interessato e/o comunque una incongruenza dei dati da attribuirsi ad azioni o omissioni volontarie dell'Intermediario, per una testata, disporre l'esclusione dall'elenco degli intermediari accreditati per la piattaforma interessata per un anno. L'esclusione deve essere comunicata sul sito Adsnotizie.it. L'intermediario deve ripetere l'accreditamento per dimostrare che sono venute meno le inadempienze accertate;
- (iv) In ogni caso, laddove, anche a prescindere dagli scostamenti riscontrati, vengano in qualsiasi momento a mancare nell'Intermediario i requisiti di onorabilità (di cui all'allegato IV punto C) disporre l'esclusione dall'elenco degli intermediari accreditati di tutte le piattaforme dell'intermediario stesso. L'esclusione deve essere comunicata sul sito Adsnotizie.it. L'intermediario può richiedere nuovamente l'accreditamento delle proprie piattaforme previa dimostrazione preliminare alla richiesta di accreditamento dei requisiti di onorabilità necessari.
- (v) Ai fini della applicazione delle sanzioni all'intermediario, nel caso in cui l'intermediario gestisca più testate, l'entità dello scostamento verrà misurata sulla testata che esprime lo scostamento maggiore.

**tabella riassuntiva**

<b>entità dello scostamento</b>	<b>Sanzione</b>
<b>Minore del 3%</b>	<b>Richiamo scritto con richiesta di risoluzione della non conformità da accertare con visita di controllo con costo a carico dell'intermediario entro 30 giorni. La risoluzione della sospensione è subordinata all'accertata conformità.</b>
<b>da &gt; = 3% a 5%</b>	<b>Richiamo scritto e sospensione dall'elenco degli Intermediari per 6 mesi con comunicazione sul sito ADS. Obbligo di ripetere l'accreditamento.</b>
<b>da &gt; = 5%</b>	<b>Esclusione per un anno dall'elenco degli Intermediari accreditati con comunicazione sul sito ADS. Obbligo di ripetere l'accreditamento.</b>
<b>Assenza requisiti Onorabilità</b>	<b>Esclusione dall'elenco degli Intermediari accreditati di tutte le piattaforme dell'Intermediario stesso con comunicazione sul sito ADS.</b>

#### 1.1.4. VERIFICA PRESSO INTERMEDIARI DA PARTE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE EDITORE

In occasione delle verifiche eseguite dalle società di revisione nell'ambito delle verifiche previste per le testate che hanno richiesto l'accertamento ADS al fine di certificare le copie digitali attivate attraverso Intermediari, i Revisori Editore, oltre a verificare la reportistica prodotta per un determinato periodo, effettuano, come previsto dal Regolamento, presso l'Intermediario coinvolto le verifiche necessarie ad accertare la correttezza dei dati e dei processi e la loro aderenza alle richieste del Regolamento ADS.

In caso di rilievi espressi dal Revisore incaricato dall'Editore nel corso dell'accertamento che esprimono una non conformità di processo sulla piattaforma di un Intermediario, la Commissione Lavori provvede a richiedere una verifica straordinaria a cura della Società di Controllo ADS per le verifiche relative alle copie digitali per le quali è prevista l'attivazione.

Nel caso in cui l'inadempienza venisse confermata dagli esiti della verifica straordinaria, si applicano, nei confronti dell'Intermediario, la procedura e le sanzioni descritte al punto 1.1.3 Verifica periodica.

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.

Nel caso una copia digitale non risponda ai requisiti di copia replica o nel caso in cui i dati raccolti dall'Intermediario a supporto della certificazione delle copie digitali non rispondano ai requisiti, tutte le copie risultate non conformi dovranno essere escluse dal conteggio dei dati relativo all'edizione digitale lato Editore.

## **ALLEGATO I bis - LINEE GUIDA PER RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI NECESSARIE ALLA VERIFICA DELL'ATTIVAZIONE DELLE COPIE DIGITALI MULTIPLE, MULTIPLE ABBINATE, PROMOZIONALI E OMAGGIO**

### **a) *Obiettivo delle verifiche***

Le verifiche oggetto di questo documento hanno lo scopo di accertare la correttezza e la sicurezza dei sistemi informativi e delle procedure di tracciamento delle copie distribuite direttamente dagli Editori o dagli Intermediari, oltre che la loro aderenza alle richieste contenute nel presente Regolamento con particolare riferimento:

- alla modalità di tracciamento dell'attivazione delle copie digitali multiple;
- al totale delle copie digitali multiple attivate in un intervallo di tempo;

- alla ripartizione temporale delle attivazioni delle copie digitali multiple;
- alla corretta attivazione delle copie digitali multiple da parte delle utenze dei destinatari finali, nonché alla corretta raccolta e trasmissione dei dati relativi;
- alla reportistica prodotta;
- alle relative rilevazioni contabili (si veda regolamento).

### **Linee guida per l'attività di verifica**

Viene di seguito definita una check-list contenente una serie di requirements generali che fungano da linee guida per ogni revisore e per ogni attività di verifica di conformità da eseguire. Si ricorda che affinché una copia attivata possa considerarsi certificabile, e successivamente essere certificata, ogni attore della filiera distributiva deve soddisfare quanto definito all'allegato II e che il revisore in occasione della verifica deve necessariamente controllare che:

1. La soluzione tecnologica degli intermediari utilizzata per distribuire le copie dell'editore oggetto della verifica sia effettivamente accreditata presso ADS o che sia stata effettuata almeno la verifica relativa alla prima fase accreditamento e che ne soddisfi i requisiti.
2. ai fini delle verifiche, la documentazione prodotta, dai sistemi informativi di Editori ed Intermediari sia predisposta secondo gli standard definiti dal Regolamento ADS e dai relativi allegati;

**resta inteso che il/i revisore/i incaricato/i dalla società di revisione o la Società incaricata da ADS per le opportune verifiche deve/devono recarsi presso le strutture degli eventuali editori/intermediari per l'accertamento della correttezza dei processi e della loro aderenza alle richieste del Regolamento ADS; e devono procedere all'accesso al sistema stesso (attraverso il supporto di un operatore), anche in remoto, per le opportune verifiche e per la consultazione di tutta la documentazione necessaria;**

3. le edizioni digitali/abbonamenti siano correttamente rese disponibili dall'Editore o dall'Intermediario o da eventuali terzi distributori al destinatario finale, almeno nel periodo di vendita della copia cartacea, attraverso le edicole e i punti di vendita autorizzati.
4. le edizioni digitali siano considerate una sola volta anche se:
  - Fruite più volte dallo stesso destinatario finale,
  - Fruite successivamente alla data di pubblicazione,
  - Riprodotte più volte o ridistribuite allo stesso destinatario finale,
  - Fruite su più dispositivi digitali dallo stesso destinatario finale;

5. per le vendite multiple/abbonamenti e per le copie promozionali e omaggio, l'acquirente o il destinatario finale siano inequivocabilmente identificabili (ad esempio attraverso le modalità definite nei punti successivi);
6. le utenze finali siano sempre richieste, attivate e verificabili attraverso il controllo sul sistema che genera e gestisce le informazioni: tale verifica deve essere effettuata su un campione significativo di contratti e di utenze, per ciascuna tipologia di distribuzione delle copie digitali, attraverso interrogazioni a video, "online" o "batch" del sistema stesso;
7. per il periodo sottoposto a controllo, vi sia coerenza tra la data di attivazione delle edizioni digitali/abbonamenti e il periodo di dichiarazione dei dati;
8. siano considerate attivate e certificabili solo le copie per cui l'Editore o l'Intermediario consentano la verifica puntuale dell'avvenuta attivazione da parte del destinatario finale;
9. il destinatario finale sia informato esplicitamente degli elementi dell'offerta proposta (testata offerta, periodo di validità, se copia singola o abbonamento);
10. il destinatario finale si registri presso il sistema dell'Editore o dell'Intermediario indicando nome, cognome e indirizzo e-mail, oppure che effettui il log-in inserendo le proprie credenziali (id e password) se già registrato;
11. il destinatario finale espliciti la volontà di richiedere l'offerta (ad esempio cliccando su un bottone "richiedi copia/abbonamento che rinvia al contenuto specifico della stessa oppure flaggando un apposito campo);
12. il destinatario finale inserisca, in fase di primo accesso ad ogni edizione digitale/abbonamento, un codice Captcha che permetta di identificare chiaramente la natura del destinatario stesso, negando l'accesso a robot e/o dispositivi automatici (specifiche ulteriori seguono al paragrafo 5); unica eccezione alla procedura prevista riguarda l'inserimento del codice Captcha nel caso di fruizione della copia digitale tramite app. L'inserimento manuale del codice relativo all'offerta commerciale all'interno dell'applicazione rappresenta un valido sostituto alla risoluzione del codice Captcha in questa casistica.
13. Il sistema dell'Editore o dell'Intermediario raccolga le informazioni identificative della filiera, della copia digitale e della localizzazione, e salvi le informazioni secondo gli schemi riportati nell'allegato II.

Di seguito sono dettagliate le informazioni da raccogliere e verificare per filiera, copia digitale e localizzazione:

#### 14.1 INFORMAZIONI PER L'IDENTIFICAZIONE DELLA "FILIERA"

CAMPO	DESCRIZIONE	Esempio*
NUMERO PROGRESSIVO	ID univoco identificativo dell'attivazione	170317_148
IDENTIFICATIVO TRANSAZIONE	Codice univoco identificativo della transazione relativa all'acquisto del blocco delle copie digitali	170310_XYX_745
ID UNIVOCO UTENTE FINALE	Codice univoco relativo al destinatario finale (utente) che ha effettuato l'attivazione della copia digitale	AM339
FINGER PRINT	Codice univoco (device fingerprint) identificativo del device utilizzato per l'attivazione come generato dal sistema di fingerprinting	* <i>differente a seconda del sistema di fingerprinting utilizzato</i>
ID CLIENTE	Codice univoco identificativo dell'Acquirente	REY_IT
PARTNER	Nome (o codice) dell'Intermediario	PTN_003_IT

Con il termine "codice univoco" si fa sempre riferimento al un codice univoco (sequenza di numeri e/o lettere che ha una unica corrispondenza) lato sistema informativo interno/piattaforma all'interno del quale viene generato.

Tramite il valore del campo ID UNIVOCO UTENTE FINALE deve essere sempre possibile (eventualmente in modalità indiretta) risalire a nome, cognome ed email del destinatario finale che ha eseguito l'attivazione della copia digitale multipla.

Con FINGERPRINT si indica un codice univoco generato da una soluzione tecnologica in grado di rilevare con un ottimo grado di precisione il device hardware dal quale avviene la fruizione del servizio, superando quindi il concetto di sessione e visitatori unici. Questa implementazione tecnologica identifica esclusivamente il device da cui avviene la fruizione della copia digitale e non la persona fisica. Qualora la fruizione avvenga tramite Applicazione mobile, con FINGERPRINT è inteso un codice univoco identificante l'applicazione stessa.

Il valore PARTNER è necessario solo nel caso in cui la fruizione della copia digitale da parte del destinatario finale avvenga tramite un Intermediario dell'Editore.

## 14.2 INFORMAZIONI PER L'IDENTIFICAZIONE DELLA COPIA DIGITALE

CAMPO	DESCRIZIONE	Esempio*
TITOLO	Titolo del contenuto editoriale attivato	<i>Periodico A</i>
EDIZIONE	Data di pubblicazione dell'edizione (in caso di periodici)	<i>2017/03/01</i>
QUANTITÀ	Quantità attivata	<i>1</i>
FILE	Nome del file scaricato	<i>PeriodicoA_20170301_IT.pdf</i>

Il valore FILE è necessario solo nel caso sia previsto lo scaricamento del file relativo alla copia digitale attivata. Nel caso di abbonamenti il nome file potrà non essere univoco, ma differire per numero versione o data.

## 14.3 INFORMAZIONI PER LA LOCALIZZAZIONE

CAMPO	DESCRIZIONE	Esempio*
NAZIONE	Nazione in cui si usufruisce del servizio	<i>IT</i>
LUOGO	Luogo in cui avviene l'attivazione	<i>Milan</i>
DATA	Data in cui si usufruisce del servizio	<i>2017-03-17</i>
ORA	Ora di attivazione e relativo primo accesso (valore UTC)	<i>15:00:36</i>

*\*Gli esempi forniti sono puramente indicativi*

Il recupero delle informazioni per la localizzazione dell'attivazione della copia digitale ha lo scopo di raccogliere i dati territoriali (regione, provincia etc.) relativi; qualora questi non siano direttamente disponibili, il recupero può essere effettuato indirettamente tramite l'analisi dell'indirizzo IP utilizzato dal destinatario finale (non è necessaria la geo-localizzazione puntuale, ad esempio GPS, eventualmente disponibile lato mobile).

