

BIANCO FIDUCIARIA E DI REVISIONE

società fiduciaria e di revisione contabile

Milano, 10 giugno 2016

Oggetto: INFORMATIVA ECONOMICA DI SISTEMA (IES) – adempimenti per l'anno 2016

L'adempimento della Informativa Economica di Sistema è regolato dalla delibera Agcom n.397/13/CONS del 25 giugno 2013 così come modificata dalla successiva delibera Agcom n.235/15/CONS del 28 aprile 2015.

Il termine per effettuare la comunicazione – riguardante i dati dell'anno 2015 - decorre dal 1 giugno 2016 e scade il 31 luglio 2016. Dopo tale termine non sarà possibile inviare la comunicazione.

Sono disponibili – sul sito dell'Agcom (www.agcom.it) - i modelli da utilizzare per effettuare la comunicazione della IES unitamente alle istruzioni ed alla guida alla compilazione.

La comunicazione deve essere trasmessa, mediante casella di posta elettronica certificata, al seguente indirizzo di posta elettronica ies@cert.agcom.it. A questo indirizzo e-mail è possibile inviare richieste di chiarimento.

Qualora il dichiarante non sia ancora dotato di Posta Elettronica Certificata (PEC), può avvalersi di un soggetto terzo che effettui la trasmissione per suo conto.

Di seguito illustriamo gli aspetti principali dell'adempimento.

A) I SOGGETTI OBBLIGATI

Sono obbligati all'inoltro della comunicazione IES:

- a) gli operatori di rete
- b) i fornitori di un bouquet di programmi pay tv
- c) i fornitori di servizi di media audiovisivi o radiofonici
- d) i fornitori di servizi interattivi associati o di servizi di accesso condizionato
- e) i soggetti esercenti l'attività di radiodiffusione
- f) le imprese concessionarie di pubblicità
- g) le agenzie di stampa a carattere nazionale
- h) **gli editori, anche in formato elettronico, di giornali quotidiani, periodici o riviste, altre pubblicazioni periodiche ed annuaristiche e altri prodotti editoriali.**

Per la puntuale identificazione dei soggetti obbligati sopra indicati, valgono le seguenti definizioni contenute nell'articolo 2 comma 1 della delibera Agcom n.397/13/CONS del 25 giugno 2013, così come modificato dalla delibera Agcom n.235/15/CONS del 28 aprile 2015:

BIANCO FIDUCIARIA E DI REVISIONE

- a) **gli operatori di rete:** i soggetti titolari del diritto di installazione, esercizio e fornitura di una rete di comunicazione elettronica su frequenze terrestri in tecnica digitale, via cavo o via satellite, e di impianti di messa in onda, moltiplicazione, distribuzione e diffusione delle risorse frequenziali che consentono la trasmissione di programmi agli utenti;
- b) **i fornitori di un bouquet di programmi pay tv:** i soggetti che offrono un accesso condizionato a un bouquet trasmesso via satellite, che includa servizi di diffusione radiofonica e televisiva;
- c) **i fornitori di servizi di media audiovisivi o radiofonici :** 1) i fornitori di servizi di media audiovisivi o radiofonici lineari: i soggetti che hanno la responsabilità editoriale nella predisposizione di programmi televisivi o radiofonici destinati alla diffusione anche ad accesso condizionato su frequenze terrestri in tecnica digitale , nonché alla diffusione via cavo, via satellite o su altri mezzi di comunicazione elettronica e che sono legittimati a svolgere le attività commerciali ed editoriali connesse alla diffusione delle immagini o dei suoni e dei relativi dati; 2) i fornitori di servizi di media audiovisivi o radiofonici non lineari ovvero a richiesta : i soggetti che hanno la responsabilità editoriale nella predisposizione di un catalogo di programmi destinati alla diffusione anche ad accesso condizionato su frequenze terrestri in tecnica digitale , nonché alla diffusione via cavo, o su altri mezzi di comunicazione elettronica che possono essere fruiti al momento scelto dall'utente e che sono legittimati a svolgere le attività commerciali ed editoriali connesse alla diffusione delle immagini o dei suoni e dei relativi dati;
- d) **i fornitori di servizi interattivi associati o di servizi di accesso condizionato:** i soggetti che forniscono, al pubblico o a terzi operatori , servizi di accesso condizionato, compresa la pay per view, mediante distribuzione di chiavi numeriche per l'abilitazione alla visione dei programmi, alla fatturazione dei servizi ed eventualmente alla fornitura di apparati, ovvero che forniscono servizi della c.d. "società dell'informazione" ai sensi dell'articolo 2 del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, ovvero forniscono una guida elettronica ai programmi;
- e) **i soggetti esercenti l'attività di radiodiffusione:** la società concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo e i soggetti titolari di concessione, autorizzazione, o di altro provvedimento abilitativo, rilasciato dal Ministero dello Sviluppo Economico – Dipartimento per le Comunicazioni, per l'esercizio della radiodiffusione sonora o televisiva, via etere terrestre, con qualsiasi tecnica e modalità, ad accesso libero o condizionato, e per l'installazione e l'esercizio di impianti ripetitori via etere di programmi sonori e televisivi esteri e nazionali, nonché i soggetti a cui la legge impone gli stessi obblighi dei concessionari;
- f) **le imprese concessionarie di pubblicità:** i soggetti che esercitano, direttamente o per conto terzi, sul territorio nazionale, attività di negoziazione e conclusione di contratti di vendita di spazi pubblicitari da trasmettere mediante impianti radiofonici o televisivi o da diffondere su giornali quotidiani, periodici, sul web e altre piattaforme digitali fisse o mobili, sugli annuari, al cinema e attraverso agenzie di stampa;
- g) **le agenzie di stampa a carattere nazionale:** 1) le agenzie di stampa a carattere nazionale ex art.27 della legge 416/81, i cui notiziari siano distribuiti in abbonamento a titolo oneroso, qualunque sia il mezzo di trasmissione utilizzato, ad almeno quindici testate quotidiane in cinque regioni, che abbiano alle loro dipendenze a norma del contratto nazionale di lavoro più di dieci giornalisti professionisti con rapporto a tempo pieno, indeterminato ed esclusivo, ed effettuino un minimo di dodici ore di trasmissione al giorno per almeno cinque giorni alla settimana; 2) le altre agenzie di stampa a rilevanza nazionale, i cui notiziari siano distribuiti in abbonamento, a titolo oneroso, qualunque sia il mezzo di trasmissione utilizzato, ad almeno un editore a carattere nazionale che realizzi un prodotto ai sensi della legge n.62 del 2001, compresi i soggetti di cui alle lettere b),c), d) e g) del presente comma;

- h) **gli editori, anche in formato elettronico, di giornali quotidiani, periodici o riviste, altre pubblicazioni periodiche ed annuaristiche e altri prodotti editoriali** : 1) i soggetti editori di cui all'articolo 1, comma 1, e quelli equiparati di cui all'articolo 18, comma 1, della legge 5 agosto 1981, n. 416, che pubblicano, anche in formato elettronico, testate diffuse al pubblico con periodicità quotidiana, o altri prodotti editoriali in misura superiore a dodici numeri l'anno; 2) gli altri soggetti editori, anche ad azionariato diffuso, che pubblicano, anche in formato elettronico, una o più testate giornalistiche diffuse al pubblico con regolare periodicità, ovvero prodotti realizzati su supporto informatico, destinati alla diffusione di informazioni presso il pubblico (con esclusione dei prodotti discografici o cinematografici), purché sotto la direzione di un giornalista o di un pubblicista (art.46 legge n.69 del 1963; C. Cost., sent.n.98 del 1968); 3) i soggetti editori di annuari.

B) I MODELLI - la SERIE RIDOTTA e la SERIE BASE

La modulistica si articola in due serie di modelli:

- la SERIE RIDOTTA e la SERIE BASE

La **SERIE RIDOTTA** deve essere utilizzata dai soggetti i cui ricavi sono minori o uguali ad 1 milione di euro nei settori rilevati dalla Informativa Economica di Sistema.

La **SERIE BASE** deve essere utilizzata dai soggetti i cui ricavi sono superiori ad 1 milione di euro nei settori rilevati dalla Informativa Economica di Sistema.