Nel caso di attivazione della copia digitale lato Intermediario, attraverso la connessione Internet del Partner, anche se non direttamente tracciate è sempre possibile risalire indirettamente alle informazioni necessarie alla localizzazione della copia, facendo riferimento al Partner stesso.

15.tutte le edizioni digitali che non rispondano ai requisiti di copia replica, o per le quali l'Intermediario abbia raccolto informazioni non conformi alle specifiche, vengano escluse dal conteggio dei dati relativi all'edizione digitale lato Editore. Nel caso specifico di edizioni digitali non rispondenti ai requisiti di copia replica, un revisore dovrebbe tempestivamente comunicarne la presenza alla Commissione Lavori ADS, che chiederà ufficialmente all'editore di uniformarsi alla definizione in vigore;

16. il destinatario finale riceva una e-mail contenente un apposito link di reindirizzamento alla copia e che ne espliciti la disponibilità; in alternativa il destinatario finale può ricevere una e-mail o un sms contenente un passcode di attivazione. L'invio del link/passcode su una e-mail esterna o la ricezione di un sms contenente un passcode impone un ulteriore vincolo alla certificazione delle copie digitali, riducendo il rischio di accessi fittizi alle testate tramite indirizzi non validi;

17. il destinatario finale debba, per accedere alla copia, cliccare sul link ricevuto via email o inserire il passcode ricevuto via email o sms;

18. nel caso in cui il destinatario finale riceva dall'acquirente un codice univoco (token) generato dall'editore, il destinatario finale lo utilizzi per attivare il servizio e che l'editore conservi l'anagrafica associata al suddetto servizio. Tale procedura si integra a quella classica di log-in indicata dal regolamento, articolo 5, gli altri punti (conferma via email o SMS dell'attivazione) restano invariati.

19. il sistema memorizzi i dati di avvenuta attivazione al fine di rendere disponibili le copie;

20. 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, venga reindirizzato automaticamente sul sistema dell'editore per il completamento della procedura di registrazione.

21. le copie acquistate da aziende o da società facenti parte del Gruppo societario al quale appartiene la pubblicazione venduta non vengano dichiarate e certificate;

22. le copie multiple e promozionali e omaggio attivate presso alberghi, treni, ecc. diano origine ad abbonamenti solo nel caso in cui sia possibile un metodo di fruizione della copia stessa al di fuori delle rete nella quale è stata attivata la copia. (si veda art.5.1 del Regolamento e allegato II);

## **b) Verifiche tecniche**

Come indicato al punto 1.4 dell'allegato I, la richiesta e l'avvenuta attivazione della copia/abbonamento da parte del destinatario finale devono essere sempre verificate dal Revisore attraverso il controllo sul sistema che genera e gestisce le informazioni tecniche relative alla procedura descritta all'articolo 5 del Regolamento e all'allegato II.

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.

Il Revisore, per effettuare tale verifica, deve disporre della documentazione prodotta dai sistemi secondo gli standard definiti all’articolo 5 del Regolamento e relativi allegati.

E’ 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 sia 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.

Si precisa che il processo di attivazione è richiesto una unica volta (verosimilmente al primo accesso) per ogni singolo abbonamento per ogni destinatario finale.

Tutti gli accessi successivi all’attivazione esulano dal processo di attivazione caratterizzato dalle misure di verifica aggiuntive (i.e. captcha o codice in-app nei casi previsti, (device) fingerprint, invio link di attivazione per mezzo e-mail).

La raccolta del (device o application) fingerprint e l’invio del link (o passcode) di attivazione per mezzo e-mail (o sms) non possono essere derogati.

L’esecuzione del processo di attivazione (i.e. soluzione del codice captcha, e utilizzo del link di attivazione per mezzo e-mail) da parte del destinatario finale, costituisce la prova della volontà di fruire della copia. Non è possibile demandare ad altri attori questa attività.

Diversamente, la raccolta dei dati del destinatario finale (ad es. nome, cognome, e-mail) può essere eseguita anche indirettamente (si veda allegato II. È necessario però che i dati pre-registrati vengano confermati dall’utente finale.

Le misure di verifica sono necessarie esclusivamente in fase di attivazione da parte del destinatario finale.

In caso di abbonamento l’attivazione avviene *una tantum*.

Il processo di attivazione è previsto e deve essere verificato per le copie digitali multiple, per le copie digitali multiple abbinate (che vengono classificate tra le copie abbinate ma devono avere i requisiti di attivazione), per le copie digitali promozionali e omaggio di qualunque specie (singole o multiple).

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 5 del regolamento e all'allegato II.

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 5.

Il revisore in occasione delle verifiche deve necessariamente verificare anche determinati aspetti tecnologici al fine di poter garantire che i dati sulla quale si basa la certificazione non siano stati alterati. Per cui, il revisore deve verificare che:

1. sui sistemi informatici (database e server sui quali le applicazioni sono eseguite) sia attivato un sistema di logging degli accessi sistemistici ed applicativi e che tale log, se non centralizzato in un sistema terzo sicuro, sia opportunamente protetto e storicizzato.
2. ogni accesso amministrativo ai sistemi di cui sopra avvenga sempre attraverso utenze nominali gestite secondo le migliori best practices in materia di sicurezza informatica (cambio password obbligatorio, complessità minima della password).
3. sia chiaramente identificabile il sistema/applicativo sorgente di un determinato log, nel caso in cui siano contemporaneamente attive più istanze parallele dello stesso sistema (per esempio applicativo per distribuzione copie conforme al Regolamento ADS e applicativo per distribuzione copie da non dichiarare in ADS).
4. non esista una anomala distribuzione dei Paesi presso i quali le copie siano attivate. Questa valutazione è lasciata alla competenza e alla scelta del singolo revisore.
5. l'andamento temporale delle attivazioni sia statisticamente spiegabile e non includa picchi particolari di cui non esiste giustificazione plausibile. Questa valutazione è lasciata alla competenza e alla scelta del singolo revisore.
6. preso un campione rappresentativo delle attivazioni, tutti i dati dei clienti siano presenti e verosimili.
7. preso un campione significativo di utenti che abbiano attivato copie digitali, ad essi corrisponda un numero plausibile di copie attivate.

In sintesi i risultati delle verifiche effettuate potranno essere indicati nello schema di rapporto secondo il seguente schema:

*Schema Controlli effettuati sul processo di registrazione delle attivazioni di copie digitali presso editore e o intermediario:*

<b>Requisito</b>	<b>Esito</b>
Valutazione processo di attivazione secondo richieste del Regolamento compresi allegati I, I bis e II	Conforme / non conforme/ parzialmente conforme
Presenza della richiesta circa effettiva volontà di fruizione della testata digitale	Conforme / non conforme/ parzialmente conforme
Invio SMS o Email con all'interno un link o un passcode per conferma volontà fruizione	Conforme / non conforme/ parzialmente conforme
Presenza dei sistemi Captcha al fine di garantire la presenza di una persona fisica	Conforme / non conforme/ parzialmente conforme
Raccolta e conferma dei dati anagrafici utilizzatore finale	Conforme / non conforme/ parzialmente conforme
Raccolta dei dati identificativi della filiera di fruizione della testata	Conforme / non conforme/ parzialmente conforme
Raccolta fingerprint device	Conforme / non conforme/ parzialmente conforme

Nel rapporto finale devono inoltre essere indicate le seguenti osservazioni sotto altri aspetti:

- Metodologia di attivazione delle copie multiple.
- tipologie e modalità di distribuzione/ piattaforme
- tipologia di attivazione per ciascuna tipologia distributiva individuata
- verifiche di sicurezza effettuate: es. accesso nominale a tutti i sistemi applicativi coinvolti (in modalità lettura);
- accesso in scrittura al database contenente i dati relativi alle registrazioni solo ad utenze applicative e nominali degli amministratori di sistema;
- presenza di log attestanti tutte le operazioni alla base di dati;
- verifiche sui dati per periodo;
- quantificazione del campione esaminato e relativa dimensione della base dati.

**c) Documenti indispensabili ai fini della dichiarazione e dei controlli si veda il punto 1.1.3. del presente allegato I**

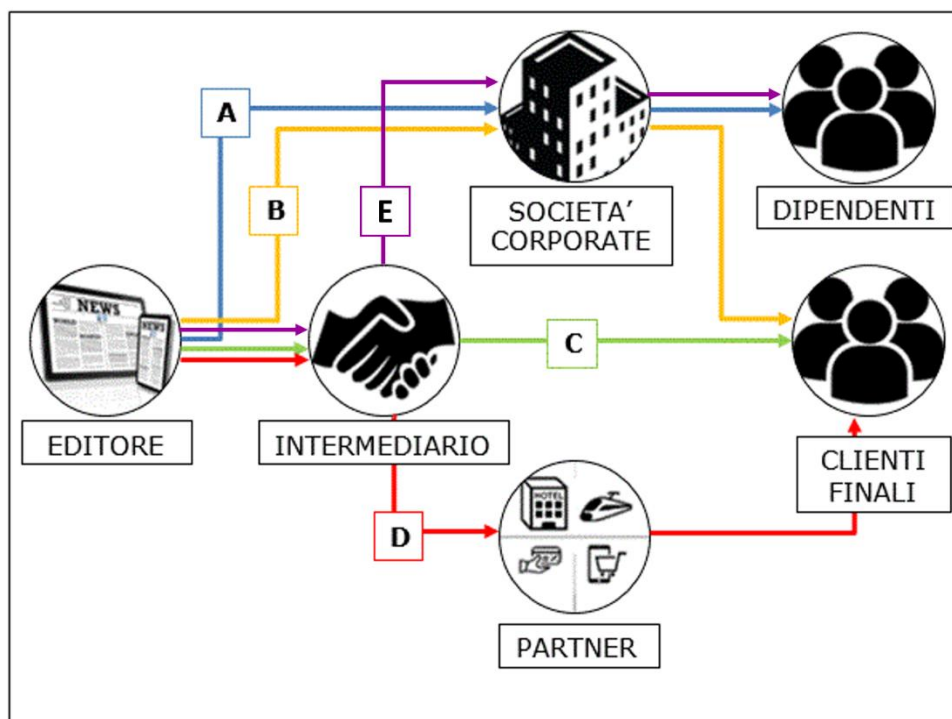
## ALLEGATO II - PROCESSO DI ATTIVAZIONE DELLE COPIE MULTIPLE DIGITALI E DELLE COPIE DIGITALI PROMOZIONALI E OMAGGIO

Di seguito le casistiche che approfondiscono la procedura al punto 5.1 del Regolamento.

Il processo di attivazione deve essere svolto presso i sistemi dell'editore o la piattaforma accreditata dell'intermediario.

### 1) CASISTICHE DI DISTRIBUZIONE

Le principali casistiche di riferimento per l'applicazione del regolamento e quindi la certificazione delle edizioni digitali (copie multiple e promozionali e omaggio) sono schematizzate nella figura seguente.



**A. Vendita diretta di codici di accesso a grandi società**, in questo caso l'accesso è tracciato e profilato grazie al login da parte degli utenti/dipendenti;

**B. Vendita di lotti di abbonamenti a società terze**, solitamente appartenenti ai settori dell'elettronica o delle telecomunicazioni, che procedono a distribuirli ed associarli ai propri prodotti;

**C. Vendita diretta da parte degli intermediari ai clienti finali**, senza passare attraverso un Partner (ad es. sfogliatore digitale);

**D. Fruizione del prodotto editoriale da parte dell'utente finale attraverso il portale o la rete Wi-Fi del Partner** (ad es. hotel, trasporti, vip lounge e portali di carte fedeltà);

**E. Vendita a grandi società del servizio di fruizione del prodotto editoriale tramite piattaforma** (ad es. sfogliatore digitale).

I processi relativi, in fase di registrazione dell'utente, prevedono sempre l'applicazione delle seguenti misure di verifica, allo scopo di certificare la copia digitale in oggetto:

- **Codice captcha**<sup>1</sup>: la soluzione di un codice captcha (tipicamente una sequenza di lettere o i numeri, che appare distorta o offuscata sullo schermo utilizzato, che l'utente deve decifrare) viene richiesta contestualmente alla sottomissione dei dati per la registrazione e ha l'obiettivo di ridurre il rischio di accesso alle testate da parte di robot automatici. L'unica eccezione ammessa alla somministrazione del codice captcha consiste, in caso di utilizzo di una applicazione mobile, nella raccolta del codice in-app (cfr. scenario B.3, E.4).
- **(Device o Application) Fingerprint**: questa soluzione tecnologica è in grado di rilevare con elevata precisione il device hardware dal quale avviene la fruizione del servizio (ma non la persona fisica a questo associato). Il device fingerprint affiancato al tracciamento della sessione di navigazione, garantisce l'univocità dell'accesso dell'utente.
- **Invio link di attivazione per mezzo e-mail**: l'invio del link per l'attivazione del servizio su una e-mail esterna impone un ulteriore vincolo alla certificazione delle copie digitali, riducendo il rischio di accessi fittizi alle testate tramite indirizzi e-mail non validi. In alternativa è possibile:
  - **Invio di un codice univoco di autenticazione per mezzo e-mail**: questa soluzione consiste nell'invio di un codice numerico su una e-mail esterna. L'inserimento del codice ricevuto nell'interfaccia apposita sulla piattaforma consente l'effettiva attivazione del servizio.
  - **Invio di un codice univoco di autenticazione per mezzo sms**: una possibile alternativa tecnologica all'utilizzo di un indirizzo e-mail esterno è rappresentata dall'invio del codice numerico su un dispositivo mobile. Anche in questo caso l'inserimento del codice ricevuto nell'interfaccia apposita sulla piattaforma consente l'effettiva attivazione del servizio.

#### A) VENDITA DIRETTA DI CODICI DI ACCESSO A GRANDI SOCIETÀ

Il processo di attivazione tramite sistema proprio dell'Acquirente (intranet aziendale) comprende due casistiche differenti:

- (A.1) la registrazione diretta dell'utente sul sito dell'Editore
- (A.2) la condivisione preventiva dell'anagrafica dei destinatari finali tra l'Acquirente (i.e. la Società che ha effettuato l'acquisto del blocco delle copie digitali) e l'Editore.

---

<sup>1</sup> Completely Automated Public Turing Test to tell Computers and Humans Apart

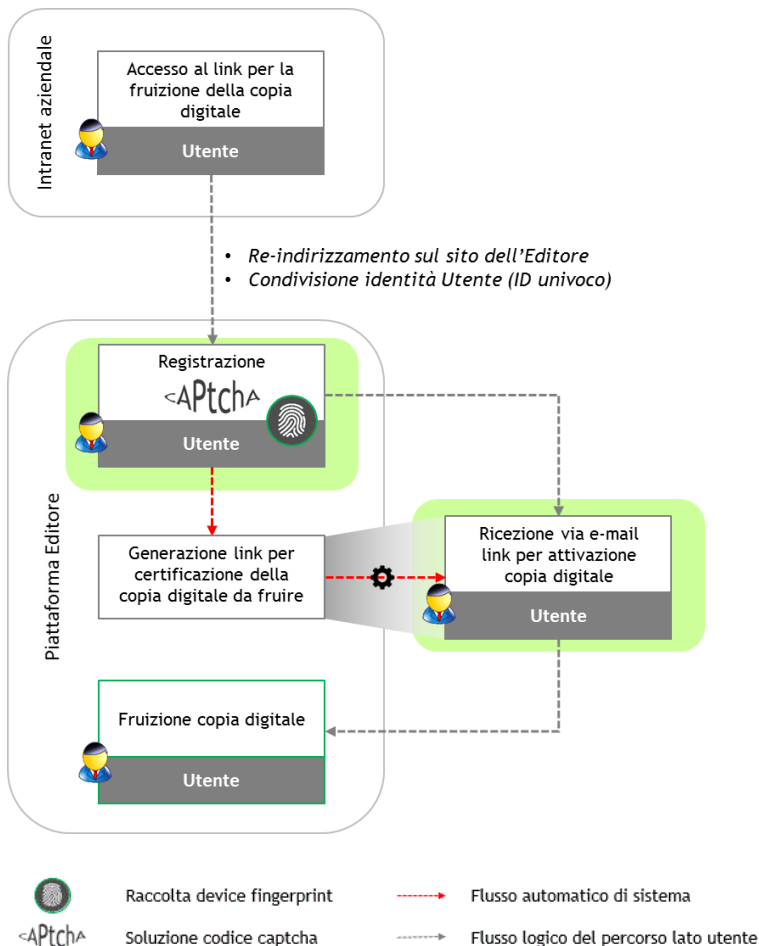
### (A.1) Registrazione diretta dell'utente sul sito dell'Editore

L'Acquirente, in seguito all'acquisto del blocco delle copie digitali, mette a disposizione degli utenti (tipicamente un sottogruppo di dipendenti) tramite la propria Intranet aziendale il link dedicato per la fruizione del servizio.

L'utente interessato/coinvolto nell'iniziativa accede al link e viene di conseguenza reindirizzato sul sito dell'Editore, contestualmente al reindirizzamento viene passato al sito dell'Editore l'ID univoco del dipendente.

In seguito alla registrazione, che avviene fornendo i dati personali e risolvendo un codice captcha, il dipendente conferma in maniera esplicita la volontà di fruizione della copia digitale e riceve via e-mail il link per l'effettiva attivazione della stessa. Durante tutto il processo descritto la piattaforma dell'Editore raccoglie tutte le informazioni necessarie alla certificazione della copia digitale.

Il flusso di processo può essere schematizzato come segue.



Le informazioni necessarie per la certificazione delle copie digitali vengono quindi raccolte direttamente lato Editore:

- i dati relativi all'identificazione della "filiera" vengono in parte derivati dal link specifico che l'Acquirente mette a disposizione dei destinatari finali; in particolare i dati specifici relativi al destinatario finale e il device fingerprint sono raccolti al momento della registrazione.

- i dati relativi all'identificazione della copia digitale vengono direttamente raccolti dall'Editore tramite il proprio sito;
- i dati relativi alla localizzazione del destinatario finale vengono direttamente raccolti dall'Editore partendo dall'indirizzo IP del destinatario finale utilizzato per accedere al sito (eventualmente possono anche essere derivati dal link specifico messo a disposizione dall'Acquirente ai destinatari finali).

(A.2) Condivisione preventiva dell'anagrafica dei destinatari finali

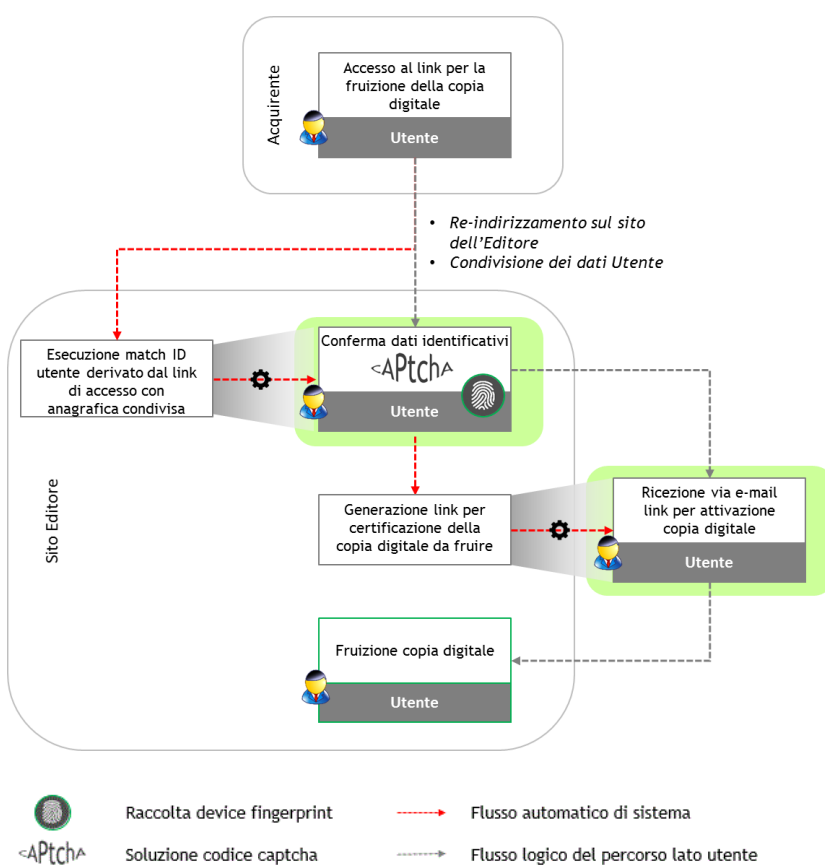
L'Acquirente, in seguito all'acquisto del blocco delle copie digitali, condivide anticipatamente con l'Editore le anagrafiche del bacino di possibili destinatari finali.

In seguito, l'Acquirente mette a disposizione degli utenti (tipicamente un sottogruppo di dipendenti) tramite la propria Intranet aziendale il link dedicato per la fruizione del servizio.

L'utente interessato accede al link e viene di conseguenza reindirizzato sul sito dell'Editore (contestualmente al re-indirizzamento viene passato al sito dell'Editore l'ID univoco del dipendente), dove conferma i propri dati (il processo richiede sempre la somministrazione del codice captcha).

In seguito l'utente riceve via e-mail il link per la attivazione della copia digitale e accede direttamente alla copia digitale.

Il flusso di processo può essere schematizzato come segue.



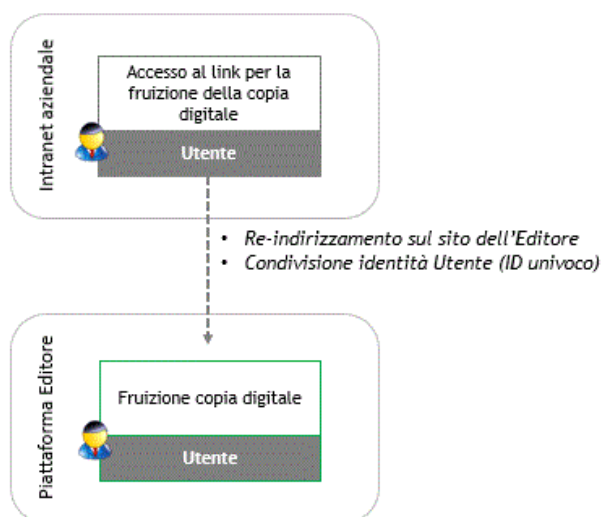
Le informazioni necessarie per la certificazione delle copie digitali vengono quindi raccolte direttamente lato Editore:

- i dati relativi all'identificazione della "filiera" vengono in parte

derivati dal link specifico che l'Acquirente mette a disposizione dei destinatari finali; in particolare i dati specifici relativi al destinatario finale (nome, cognome etc.) sono raccolti attraverso il *match* con l'anagrafica anticipatamente condivisa ed i dati condivisi attraverso il link specifico utilizzato (ad esempio grazie al codice "matricola", che funge da ID univoco del dipendente);

- i dati relativi all'identificazione della copia digitale vengono direttamente raccolti dall'Editore tramite il proprio sito;
- i dati relativi alla localizzazione del destinatario finale vengono direttamente raccolti dall'Editore partendo dall'indirizzo IP del destinatario finale utilizzato per accedere al sito (eventualmente possono anche essere derivati dal link specifico messo a disposizione dall'Acquirente ai destinatari finali).

In entrambe le casistiche (A.1, A.2) gli accessi successivi all'attivazione della copia digitale non necessitano della raccolta delle informazioni relative all'utente; conseguentemente l'accesso alla copia digitale da parte del destinatario finale sarà immediato.



-----> Flusso logico del percorso lato utente

## B) VENDITA DI LOTTI DI ABBONAMENTI A SOCIETÀ PARTNER

Questa casistica è tipica degli accordi commerciali che avvengono con aziende appartenenti ai settori dell'elettronica o delle telecomunicazioni, le quali procedono a distribuire gli abbonamenti associandoli ai propri prodotti.

Il processo di attivazione prevede l'utilizzo di token che comprende tre casistiche differenti:

- (B.1) Token esplicito, che viene utilizzato direttamente dal destinatario finale
- (B.2) Token implicito, scambiato automaticamente tra i sistemi dell'Acquirente e dell'Editore
- (B.3) Codice in-app (token esplicito per mobile, scambiato tra



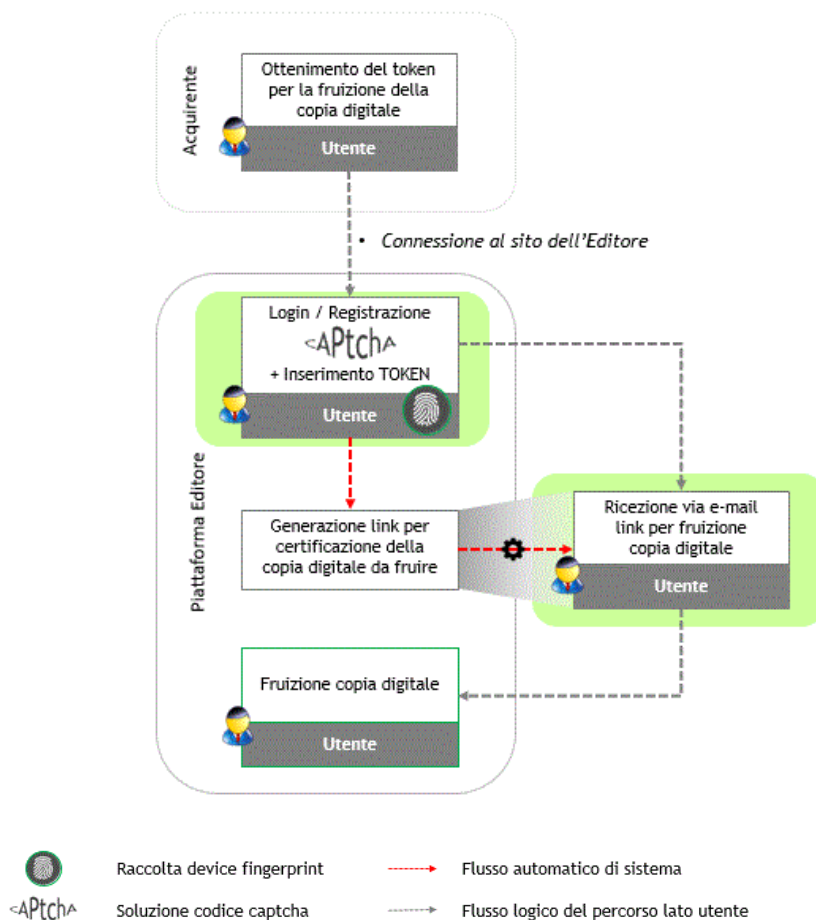
## l'applicazione ed i sistemi dell'Editore

Non è necessario inserire nel token in maniera esplicita le informazioni riguardanti l'offerta commerciale. Il token non deve necessariamente essere parlante. Deve essere però possibile, a posteriori e avendo il token, risalire a tutte le informazioni richieste sulla campagna, filiera etc.