Ciò significa, ad esempio, che un editore con ricavi di 1,5 milioni di cui 800 mila riferiti a introiti pubblicitari e vendite di copie di un periodico e 700 mila riferiti a ricavi per organizzazione di eventi promozionali, utilizzerà la serie ridotta in quanto i ricavi rilevati dalla IES sono solo quelli relativi al periodico edito (800 milioni).

I ricavi rilevanti ai fini della serie base o ridotta sono i ricavi risultanti dal bilancio dell'anno precedente relativi al valore della produzione (articolo 2425 lettera A) del codice civile), compresi quelli derivanti dalle convenzioni con soggetti pubblici e dalle provvidenze pubbliche.

Gli operatori non obbligati alla redazione del bilancio di esercizio faranno riferimento alle omologhe voci di altre scritture contabili che attestino il valore complessivo della produzione.

Gli operatori che hanno il bilancio non coincidente con l'anno solare devono compilare i modelli con dati coerenti con l'anno solare di riferimento (2015).

Gli operatori il cui bilancio di esercizio non sia stato ancora approvato alla scadenza del 31 luglio 2016 dovranno specificare nelle NOTE interne al modello che i dati indicati sono coerenti con il bilancio non approvato o non ancora approvato.

C) LE ESENZIONI

Sono esentati dall'obbligo dell'invio della IES i soggetti obbligati cui alla precedente lettera A) aventi , nell'anno di riferimento, ricavi totali pertinenti alle attività rilevate dalla IES, pari a zero euro.

L'Agcom potrà effettuare controlli a campione sulla sussistenza dei presupposti per l'esenzione.

D) LE SANZIONI ED I CONTROLLI

Gli operatori che comunicano dati non rispondenti al vero sono punibili, ai sensi dell'articolo 1 comma 29 della legge n.249/1997, con le pene previste dall'articolo 2621 del codice civile (False comunicazioni sociali).

Gli operatori che non adempiono, nei termini e con le modalità prescritte, all'obbligo IES sono punibili, ai sensi dell'articolo 1 comma 30 della legge n.249/1997, con la sanzione amministrativa da 1 milione a 200 milioni di lire.

L'Agcom potrà in qualsiasi momento chiedere la trasmissione di ulteriori atti, comunicazioni, integrazioni connesse a specifiche esigenze di completezza della IES.

C) IL PERCORSO PER LA SELEZIONE DEI MODELLI

La modulistica si compone di 5 sezioni.

Sezione 1) . La sezione 1) attiene i **DATI ANAGRAFICI GENERALI** nella quale, fra le altre notizie, è richiesta l'indicazione del numero dei dipendenti ed il numero dei giornalisti.

Si segnala che:

- il numero dei dipendenti da indicare è quello **puntuale** alla data di chiusura dell'ultimo bilancio di esercizio. Pertanto, non deve essere riportato il dato relativo ai dipendenti indicato in bilancio che , ai sensi dell'articolo 2427 n.15 del codice civile, è il numero medio dei dipendenti;

- il numero dei giornalisti da indicare è quello **puntuale** alla data di chiusura dell'ultimo bilancio di esercizio;

- nel quadro relativo al **Referente** occorre indicare il nome della persona che è **effettivamente in grado di fornire eventuali chiarimenti** . Evitare quindi di indicare il nome del legale rappresentante o altro soggetto che, in caso di richiesta di chiarimenti, debba a sua volta far riferimento ad altre persone.

Sezione 2). La sezione 2) contiene l'indicazione dei ricavi rilevanti (minori o maggiori di 1 milione di euro) ed, in base a questa indicazione, sarà automaticamente proposta la serie ridotta o la serie base.

In calce alla sezione 2 è stato inserito un quadro che sarà utilizzato solo dai soggetti per i quali l'anno oggetto della comunicazione IES è l'ultimo anno della propria attività . E' richiesta l'indicazione della causa quale cessazione di attività, liquidazione, fallimento, fusione o altro. Nel quadro della note saranno indicati gli estremi identificativi degli eventuali soggetti che eventualmente proseguono l'attività quali la società incorporante, la società conferita o cessionaria della azienda.

Sezione 3) . La sezione 3 contiene l'elencazione di tutte le attività rilevanti ai fini della IES .