### (B.1) Token esplicito

L'Acquirente in seguito all'acquisto del blocco delle copie digitali, mette a disposizione degli utenti un'offerta o un servizio relativo. L'utente interessato accede all'offerta e ottiene un token (codice) da utilizzare sul sito dell'Editore per fruire di una copia digitale. Non ci sono limitazioni su come il token possa essere distribuito agli utilizzatori finali. L'utilizzatore finale accede al sito dell'Editore, dove in seguito alla registrazione (o login, qualora sia già registrato) e alla soluzione di un codice captcha inserisce il token ricevuto (passaggio che sostituisce l'effettivo pagamento) e riceve via e-mail il link per la attivazione e fruizione della copia digitale.

Il flusso di processo può essere schematizzato come segue.



Le informazioni necessarie per la certificazione delle copie digitali vengono quindi raccolte direttamente lato Editore:

- i dati relativi all'identificazione della "filiera" vengono in parte derivati dal token specifico che l'Acquirente mette a disposizione

dei destinatari finali; in particolare i dati specifici relativi al destinatario finale sono raccolti al momento del login/registrazione;

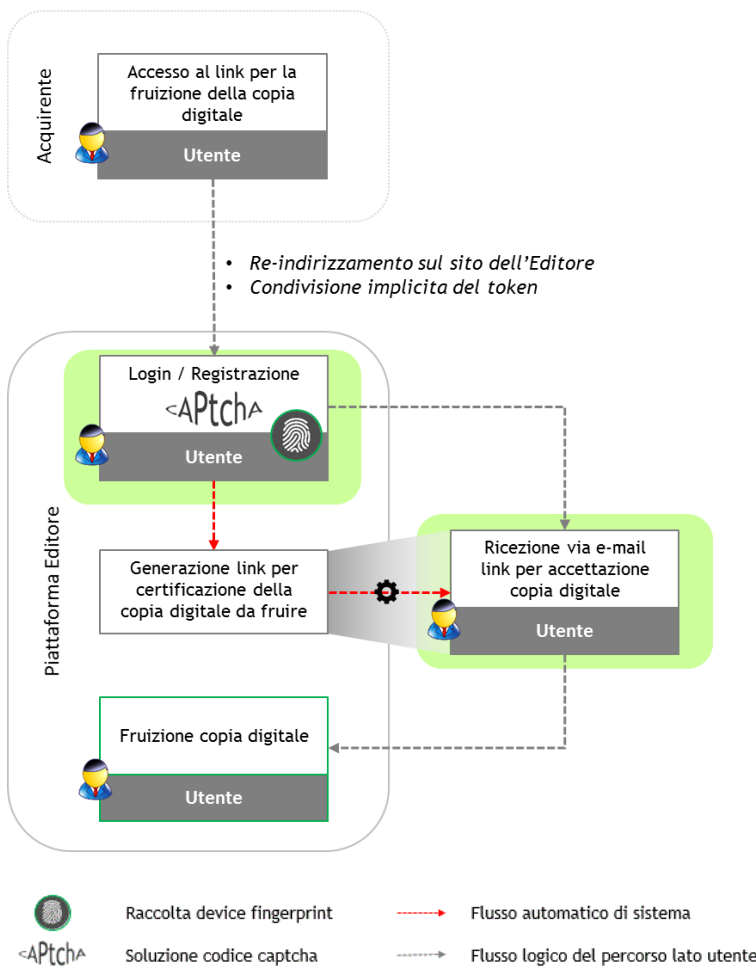
- i dati relativi all'identificazione della copia digitale vengono direttamente raccolti dall'Editore tramite il proprio sito;
- i dati relativi alla localizzazione del destinatario finale vengono direttamente raccolti dall'Editore partendo dall'indirizzo IP del destinatario finale utilizzato per accedere al sito.

**(B.2) Token implicito**

L'Acquirente in seguito all'acquisto del blocco delle copie digitali, mette a disposizione degli utenti una offerta o un servizio relativo.

L'utente interessato accede all'offerta sul portale dell'Acquirente ed ottiene un link dedicato (che include il token implicito proprio dell'Acquirente) tramite il quale viene reindirizzato sul sito dell'Editore, dove in seguito alla registrazione (o login, qualora sia già registrato) e alla soluzione di un codice captcha riceve via e-mail il link per la attivazione e fruizione della copia digitale. Infine, tramite il link, l'utente accede direttamente alla copia digitale.

Il flusso di processo può essere schematizzato come segue.



Le informazioni necessarie per la certificazione delle copie digitali vengono quindi raccolte direttamente lato Editore:

- i dati relativi all'identificazione della "filiera" vengono in parte derivati dal link (che contiene il token, trasparente lato utente) specifico che l'Acquirente mette a disposizione dei destinatari finali; in particolare i dati specifici relativi al destinatario finale sono raccolti al momento del login/registrazione;
- i dati relativi all'identificazione della copia digitale vengono direttamente raccolti dall'Editore tramite il proprio sito;
- i dati relativi alla localizzazione del destinatario finale vengono direttamente raccolti dall'Editore partendo dall'indirizzo IP del destinatario finale utilizzato per accedere al sito (eventualmente possono anche essere derivati dal link specifico messo a disposizione dall'Acquirente ai destinatari finali).

Tale processo si applica anche nei casi di copie promozionali e omaggio, da indicare in fase di dichiarazione, nella apposita colonna ADS.

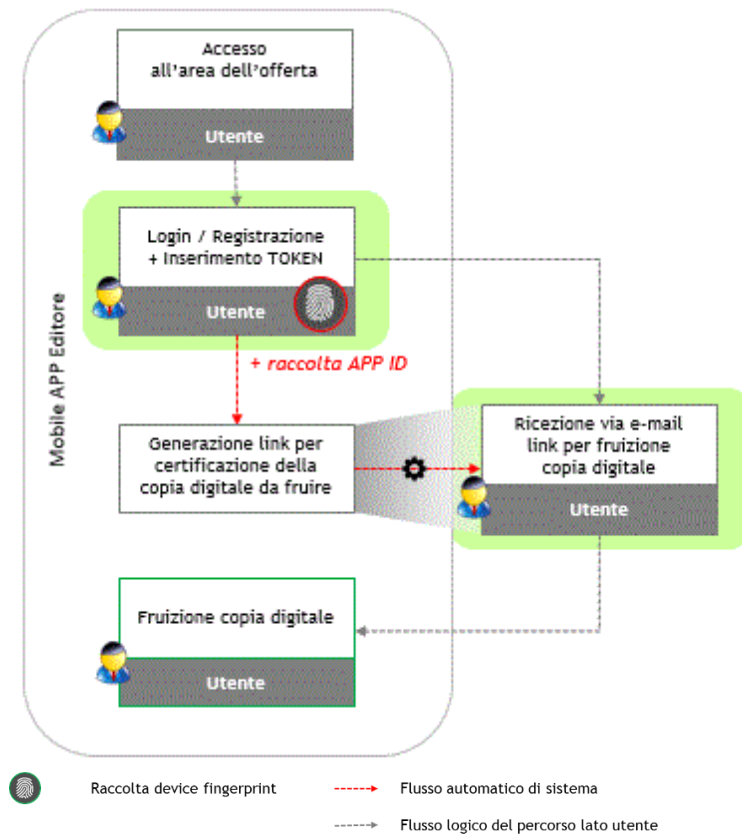
### (B.3) CODICE IN-APP/TOKEN ESPLICITO PER MOBILE

L'Acquirente, in seguito all'acquisto del blocco delle copie digitali, mette a disposizione degli utenti una offerta o un servizio relativo.

Il destinatario finale interessato accede all'offerta tramite una applicazione mobile dedicata (che permette l'inserimento di un token/codice in-app, ottenuto precedentemente, proprio dell'Acquirente) ed in seguito alla registrazione sul portale/app dell'editore (o login, qualora sia già registrato, in ogni caso il processo non richiede la somministrazione del codice captcha), ed alla conferma via mail o SMS tramite codice di autenticazione, fruisce della copia digitale.

L'inserimento manuale del token/codice in-app relativo all'offerta commerciale all'interno dell'applicazione rappresenta un valido sostituto alla risoluzione del codice CAPTCHA in questa casistica. Si ritiene dunque non necessario l'inserimento di questo ulteriore passaggio.

Il flusso di processo può essere schematizzato come segue.



Le informazioni necessarie per la certificazione delle copie digitali vengono quindi raccolte direttamente lato Editore:

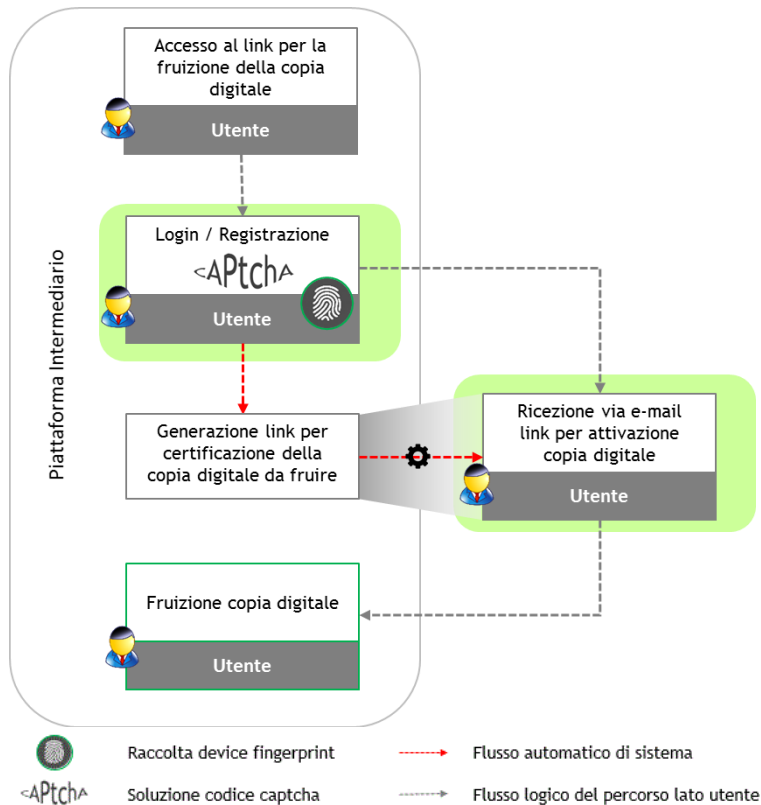
- i dati relativi all'identificazione della "filiera" vengono in parte derivati dal codice in-app specifico, che l'Acquirente mette a disposizione dei destinatari finali; in particolare i dati specifici relativi al destinatario finale sono raccolti lato applicazione (in seguito alla registrazione dell'utente);
- i dati relativi all'identificazione della copia digitale vengono direttamente raccolti dall'Editore tramite l'applicazione;
- i dati relativi alla localizzazione del destinatario finale vengono direttamente raccolti dall'Editore partendo dall'indirizzo IP dell'applicazione mobile attraverso la quale avviene il processo di accreditamento. Indirizzo IP utilizzato dunque dal device mobile del destinatario finale.
- un identificativo univoco dell'installazione dell'applicazione generato anche dalla stessa all'attivazione in modo da identificarla.

In tutte le casistiche (B.1, B.2, B.3) per gli accessi alla copia digitale successivi all'attivazione (con conseguente conferma tramite link inviato via mail o codice via SMS) è sufficiente che il destinatario finale acceda al link per la fruizione o che effettui il login sul portale dell'Editore o sull'applicazione con la quale intende fruire della copia. Si ritiene necessaria la conferma via mail (o via SMS) dell'attivazione anche nel caso in cui la fruizione avvenga tramite l'utilizzo di una applicazione mobile al fine di ridurre le possibilità di attivazioni fraudolente ottenute tramite strumenti automatici.

### C) VENDITA DIRETTA DA PARTE DEGLI INTERMEDIARI AI CLIENTI FINALI

In seguito all'accordo commerciale, l'Intermediario propone all'interno della propria piattaforma/portale (i.e. sfogliatore digitale) l'edizione digitale dell'Editore.

Il flusso di processo può essere schematizzato come segue.



Le informazioni necessarie per la certificazione delle copie digitali vengono quindi raccolte lato Intermediario (con obbligo di reportistica verso l'Editore):

- i dati relativi all'identificazione della "filiera" vengono raccolti direttamente tramite la piattaforma dell'Intermediario; in particolare i dati specifici relativi al destinatario finale sono raccolti al momento del login/registrazione alla connessione locale riservata (oppure in alternativa tramite registrazione / login alla piattaforma dell'Intermediario);
- i dati relativi all'identificazione della copia digitale vengono raccolti direttamente tramite la piattaforma dell'Intermediario;
- i dati relativi alla localizzazione del destinatario finale vengono derivati dalla specifica connessione utilizzata dal destinatario finale per raggiungere la piattaforma dell'Intermediario.

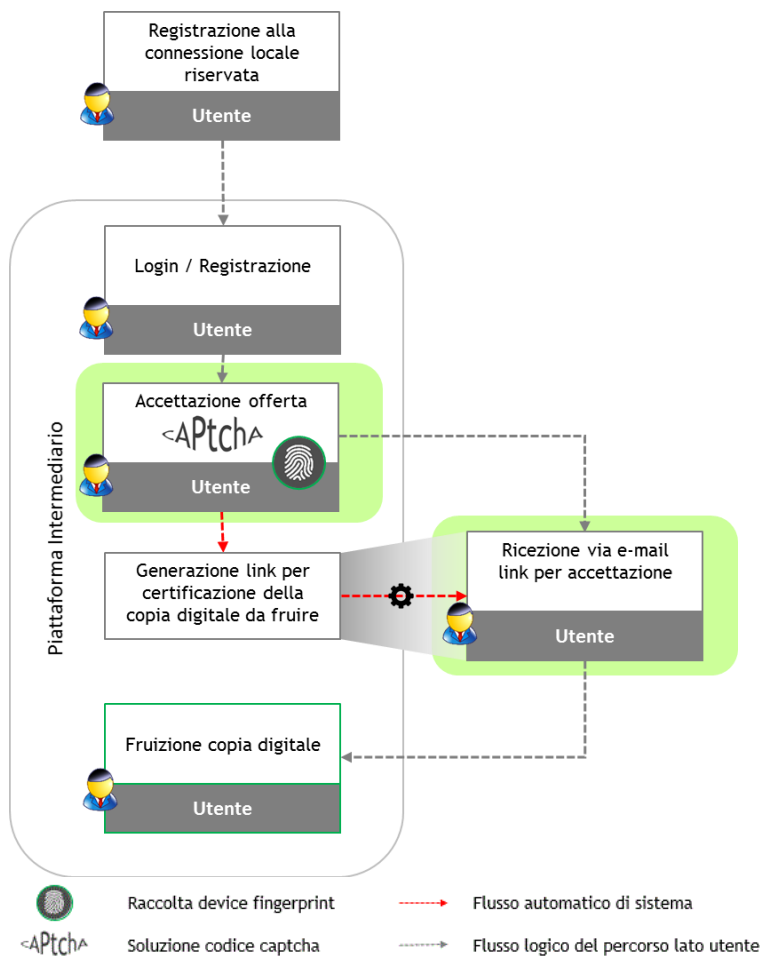
Le volte successive all'attivazione, è sufficiente che il destinatario finale acceda al link per la fruizione o effettui il login sul portale dell'Intermediario per accedere alla copia digitale salvo eccezioni previste dal Regolamento all'art.3.

## D. FRUIZIONE DEL PRODOTTO EDITORIALE ATTRAVERSO IL PORTALE O LA RETE WI-FI DEL PARTNER

In seguito all'accordo commerciale, l'Intermediario propone attraverso il portale o la rete Wi-Fi del Partner (ad es. hotel, trasporti, vip lounge e portali di carte fedeltà) l'edizione digitale dell'Editore.

Gli utenti, che devono necessariamente utilizzare una connessione locale specifica e riservata (con accesso regolato da registrazione) per accedere al servizio, possono quindi richiedere la fruizione delle copie digitali.

Il flusso di processo può essere schematizzato come segue.



Le informazioni necessarie per la certificazione delle copie digitali vengono quindi raccolte lato Intermediario (con obbligo di reportistica verso l'Editore):

- i dati relativi all'identificazione della "filiera" vengono raccolti direttamente tramite la piattaforma dell'Intermediario; in particolare i dati specifici relativi al destinatario finale sono raccolti al momento del login/registrazione alla connessione locale riservata (oppure in alternativa tramite registrazione / login alla piattaforma dell'Intermediario);
- i dati relativi all'identificazione della copia digitale vengono raccolti direttamente tramite la piattaforma dell'Intermediario;
- i dati relativi alla localizzazione del destinatario finale vengono derivati dalla specifica connessione utilizzata dall'utente.

finale per raggiungere la piattaforma dell'Intermediario.

## E) VENDITA A GRANDI SOCIETÀ DEL SERVIZIO DI FRUIZIONE DEL PRODOTTO EDITORIALE TRAMITE PIATTAFORMA

Il processo di attivazione comprende casistiche differenti:

- (E.1) Condivisione preventiva dell'anagrafica dei destinatari finali da parte dell'Acquirente;
- (E.2) Token esplicito, che viene utilizzato direttamente dal destinatario finale;
- (E.3) Token implicito, scambiato automaticamente tra i sistemi dell'Acquirente e dell'Intermediario;
- (E.4) Codice in-app, scambiato tra l'applicazione ed i sistemi dell'Intermediario.

### (E.1) Condivisione preventiva dell'anagrafica dei destinatari finali da parte dell'Acquirente

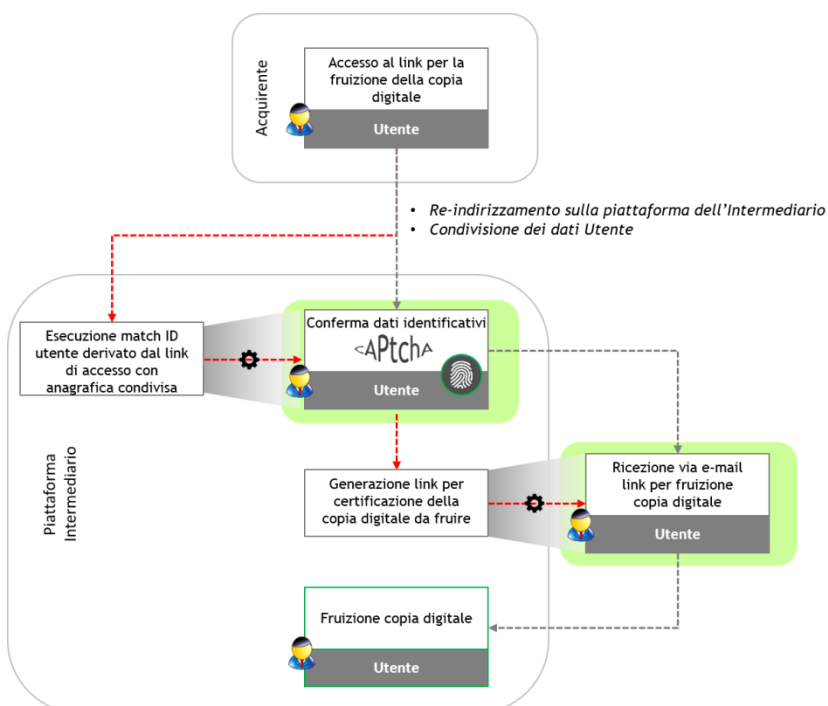
L'Acquirente, in seguito all'acquisto del blocco delle copie digitali, condivide anticipatamente con l'Intermediario le anagrafiche del bacino di possibili destinatari finali.

In seguito, l'Acquirente mette a disposizione degli utenti (tipicamente un sottogruppo di dipendenti) il link dedicato per la fruizione del servizio.

L'utente interessato accede al link e viene reindirizzato sulla piattaforma dell'Intermediario (contestualmente al re-indirizzamento viene passato alla piattaforma dell'Intermediario l'ID univoco del dipendente), dove conferma i propri dati (il processo richiede sempre la somministrazione del codice captcha).

In seguito l'utente riceve via e-mail il link per l'attivazione della copia digitale e accede direttamente.

Il flusso di processo può essere schematizzato come segue.





Le informazioni necessarie per la certificazione delle copie digitali vengono quindi raccolte lato Intermediario:

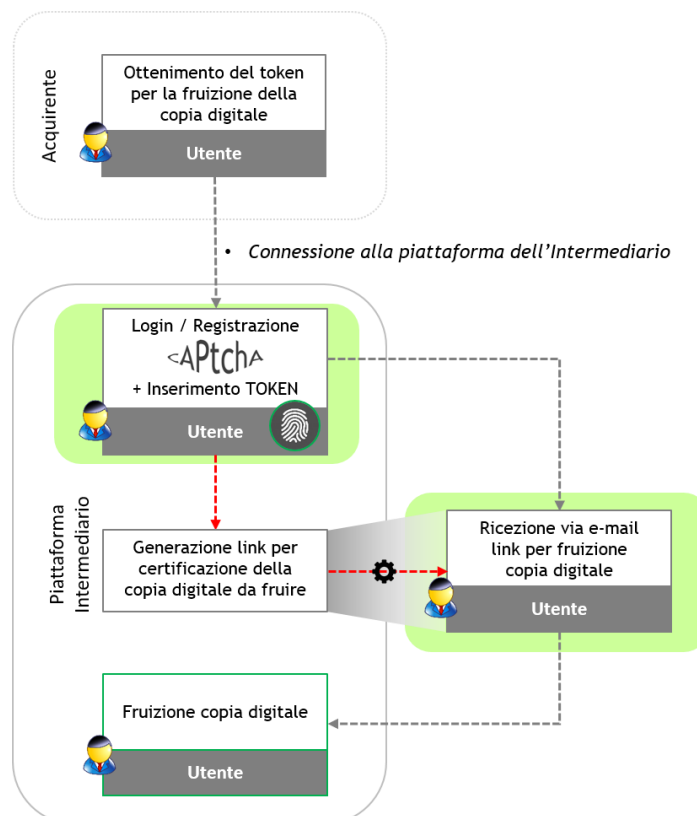
- i dati relativi all'identificazione della "filiera" vengono in parte derivati dal link specifico che l'Acquirente mette a disposizione dei destinatari finali; in particolare i dati specifici relativi al destinatario finale (nome, cognome etc.) sono raccolti attraverso il *match* con l'anagrafica anticipatamente condivisa ed i dati condivisi attraverso il link specifico utilizzato (ad esempio grazie al codice "matricola", che funge da ID univoco del dipendente);
- i dati relativi all'identificazione della copia digitale vengono direttamente raccolti dall' Intermediario tramite la propria piattaforma;
- i dati relativi alla localizzazione del destinatario finale vengono direttamente raccolti dall'Intermediario partendo dall'indirizzo IP del destinatario finale utilizzato per accedere al sito (eventualmente possono anche essere derivati dal link specifico messo a disposizione dall'Acquirente ai destinatari finali).

### (E.2) Token esplicito

L'Acquirente in seguito all'acquisto del blocco delle copie digitali, mette a disposizione degli utenti un'offerta o un servizio relativo. L'utente interessato accede all'offerta e ottiene un token (codice) da utilizzare sulla piattaforma dell'Intermediario per fruire di una copia digitale.

L'utente di conseguenza accede alla piattaforma dell'Intermediario, dove in seguito alla registrazione (o login, qualora sia già registrato) e alla soluzione di un codice captcha inserisce il token ricevuto e riceve via e-mail il link per la attivazione e fruizione della copia digitale.

Il flusso di processo può essere schematizzato come segue.