L'operatore deve selezionare **tutte** le attività dallo stesso esercitate fra le seguenti:

- editoria quotidiana (inclusa *free press* e copie digitali) – diffusione nazionale e locale (QE)
- **editoria periodica** (inclusa *free press* e copie digitali) – diffusione nazionale e locale (DE)
- editoria annuaristica (inclusa *off line* e copie digitali) (EE)
- agenzie di stampa a carattere nazionale (GE)
- televisione nazionale e locale (in qualsiasi forma e con qualsiasi tecnologia, inclusi i Servizi media audiovisivi) (AT)
- radio nazionale e locale (inclusi operatori di rete) (CT)
- concessionarie di pubblicità sui mezzi tradizionali (quotidiani, periodici, tv, radio....) (CC).
- **Internet – Pubblicità on line (inclusa editoria elettronica)** (IT)
 - proprietario del sito /Editore elettronico
 - concessionaria/Intermediario pubblicitario

Gli editori di periodici indicheranno l'attività di **editoria periodica** e , a secondo dei casi, anche le attività di **editoria annuaristica cartacea** e di **Internet – pubblicità on line**.

La scheda proporrà automaticamente i modelli da compilare in funzione delle attività selezionate.

Tutti i soggetti che svolgono attività su Internet (sul web, su reti mobili, etc.), e a qualunque titolo raccolgono pubblicità *on line*, sono tenuti a compilare il quadro Internet – Pubblicità on line.

D) IL MODELLO PER L'EDITORIA PERIODICA (inclusa *free press* e copie digitali) – diffusione nazionale e locale

Sezione 4) . La sezione 4 contiene i modelli , differenziati in relazione alle attività selezionate, nei quali devono essere indicati i dati numerici

Il modello base – Editoria periodica .

I dati devono essere riferiti all'anno 2015.

I ricavi sono suddivisi in :

- ricavi da vendita di copie (cartacee e digitali) al netto dei collaterali distinti in copie vendute in edicola ed altri canali distributivi e copie vendute in abbonamento.

- ricavi pubblicitari (esclusa la pubblicità *on line*) al netto di sconti e commissioni d'agenzia, distinti in ricavi tramite concessionarie e ricavi diretti, ricavi da pubblicità nazionale e locale.

- ricavi da vendita di collaterali distinti in librari fonografici ed altre tipologie (video etc.).

- ricavi da provvidenze pubbliche,

- ricavi da convenzioni con soggetti pubblici,

- altri ricavi da attività editoriale periodica.

BIANCO FIDUCIARIA E DI REVISIONE

In questo modello non devono essere indicati i ricavi pubblicitari su testate on-line che andranno invece indicati nel modello riservato all' Internet – Pubblicità *on line* (IT)

Tuttavia, nel caso di pubblicazioni ibride , composte sia da prodotto cartaceo che digitale, si seguirà il criterio della prevalenza dei ricavi riferibili al cartaceo ed al digitale.

I ricavi da collaterali si riferiscono ai prodotti commercializzati, unitamente o separatamente, alla copia della testata.

I ricavi da provvidenze pubbliche sono le somme erogate dallo Stato o altri enti pubblici per l'esercizio della attività di impresa e contabilizzati fra i ricavi (voce A 5 dell'art.2425 del codice civile).

Il modello richiede anche l'indicazione dei **Costi totali da attività editoriale periodica**. Le istruzioni specificano che questa voce dovrebbe comprendere tutti i costi della produzione di cui all'articolo 2425 lettera B) del codice civile afferenti alla attività editoriale periodica. In caso di esercizio di più attività occorrerà necessariamente ricorrere ad una ripartizione dei costi generali non imputabili al prodotto.

In calce al modello deve essere indicata la denominazione ed il codice fiscale delle eventuali concessionarie di pubblicità che hanno concorso al conseguimento dei ricavi pubblicitari.

Devono inoltre essere indicate le seguenti informazioni sulle testate che concorrono al conseguimento dei ricavi:

- denominazione della testata ,
- tribunale di registrazione **oppure registrazione al ROC per le testate non registrate al tribunale,**
- modalità di offerta (cartaceo/digitale)
- diffusione (nazionale, pluriregionale, regionale, locale)
- tipologia (pagamento/gratuita)
- periodicità
- numeri editi nell'anno
- tiratura netta annua,
- copie cartacee diffuse annue (inclusi gli omaggi)
- copie cartacee vendute annue
- copie digitali vendute annue.