Le informazioni necessarie per la certificazione delle copie digitali vengono quindi raccolte direttamente lato Intermediario:

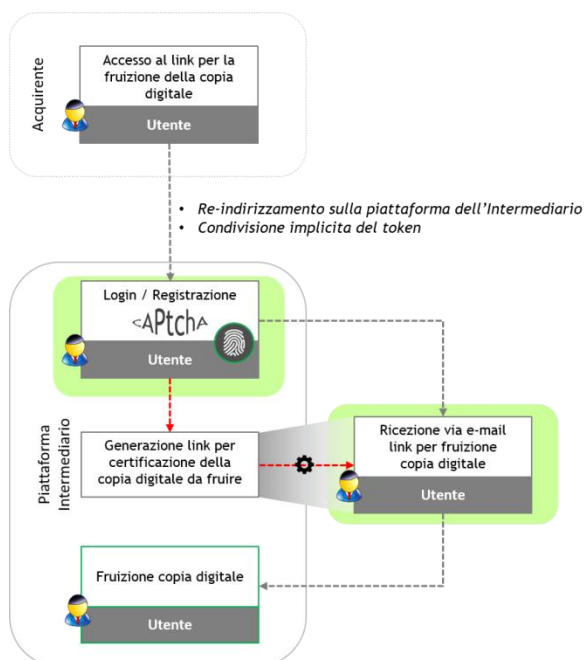
- i dati relativi all'identificazione della "filiera" vengono in parte derivati dal token specifico che l'Acquirente mette a disposizione dei destinatari finali; in particolare i dati specifici relativi al destinatario finale sono raccolti al momento del login/registrazione;
- i dati relativi all'identificazione della copia digitale vengono direttamente raccolti dall'Intermediario tramite la propria piattaforma;
- i dati relativi alla localizzazione del destinatario finale vengono direttamente raccolti dall'Intermediario partendo dall'indirizzo IP del destinatario finale utilizzato per accedere al sito.

### (E.3) Token implicito

L'Acquirente in seguito all'acquisto del blocco delle copie digitali, mette a disposizione degli utenti una offerta o un servizio relativo.

L'utente interessato accede all'offerta ed ottiene un link dedicato (che include il token proprio dell'Acquirente) tramite il quale viene reindirizzato sulla piattaforma dell'Intermediario, dove, in seguito alla registrazione (o login, qualora sia già registrato) e alla soluzione di un codice captcha, riceve via e-mail il link per la attivazione della copia digitale. Infine, tramite il link, l'utente accede direttamente alla copia digitale.

Il flusso di processo può essere schematizzato come segue.





Raccolta device fingerprint

Soluzione codice captcha

Flusso automatico di sistema

Flusso logico del percorso lato utente

Le informazioni necessarie per la certificazione delle copie digitali vengono quindi raccolte lato Intermediario:

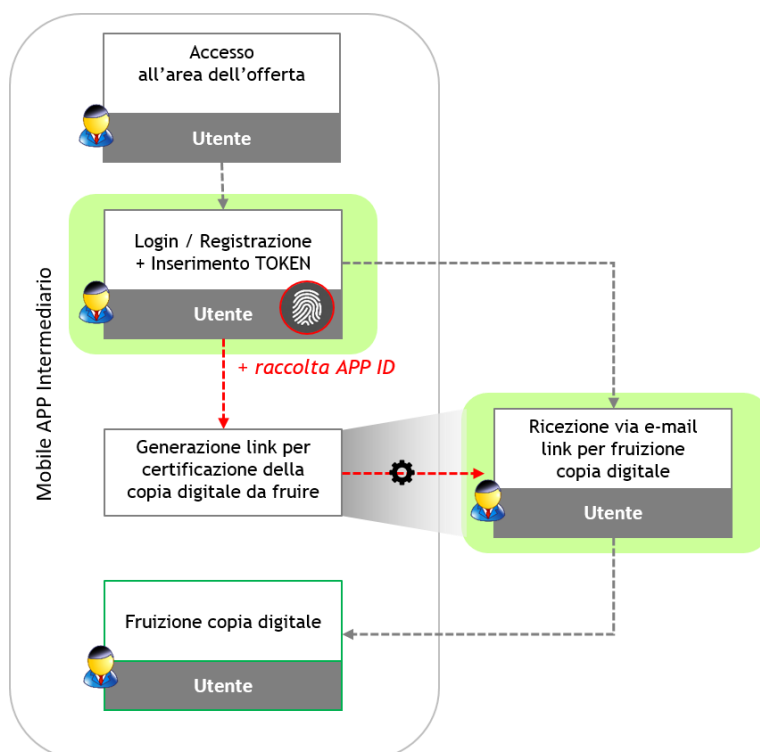
- i dati relativi all'identificazione della "filiera" vengono in parte derivati dal link specifico (che contiene il token, trasparente lato utente) che l'Acquirente mette a disposizione dei destinatari finali; in particolare i dati specifici relativi al destinatario finale sono raccolti al momento del login/registrazione;
- i dati relativi all'identificazione della copia digitale vengono direttamente raccolti dall'Intermediario tramite la propria piattaforma;
- i dati relativi alla localizzazione del destinatario finale vengono direttamente raccolti dall'Intermediario partendo dall'indirizzo IP del destinatario finale utilizzato per accedere alla piattaforma (eventualmente possono anche essere derivati dal link specifico messo a disposizione dall'Acquirente ai destinatari finali).

#### (E.4) CODICE IN-APP/TOKEN ESPLICITO PER MOBILE

L'Acquirente, in seguito all'acquisto del blocco delle copie digitali, mette a disposizione degli utenti una offerta o un servizio relativo.

L'utente interessato accede all'offerta tramite una applicazione mobile dedicata (che permette l'inserimento di un token, ottenuto precedentemente, proprio dell'Acquirente) ed in seguito alla registrazione (o login, qualora sia già registrato, in ogni caso il processo non richiede la somministrazione del codice captcha), ed alla conferma via mail, fruisce della copia digitale.

Il flusso di processo può essere schematizzato come segue.





Raccolta device fingerprint

-----> Flusso automatico di sistema

-----> Flusso logico del percorso lato utente

Le informazioni necessarie per la certificazione delle copie digitali vengono quindi raccolte lato Intermediario:

- i dati relativi all'identificazione della "filiera" vengono in parte derivati dal codice in-app specifico, che l'Acquirente mette a disposizione dei destinatari finali; in particolare i dati specifici relativi al destinatario finale sono raccolti lato applicazione (in seguito alla registrazione dell'utente);
- i dati relativi all'identificazione della copia digitale vengono direttamente raccolti dall' Intermediario tramite l'applicazione;
- i dati relativi alla localizzazione del destinatario finale vengono direttamente raccolti dall' Intermediario partendo dall'indirizzo IP dell'applicazione utilizzato dal destinatario finale.

In tutte le casistiche (E.1, E.2, E.3, E.4) le volte successive all'attivazione è sufficiente che il destinatario finale acceda al link per la fruizione o che effettui il login sul portale dell'Intermediario o sull'applicazione per fruire della copia digitale salvo eccezioni previste dal Regolamento all'art.3.

Si ritiene necessaria la conferma via mail dell'attivazione anche nel caso in cui la fruizione avvenga tramite l'utilizzo di una applicazione mobile al fine di ridurre le possibilità di attivazioni fraudolente ottenute tramite strumenti automatici.

- Il processo di attivazione è richiesto una unica volta (verosimilmente al primo accesso) per ogni singolo abbonamento per ogni destinatario finale. Tutti gli accessi successivi all'attivazione esulano dal processo di attivazione caratterizzato dalle misure di verifica aggiuntive (i.e. captcha o codice in-app nei casi previsti, (device) fingerprint, invio link di attivazione per mezzo e-mail).
- La soluzione del codice captcha può essere sostituita dalla raccolta del codice in-app.
- La raccolta del (device o application) fingerprint e l'invio link di attivazione per mezzo e-mail non possono essere derogati.
- L'esecuzione del processo di attivazione (i.e. soluzione del codice captcha, e utilizzo del link di attivazione per mezzo e-mail) da parte del destinatario finale, costituisce la prova della volontà di fruire della copia. Non è possibile demandare ad altri attori questa attività.
- Diversamente, la raccolta dei dati del destinatario finale (ad es. nome, cognome, e-mail) può essere eseguita anche indirettamente (cfr. processo A.2, E.2). È necessario però che i dati pre-registrati vengano confermati dall'utente finale.
- Le misure di verifica sono necessarie esclusivamente in fase di attivazione della copia digitale, ovvero di registrazione del destinatario finale (e non di acquisto della copia).
- In caso di abbonamento l'attivazione avviene *una tantum*, ad esempio, in caso di abbonamento annuale, al primo accesso al primo numero.

## 2) INFORMAZIONI NECESSARIE PER LA CERTIFICAZIONE DELLE COPIE DIGITALI MULTIPLE

Le informazioni minime che devono essere incluse nei tracciati record relativi per la certificazione delle copie digitali multiple sono riassunte nella tabella seguente.

Tipologia di informazioni	CAMPO
Filiera	NUMERO PROGRESSIVO
	IDENTIFICATIVO TRANSAZIONE
	ID UNIVOCO UTENTE FINALE
	FINGER PRINT
	ID CLIENTE (acquirente)
	PARTNER
Copia digitale	TITOLO
	EDIZIONE
	FILE
Localizzazione	NAZIONE
	LUOGO (ricavabile tramite analisi indirizzo IP)
	DATA
	ORA

Inoltre, il formato con cui vengono scambiate le informazioni tra Intermediario, Acquirente e Editore è a discrezione degli accordi tra le parti.

Di seguito sono dettagliate le tipologie di informazioni.

## 3) INFORMAZIONI PER L'IDENTIFICAZIONE DELLA "FILIERA"

CAMPO	DESCRIZIONE	Esempio*
NUMERO PROGRESSIVO	ID univoco identificativo dell'attivazione	170317_148
IDENTIFICATIVO TRANSAZIONE	Codice univoco identificativo della transazione relativa all'acquisto del blocco delle copie digitali	170310_XYX_745
ID UNIVOCO UTENTE FINALE	Codice univoco relativo al destinatario finale (utente) che ha effettuato l'attivazione della copia digitale	AM339
FINGER PRINT	Codice univoco (device fingerprint)	* <i>differente a</i>

	identificativo del device utilizzato per l'attivazione come generato dal sistema di fingerprinting	<i>seconda del sistema di fingerprinting utilizzato</i>
ID CLIENTE	Codice univoco identificativo dell'Acquirente	<i>REY_IT</i>
PARTNER	Nome (o codice) dell'Intermediario	<i>PTN_003_IT</i>

*\*Gli esempi forniti sono puramente indicativi*

Con il termine “codice univoco” si fa sempre riferimento al un codice univoco (sequenza di numeri e/o lettere che ha una unica corrispondenza) lato sistema informativo interno/piattaforma all'interno del quale viene generato.

Tramite il valore del campo ID UNIVOCO UTENTE FINALE deve essere sempre possibile (eventualmente in modalità indiretta) risalire a nome, cognome ed email/numero di cellulare del destinatario finale che ha eseguito l'attivazione della copia digitale multipla.

Con FINGERPRINT si indica un codice univoco generato da una soluzione tecnologica in grado di rilevare con un ottimo grado di precisione il device hardware dal quale avviene la fruizione del servizio, superando quindi il concetto di sessione e visitatori unici. Questa implementazione tecnologica identifica esclusivamente il device da cui avviene la fruizione della copia digitale e non la persona fisica.

Il Fingerprint combina numerosi variabili raccolte non solo dal browser del device utente, ma anche dal sistema operativo stesso, in una stringa unica tramite un meccanismo di hashing.

Le variabili combinate possono essere ad esempio le seguenti:

- userAgent
- webdriver
- language
- colorDepth
- deviceMemory
- pixelRatio
- hardwareConcurrency
- screenResolution
- availableScreenResolution
- timezoneOffset
- timezone
- sessionStorage
- localStorage
- indexedDb
- addBehavior
- openDatabase
- cpuClass

- platform
- doNotTrack
- plugins
- canvas
- webgl
- webglVendorAndRenderer
- adBlock
- hasLiedLanguages
- hasLiedResolution
- hasLiedOs
- hasLiedBrowser
- touchSupport
- fonts
- fontsFlash
- audio
- enumerateDevices
- Indirizzo IP del Device
- header x-forwarded-for (IP Device fornito da proxy nei casi in cui l'IP device sarebbe altrimenti nascosto dal proxy)
- ClientID (Riferimento amministrativo del Cliente)
- OS version
- OS language
- ID Utente
- E-mail Utente

Qualsiasi altra variabile, utile ad identificare il device e a ridurre la possibilità di ID ripetuti può essere aggiunto alla lista sopra citata. Ovviamente la variabile deve essere una configurazione o un attributo del device che possa aiutare nella generazione di un ID univoco utile all'identificazione del device stesso. L'editore o l'intermediario è libero di utilizzare qualsiasi soluzione tecnologica per la generazione del fingerprint, includendo quante più possibili variabili.

Qualora la fruizione avvenga tramite Applicazione mobile, con FINGERPRINT è inteso un codice univoco identificante l'applicazione stessa, generata all'installazione della stessa sul device mobile.

Il valore PARTNER è necessario solo nel caso in cui la fruizione della copia digitale da parte del destinatario finale avvenga tramite un Intermediario dell'Editore.

#### **4) INFORMAZIONI PER L'IDENTIFICAZIONE DELLA COPIA DIGITALE**

<b>CAMPO</b>	<b>DESCRIZIONE</b>	<b>Esempio*</b>
TITOLO	Titolo del contenuto editoriale attivato	<i>Periodico A</i>
EDIZIONE	Data di pubblicazione	<i>2017/03/01</i>

CAMPO	DESCRIZIONE	Esempio*
	dell'edizione (in caso di periodici)	
QUANTITÀ	Quantità attivata	1
FILE	Nome del file scaricato	<i>PeriodicoA_20170301_IT.pdf</i>

*\*Gli esempi forniti sono puramente indicativi*

Il valore FILE è necessario solo nel caso sia previsto lo scaricamento del file relativo alla copia digitale attivata. Nel caso di abbonamenti il nome file potrà non essere univoco, ma differire per numero versione o data.

## **5) INFORMAZIONI PER LA LOCALIZZAZIONE**

CAMPO	DESCRIZIONE	Esempio
NAZIONE	Nazione in cui si usufruisce del servizio	<i>IT</i>
LUOGO	Luogo in cui avviene l'attivazione	<i>Milan</i>
DATA	Data in cui si usufruisce del servizio	<i>2017-03-17</i>
ORA	Ora di attivazione e relativo primo accesso (valore UTC)	<i>15:00:36</i>

*\*Gli esempi forniti sono puramente indicativi*

Il recupero delle informazioni per la localizzazione dell'attivazione della copia digitale ha lo scopo di raccogliere i dati territoriali (regione, provincia etc.) relativi; qualora questi non siano direttamente disponibili, il recupero può essere effettuato indirettamente tramite l'analisi dell'indirizzo IP utilizzato dal destinatario finale (non è necessaria la geo-localizzazione puntuale, ad esempio GPS, eventualmente disponibile lato mobile).

Nel caso di attivazione della copia digitale lato Intermediario, attraverso il portale o la rete Wi-Fi del Partner, anche se non direttamente tracciate è sempre possibile risalire indirettamente alle informazioni necessarie alla localizzazione della copia, facendo riferimento al Partner stesso.



## **ALLEGATO III - ACCREDITAMENTO DEI REVISORI**

1. I Revisori interessati allo svolgimento delle verifiche devono indirizzare al Presidente di ADS apposita domanda scritta corredata dei seguenti documenti:

- dati societari;
- fotocopia del decreto di autorizzazione ministeriale;
- informazioni dettagliate sulla struttura dell'azienda;
- memoria esplicativa sulle specifiche esperienze acquisite nel settore editoriale;
- ogni altra notizia ritenuta utile ad una completa valutazione;

oltre a qualsiasi altra informazione eventualmente richiesta da ADS.

2. 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.

3. Sentito il parere della Commissione Lavori, il Consiglio di Amministrazione, con decisione motivata, ha la facoltà di escludere, in qualsiasi momento, dall'elenco dei Revisori legittimati ai controlli, pubblicato sul Sito ADS, i Revisori per qualsiasi motivo inadempienti.

4. Al fine di ottenere l'accREDITAMENTO, i Revisori devono impegnarsi ad accettare, integralmente e senza riserve, le norme e condizioni stabilite dal presente Regolamento, nonché le norme sulle procedure di accertamento che ne possono derivare. In particolare, i Revisori sono tenuti a:

- svolgere le verifiche sulla base della normativa prevista dal Regolamento ADS;
- inviare entro i termini stabiliti dagli artt. 9.7.5 e 9.8 le informazioni ed il rapporto conclusivo per ciascuna testata verificata;
- predisporre il rapporto conclusivo delle verifiche svolte sulla base dello "schema di rapporto" fornito da ADS;
- inserire nel proprio rapporto tutti i commenti, le note e gli appunti ritenuti necessari ed opportuni;
- allegare al proprio rapporto conclusivo i moduli revisionati. Eventuali differenze riscontrate nei dati dichiarati dall'editore ed oggetto di segnalazione nel rapporto conclusivo, devono essere riportate sui moduli stessi;
- provvedere alla correzione dei moduli di dichiarazione dell'editore qualora venissero rilevate differenze sulla base di quanto indicato all'articolo 9.7.5;
- provvedere a timbrare e firmare ogni singolo modulo della dichiarazione dell'editore che deve essere allegato al rapporto conclusivo;
- tenere a disposizione della Commissione Lavori i "working papers" relativi alle verifiche effettuate e consentirne l'esame come stabilito al precedente articolo 9.7.5;
- attenersi a quanto stabilito dall'art. 14 in merito all'uso del nome

ADS.

5. Nel rispetto delle norme deontologiche i Revisori legittimati ai controlli ADS, si impegnano a non utilizzare e a non far utilizzare né il nome né il marchio ADS in nessun caso che non sia contemplato dal presente Regolamento.

#### **ALLEGATO IV ACCREDITAMENTO DEGLI INTERMEDIARI**

Per essere accreditati gli Intermediari devono impegnarsi ad accettare, integralmente e senza riserve, le norme e condizioni stabilite dal presente Regolamento, nonché le norme sulle procedure di accertamento che ne possono derivare. L'accREDITAMENTO dell'Intermediario costituisce una ulteriore garanzia verso l'Editore rispetto alla corretta gestione delle copie digitali multiple delle testate per le quali è stato richiesto l'accERTAMENTO ADS.

In particolare, sono oggetto di verifica di conformità i processi di:

- Vendita diretta da parte degli Intermediari ai destinatari finali, senza passare attraverso un Partner (es. sfogliatore digitale);
- Fruizione del prodotto editoriale da parte del destinatario finale attraverso il portale o la rete Wi-Fi del Partner (ad es. hotel, trasporti, vip lounge e portali di carte fedeltà).

Come previsto dal Regolamento, l'inadempienza da parte dell'Intermediario di uno qualsiasi degli obblighi previsti può determinare sanzioni e/o l'esclusione dalla lista di accREDITAMENTO ADS nonché dell'esclusione di tutte le copie digitali, la cui attivazione non è verificata, dagli accertamenti ADS sui dati di diffusione e di vendita delle edizioni digitali di testate quotidiane e periodiche.

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

##### ***a) RICHIESTA DI ACCREDITAMENTO INTERMEDIARI***

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

- 1) Fornire le seguenti informazioni:
  - Dati societari
  - Informazioni dettagliate sulla struttura dell'azienda
  - Visura camerale completa
  - Descrizione del processo di distribuzione che si intende

adottare ed ogni altra informazione inerente, su specifica richiesta di ADS.

- 2) Consentire ad una società di controllo terza, scelta da ADS, di effettuare una verifica preliminare mesi oggetto di particolari verifiche
- 3) alle norme stabilite dal presente Regolamento e relativi allegati I, I bis e II. Tale verifica è necessaria al fine di rilevare anticipatamente eventuali carenze nei sistemi informativi e di reportistica e delle modalità con cui l'Intermediario acquisisce e gestisce le informazioni necessarie alla corretta attivazione delle copie digitali multiple.
- 4) Produrre opportuna reportistica standardizzata a supporto delle attività di di dichiarazione e di revisione condotte lato Editori ai fini della certificazione delle copie vendute da parte di ADS.
- 5) Consentire ad una società di controllo terza, scelta da ADS, di effettuare verifiche periodiche relative al mantenimento nel tempo dei requisiti di cui al punto 2 e 3.
- 6) Sottoscrivere il contratto predisposto da ADS e provvedere ai relativi adempimenti economici.
- 7) Produrre, unitamente al contratto e a seguire ogni anno, unitamente alla scheda di rinnovo della richiesta di accreditamento, il documento di autocertificazione firmato dal proprio legale rappresentante, secondo il modulo predisposto da ADS allegato al presente Regolamento in merito al rispetto dei requisiti di onorabilità di seguito descritti all'allegato IV c).

I costi relativi alle verifiche di cui ai punti 2 e 4 sono a carico dell'operatore che richiede l'accreditamento.

### ***b) REQUISITI E PROCESSI DI RIFERIMENTO PER LA COMMERCIALIZZAZIONE DI COPIE DIGITALI MULTIPLE***

Per l'accreditamento presso ADS, gli Intermediari devono risultare conformi ai requisiti tecnologici, di sicurezza e di processo, come previsto nelle casistiche di riferimento, necessari per la certificazione delle copie digitali multiple di edizioni digitali di testate quotidiane e periodiche pubblicate in Italia, incluse le copie multiple digitali di tipo promozionali e omaggio (anche in vendita abbinata).

### ***c) REQUISITI DI ONORABILITA'***

Sono in possesso dei requisiti di onorabilità gli intermediari laddove i relativi componenti del Consiglio di amministrazione o del consiglio di gestione rispettino, congiuntamente, le seguenti condizioni:

- a) non si trovino in stato di interdizione temporanea o di sospensione dagli uffici direttivi delle persone giuridiche e delle imprese;

b) non siano stati sottoposti a misure di prevenzione disposte dall'autorità giudiziaria ai sensi della legge 27 dicembre 1956, n. 1423 o della legge 31 maggio 1965, n. 575, e successive modificazioni ed integrazioni, salvi gli effetti della riabilitazione;

c) non siano stati condannati con sentenza irrevocabile, salvi gli effetti della riabilitazione, ad una delle seguenti pene:

- reclusione per un tempo superiore a sei mesi per uno dei reati previsti dalle norme che disciplinano l'attività bancaria, finanziaria, mobiliare, assicurativa e dalle norme in materia di mercati, valori mobiliari e strumenti di pagamento, nonché per i reati previsti dal decreto legislativo 27 gennaio 2010, n. 39;

- reclusione per un tempo superiore a sei mesi per uno dei delitti previsti nel titolo XI del libro V del codice civile;

- reclusione per un tempo superiore ad un anno per un delitto contro la pubblica Amministrazione, contro la fede pubblica, contro il patrimonio, contro l'ordine pubblico, contro l'economia pubblica ovvero per un delitto in materia tributaria;

- reclusione per un tempo superiore a due anni per qualunque delitto non colposo;

d) non abbiano riportato in Stati esteri condanne penali o altri provvedimenti sanzionatori per fattispecie e durata corrispondenti a quelle che comporterebbero, secondo la legge italiana, la perdita dei requisiti di onorabilità

e) non si trovino in una delle condizioni di ineleggibilità o decadenza previste dall'articolo 2382 del codice civile.

# ALLEGATO V - REGOLAMENTO SULLE PROCEDURE ISTRUTTORIE ADS

## TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI

### 1. Definizioni

1.1. Ai fini del presente regolamento si intende per:

- (a) *“Regolamento ADS”*: il Regolamento per l’esecuzione degli accertamenti ADS, adottato dal Consiglio di Amministrazione di ADS con delibera del 15 dicembre 2020;
- (b) *“Statuto ADS”*: lo Statuto di ADS, nella versione vigente e da ultimo approvata dall’Assemblea di ADS;
- (c) *“Consiglio di Amministrazione”*: il Consiglio di Amministrazione di ADS, di cui agli art. 11-17 dello Statuto ADS;
- (d) *“Commissione Lavori”*: la Commissione Lavori di ADS, di cui all’art. 18 dello Statuto ADS;
- (e) *“Collegio di Garanzia”*: il collegio di cui all’art. 19 dello Statuto ADS;
- (f) *“Editore”*: qualsiasi editore interessato dagli accertamenti ADS e dalle procedure di controllo ad essi applicabili ai sensi del Regolamento ADS;
- (g) *“Contratto”*: il contratto tra l’editore e ADS contenente la formale richiesta di accertamento dei dati di tiratura e diffusione delle testate.

### 2. Campo di applicazione

2.1. Il presente regolamento si applica ai casi di irrogazione delle misure e sanzioni previste all’art. 12 del Regolamento ADS e/o dal suo Allegato 1.

## TITOLO II - IL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO

### 3. Responsabile del procedimento

3.1. Il responsabile del procedimento viene di volta in volta designato dal Presidente della Commissione Lavori. Il responsabile del procedimento è scelto tra i membri della Commissione Lavori che non si trovino in situazione di conflitto di interessi rispetto al procedimento in questione.

3.2. Il responsabile del procedimento è incaricato della conduzione dell’attività istruttoria, ed è chiamato ad acquisire ogni elemento utile alla valutazione della fattispecie nel contraddittorio con l’Editore interessato, ai sensi e nel rispetto delle disposizioni di cui al presente regolamento.

### 4. Avvio del procedimento

4.1. Qualora, secondo quanto previsto dal Regolamento ADS, il responsabile del procedimento sia tenuto ad avviare il procedimento istruttorio, egli dà comunicazione dell’avvio all’Editore interessato tramite PEC.

4.2. La comunicazione di avvio del procedimento istruttorio contiene almeno i seguenti elementi:

- (a) l'oggetto del procedimento e la sanzione ipoteticamente irrogabile;
- (b) il termine ultimo di conclusione del procedimento;
- (c) l'eventuale applicazione di termini infraprocedimentali dimezzati, unitamente alle ragioni di urgenza che sottendono a tale scelta, ai sensi dell'art. 17 che segue;
- (d) l'indicazione del responsabile del procedimento;
- (e) la possibilità, per l'Editore, di presentare memorie scritte e/o altri documenti nei termini indicati dall'art. 7 che segue;
- (f) l'ufficio presso cui è possibile accedere agli atti, secondo le modalità indicate dall'art. 9 che segue;
- (g) la facoltà per l'Editore di nominare legali o consulenti che lo rappresenteranno nel corso del procedimento.