Il modello ridotto – Editoria periodica cartacea, ha la stessa impostazione del modello base ma non richiede tutte le suddivisioni richieste nel modello base.

E) IL MODELLO PER Internet – Pubblicità *on line* (inclusa editoria elettronica).

Sezione 4) . La sezione 4 contiene i modelli , differenziati in relazione alle attività selezionate, nei quali devono essere indicati i dati numerici

Il modello base – Internet - Pubblicità *on line* (inclusa editoria elettronica).

I dati devono essere riferiti all'anno 2015.

Il modello contempla :

- l'attività di vendita di prodotti e servizi di editoria elettronica e
- l'attività di raccolta pubblicitaria *on line* per soggetti terzi.

Nel caso della vendita di prodotti e servizi di editoria elettronica, i ricavi sono suddivisi in :

- ricavi da vendita di prodotti e servizi di editoria elettronica,
- ricavi da pubblicità *on line* suddivisi nelle varie tipologie,
- ricavi derivanti da donazioni / contributi privati,
- ricavi da provvidenze pubbliche e convenzioni con soggetti pubblici,
- altri ricavi da attività *on line*

Il modello richiede anche l'indicazione dei **Costi totali da attività *on line***. Le istruzioni non danno indicazioni chiare per la compilazione di questa voce la quale dovrebbe comprendere tutti i costi della produzione di cui all'articolo 2425 lettera B) del codice civile afferenti alla attività *on line*. In caso di esercizio di più attività occorrerà necessariamente ricorrere ad una ripartizione dei costi generali non imputabili al prodotto.

Il modello ridotto – Internet – Pubblicità *on line* (inclusa editoria elettronica), ha la stessa impostazione del modello base ma non prevede tutte le suddivisioni del modello base.

F) LA TABELLA DI SINTESI

Sezione 5). La sezione 5 riguarda la tabella di sintesi che aggrega i dati riportati nei modelli dedicati alle singole attività e raccorda tali dati aggregati ai ricavi totali ed ai costi totali indicati in bilancio.

Dopo la compilazione del modello (o dei modelli) tipici della (o delle) attività svolta/e , si compila la tabella di sintesi nella quale devono essere indicati i seguenti dati:

- i ricavi totali desunti dal bilancio (art.2425 lett. a) n.1 del codice civile), compresi quindi anche i ricavi derivanti da attività diverse da quelle rilevanti per l'IES;

- i ricavi rilevanti per l'IES ;

- altri ricavi (differenza fra i ricavi totali ed i ricavi rilevanti per l'IES);

- i costi totali desunti dal bilancio (art.2425 lett. b) del codice civile), compresi quindi anche i costi inerenti attività diverse da quelle rilevanti per l'IES;

- i costi rilevanti per l'IES ;

BIANCO FIDUCIARIA E DI REVISIONE

Nello spazio delle Note Finali, è richiesta la descrizione della voce altri ricavi ed altri costi.

G) PUBBLICAZIONE DEL BILANCIO

Gli editori di giornali quotidiani e gli editori di periodici e riviste pubblicate con più di 12 numeri l'anno che abbiano alle loro dipendenze almeno 5 giornalisti a tempo pieno da almeno un anno sono tenuti inoltre a pubblicare entro il 31 agosto 2016, su tutte le testate edite:

- lo Stato Patrimoniale ed il Conto Economico del bilancio di esercizio;
- un prospetto di pubblicazione delle informazioni relative all'attività editoriale, rispondente al seguente schema, avendo cura che i dati del prospetto siano coerenti con quelli della comunicazione IES:

soggetto segnalante: _____ codice fiscale _____

Anno _____

01- vendite di copie

02 – Pubblicità

03 - Diretta

04 - tramite concessionaria

05 – ricavi da editoria *on line*

06 - abbonamenti

07 - pubblicità

08 – ricavi da vendita di informazioni

09 – ricavi da altra attività editoriale

10 - totale voci 01+02+05+08+09

Questo adempimento è previsto dall'articolo 9 della delibera Agcom n.129/02/CONS.

Milano, 10 giugno 2016

Cordiali saluti

Pierangelo Bianco e Alessandra Piazzino