## **5. Termini del procedimento istruttorio**

- 5.1. Il termine per la conclusione del procedimento istruttorio è di 30 giorni, decorrenti dalla data della ricezione da parte dell'Editore della comunicazione di avvio dello stesso.
- 5.2. Laddove emergano particolari necessità istruttorie, anche volte a consentire il pieno esercizio dei diritti di difesa da parte dell'editore coinvolto, il termine di conclusione del procedimento può essere prorogato dal responsabile del procedimento, d'ufficio o su richiesta motivata dell'Editore coinvolto, per una sola volta e per un massimo di ulteriori 30 giorni. L'estensione del termine di conclusione del procedimento istruttorio è tempestivamente comunicata all'Editore interessato.

## **6. Richieste di informazioni e audizioni**

- 6.1. Il responsabile del procedimento acquisisce ogni elemento ritenuto utile alla valutazione del caso. In particolare, egli può formulare richieste di informazioni all'Editore interessato o a terze parti, e/o disporre che l'Editore venga sentito in un'audizione dinanzi alla Commissione Lavori.
- 6.2. Nel caso di richieste di informazioni inviate all'Editore o a terze parti, il responsabile del procedimento indica i termini entro cui essi sono chiamati a fornire le informazioni richieste, tenuto conto della complessità della richiesta e, in ogni caso, della necessità di rispettare il termine ultimo di conclusione del procedimento.
- 6.3. Nel caso in cui disponga l'audizione dell'Editore dinanzi alla Commissione Lavori, il responsabile del procedimento propone una data per lo svolgimento di tale audizione all'editore interessato. In caso di audizione:
  - (a) il Presidente della Commissione Lavori è chiamato a presiedere l'audizione;
  - (b) l'Editore può presenziare all'audizione facendosi assistere da una persona di sua fiducia;
  - (c) dello svolgimento dell'audizione è redatto verbale sintetico, che contiene in forma sommaria le principali dichiarazioni delle parti, viene sottoscritto al termine dell'audizione da tutti i partecipanti alla stessa e viene rilasciato, in copia, all'Editore che ne faccia richiesta.

6.4. L'Editore ha la facoltà di domandare al responsabile del procedimento di essere sentito in audizione dinanzi alla Commissione lavori. Tale richiesta dovrà essere avanzata entro 7 giorni dall'avvio del procedimento istruttorio. Ove l'Editore avanzi tale richiesta, il responsabile del procedimento è tenuto a darvi seguito.

## **7. Deposito di memorie e difese scritte**

7.1. L'Editore ha la facoltà di depositare, in qualsiasi momento del procedimento istruttorio e sino a 10 giorni prima della sua conclusione, memorie e/o altri documenti, anche redatti con il contributo di esperti o tecnici (es. analisi statistiche, perizie, studi tecnici/economici), a sostegno delle sue tesi difensive.

## **8. Fascicolo del procedimento**

8.1. Tutti i documenti, le memorie e le informazioni emerse nel corso del procedimento istruttorio, unitamente ai verbali delle audizioni eventualmente tenutesi dinanzi alla Commissione Lavori e ad ogni altro elemento relativo al procedimento, vengono acquisiti ed entrano a far parte del fascicolo del procedimento.

8.2. Il fascicolo del procedimento viene conservato e costantemente aggiornato a cura della Segreteria ADS, sotto la supervisione del responsabile del procedimento.

## **9. Accesso al fascicolo e riservatezza delle informazioni**

9.1. L'Editore coinvolto nel procedimento ha diritto di accedere al contenuto del fascicolo del procedimento.

9.2. Il diritto di accesso al fascicolo si esercita mediante richiesta scritta e motivata, indirizzata al responsabile del procedimento e alla Segreteria ADS. Il responsabile del procedimento, entro i 5 giorni successivi alla ricezione della richiesta, propone all'Editore una data per effettuare l'accesso.

9.3. Qualora i documenti del fascicolo contengano informazioni riservate di carattere personale, commerciale, industriale e finanziario, il diritto di accesso è consentito, in tutto o in parte, nei limiti in cui ciò sia necessario per assicurare il contraddittorio e nel rispetto della riservatezza di tali informazioni; pertanto, nel consentire l'accesso al fascicolo, il responsabile del procedimento potrà sottrarre documenti o parti di essi all'accesso da parte dell'editore, dandone motivata comunicazione allo stesso nella risposta alla richiesta di accesso. Sono comunque sottratte all'accesso le note interne della Commissione Lavori con funzione di studio e preparatoria, nonché eventuali documenti inerenti a rapporti e interlocuzioni tra la Commissione Lavori e il Consiglio di Amministrazione di ADS in relazione al caso di specie.

9.4. Il diritto di accesso sussiste unicamente in capo all'Editore nei cui confronti sia iniziato il procedimento istruttorio, e tutte le informazioni acquisite al fascicolo nel corso del procedimento sono coperte da segreto nei confronti dei terzi.

## **10. Deposito della memoria finale e trasmissione degli atti al Consiglio di Amministrazione**

- 10.1. Allorché ritenga sufficientemente istruita la pratica, e comunque allo spirare del termine di conclusione del procedimento indicato ai sensi dell'art. 5 che precede, il responsabile del procedimento informa l'Editore della conclusione del procedimento, comunicandogli altresì la possibilità, entro i 7 giorni successivi, di presentare le sue osservazioni conclusive attraverso il deposito di una memoria finale.
- 10.2. Nei 5 giorni successivi al deposito di tale memoria, o comunque nei 5 giorni successivi allo spirare del termine di cui al paragrafo che precede, il responsabile del procedimento trasmette gli atti al Consiglio di Amministrazione di ADS, affinché questo adotti la decisione finale in relazione alla fattispecie interessata (tolto: secondo quanto previsto dall'art.13 del Regolamento ADS.).
- 10.3. Unitamente agli atti di cui al paragrafo che precede, il responsabile del procedimento trasmette al Consiglio di Amministrazione il parere conclusivo rilasciato dalla Commissione Lavori in merito alla sussistenza ed all'entità degli addebiti contestati all'Editore. Tale parere non ha efficacia vincolante per le successive determinazioni del Consiglio di Amministrazione.

### **TITOLO III - ADOZIONE DELLA DECISIONE DA PARTE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE**

#### **11. Esame degli atti del fascicolo**

- 11.1. Al termine del procedimento istruttorio, e prima di adottare la propria decisione sulla fattispecie in esame, il Consiglio di Amministrazione prende visione ed esamina tutti gli atti contenuti nel fascicolo istruttorio, ivi compresi la memoria finale depositata dall'Editore ai sensi dell'art. 10.1 del presente regolamento e il parere espresso dalla Commissione lavori ai sensi dell'art. 10.3 del presente regolamento.

#### **12. Audizione dinanzi al Consiglio di Amministrazione**

- 12.1. Se lo ritiene necessario, prima di assumere la decisione finale il Consiglio di Amministrazione può sentire in audizione, congiuntamente o in sessioni separate, il Presidente della Commissione Lavori e l'Editore interessato dal procedimento. L'Editore può farsi assistere in audizione da persona di sua fiducia.
- 12.2. Con la memoria finale depositata ai sensi dell'art. 10.1 che precede, l'Editore può domandare al Consiglio di Amministrazione di essere sentito in audizione. In questo caso, il Consiglio di Amministrazione è tenuto a svolgere un'audizione prima dell'assunzione della propria decisione finale, potendo disporre la convocazione in contraddittorio del Presidente della Commissione Lavori, dei suoi componenti e del responsabile del procedimento.

#### **13. Acquisizioni di informazioni**

- 13.1. Dopo aver ricevuto ed analizzato gli atti del fascicolo istruttorio, e nel caso in cui ritenga l'istruttoria incompleta o insufficiente ad assumere le proprie determinazioni, il Consiglio di Amministrazione può acquisire informazioni presso l'Editore e la Commissione Lavori, o qualsivoglia esperto o terzi che all'uopo possa contribuire all'accertamento della fattispecie.



#### **14. Adozione e notifica della decisione finale**

- 14.1. In esito alle sue autonome valutazioni, e tenuto conto di tutti gli elementi emersi nel corso del procedimento istruttorio e successivamente ad esso, il Consiglio di Amministrazione, entro 30 giorni dal termine di cui all'art. 10.2., adotta la propria decisione finale.
- 14.2. La decisione finale è redatta a cura del Consiglio di Amministrazione, esplicita in modo chiaro le motivazioni in base alle quali essa è adottata, ed è tempestivamente notificata, a mezzo PEC, all'Editore interessato. Successivamente alla notifica all'Editore, tale decisione è altresì pubblicata in forma integrale in una sezione riservata e appositamente dedicata del sito internet ADS.
- 14.3. Le decisioni adottate dal Consiglio di Amministrazione a norma dell'art. 14.2 che precede sono immediatamente esecutive, fatta salva l'ipotesi di sospensione in via cautelare della loro efficacia da parte del Collegio di Garanzia, secondo quanto previsto dall'art. 15.6 che segue.

#### **TITOLO IV - MEZZI DI IMPUGNAZIONE DELLA DECISIONE FINALE**

##### **15. Ricorso al Collegio di Garanzia**

- 15.1. Nel termine di 15 giorni dalla data di notifica della decisione finale del Consiglio di Amministrazione, l'Editore può presentare ricorso avverso tale decisione dinanzi al Collegio di Garanzia. Il ricorso è presentato mediante notifica dello stesso via PEC ad ADS. La Segreteria di ADS provvede a trasmetterne copia ai membri del Collegio di Garanzia ed a dare notizia dell'impugnazione in una sezione riservata e appositamente dedicata del sito internet ADS.
- 15.2. Il presidente del Collegio di Garanzia ha la facoltà di assegnare, di intesa con gli altri membri del Collegio, la valutazione della questione ad un solo suo membro.
- 15.3. Il Collegio di Garanzia, o il membro del Collegio a ciò delegato, dopo aver ricevuto il ricorso dell'Editore lo trasmette senza indugio al Consiglio di Amministrazione, il quale può depositare una memoria contenente le sue osservazioni nei successivi 10 giorni.
- 15.4. Ricevute la memoria del Consiglio di Amministrazione, il Collegio di Garanzia (o il suo componente all'uopo delegato) procede alla valutazione della fattispecie, e, di propria iniziativa o su richiesta concorde delle parti, può concedere ulteriori 10 giorni per il deposito di memorie conclusive e/o fissare un'udienza per la discussione.
- 15.5. Le valutazioni del Collegio di Garanzia sono assunte entro 15 giorni dalla data in cui il Collegio dichiara esaurito lo scambio di memorie e di documenti tra le parti, e sono tempestivamente trasmesse alle parti in forma scritta.
- 15.6. In casi di gravità ed urgenza, il Collegio di Garanzia può sospendere in via cautelare l'efficacia delle decisioni del Consiglio di Amministrazione, ove l'Editore abbia avanzato apposita istanza in tal senso. L'istanza di sospensione cautelare della decisione del Consiglio di Amministrazione va proposta al Collegio di Garanzia. La sospensione

cautelare eventualmente accordata dal Collegio di Garanzia ha effetto sino all'adozione della decisione di merito da parte del medesimo Collegio.

- 15.7. Gli onorari del Collegio di Garanzia sono a carico della parte soccombente. Gli onorari relativi alla fase cautelare vengono stabiliti unitamente alla decisione di merito, e in tale sede sono addebitati alla parte rimasta soccombente nel merito.

#### **16. Procedimento arbitrale**

- 16.1. Eventuali controversie tra ADS e l'Editore derivanti dalla decisione finale assunta dal Consiglio di Amministrazione ai sensi dell'art. 14 del presente regolamento e che non sia stata risolta nell'ambito del procedimento dinanzi al Collegio di Garanzia, nonché ogni altra possibile controversia insorta tra le parti in relazione o in conseguenza all'esecuzione del Contratto, saranno devolute ad un arbitro unico, nominato dalle parti ai sensi di quanto previsto dal Regolamento della Camera Arbitrale di Milano.

- 16.2. L'arbitrato ha sede a Milano. Il procedimento arbitrale è integralmente disciplinato dalle disposizioni del Regolamento della Camera Arbitrale di Milano.

### **TITOLO V - DISPOSIZIONI FINALI**

#### **17. Procedimento accelerato**

- 17.1. In casi di particolare necessità ed urgenza, tutti i termini previsti dal presente Regolamento si intendono dimezzati. La sussistenza delle ragioni di urgenza che sottendono l'applicazione della presente disposizione è rimessa alla Commissione Lavori, che deve darne atto nell'atto di avvio del procedimento notificato all'Editore.