

Soggetto segnalante (1)

Codice Fiscale (2)

Testata (3)

Dati al (4)

Quotidiani (5) Generale Sport Economia

Attualità/informazione Televisione Motori
 Sport Salute Moda/ femminili

Periodici (6) Economia/finanza Scienza/ambiente Turismo/viaggi
 Musica Gastronomia Informatica/Nuove tecnologie
 Moda/maschili Arredamento Fumetti
 Altro

01	Tiratura lorda		01
02	Tiratura netta		02
03	Numeri editati		03
04	Diffusione gratuita Estero		04
05	Copie vendute Estero		05
06	Diffusione gratuita Italia		06
07	Copie vendute Italia		07
08	in edicola		08
09	in abbonamento		09
10	vendita "differenziata"		10
11	altri canali distributivi		11
12	Numero complessivo pagine diffuse		12
13	pagine pubblicità		13

14	Diffusione % regionale							
	VDA	PIE	LOM	LIG	TAA	FVG	VEN	
	EMR	TOS	MAR	UMB	LAZ	ABR	MOL	
	CAM	PUG	BAS	CAL	SIC	SAR	TOT. 100	

ISTRUZIONI PER LA COMPILAZIONE DEL QUADRO "P2"

Il presente Quadro va compilato, per il periodo di riferimento, **con riguardo a ciascuna testata edita**.

CAMPI	NOTE AI SINGOLI CAMPI
1	Va indicata la denominazione ovvero la ragione sociale del soggetto segnalante. Le ditte individuali debbono indicare le generalità del titolare. I dati vanno forniti in modo esatto e completo, avendo riguardo agli elementi che risultano dallo statuto ovvero, per le ditte individuali, dal certificato camerale.
2	Va sempre indicato il codice fiscale.
3	Va indicato il nome della testata a cui si riferiscono i dati.
4	Va indicata la data finale del periodo di riferimento dei dati forniti con il quadro.
5	Va barrata la casella corrispondente alla tipologia della testata sub campo 3 se <u>quotidiana</u> .
6	Va barrata la casella corrispondente alla tipologia della testata sub campo 3 se <u>periodica</u> .

VOCI	NOTE ALLE SINGOLE VOCI
01	Va indicato senza arrotondamenti il numero complessivo di copie stampate nel periodo di riferimento, comprensivo degli scarti di tipografia (al lordo, quindi, delle copie imperfette non utili per la distribuzione).
02	Va indicato senza arrotondamenti il numero complessivo di copie stampate e utili per la distribuzione (al netto, quindi, degli scarti di tipografia) nel periodo di riferimento.
03	Vanno indicati: - <u>per i quotidiani</u> , il numero complessivo dei giorni in cui la testata è stata editata nel periodo di riferimento. Devono essere pertanto esclusi i giorni in cui il quotidiano non è uscito per qualsiasi motivo: festività, sospensioni, scioperi, ecc. - <u>per i periodici</u> , i numeri complessivi pubblicati nel periodo di riferimento; eventuali edizioni di numeri doppi o multipli devono essere considerati una sola volta.
04	Va evidenziato nell'ambito della diffusione all'estero, il numero delle copie cedute gratuitamente in qualunque forma nel periodo di riferimento.
05	Va evidenziato il numero di copie vendute all'estero nel periodo di riferimento.

06	Va evidenziato nell'ambito della diffusione in Italia, il numero delle copie cedute gratuitamente in qualunque forma nel periodo di riferimento.
07	Va evidenziato il numero di copie vendute in Italia nel periodo di riferimento.
08	Va evidenziato, nell'ambito delle vendite di cui alla voce 07, il numero di copie vendute in edicola nel periodo di riferimento.
09	Va evidenziato, nell'ambito delle vendite di cui alla voce 07, il numero di copie vendute in abbonamento nel periodo di riferimento.
10	Va evidenziato, nell'ambito delle vendite di cui alla voce 07, il numero di copie vendute negli esercizi commerciali diversi dalle edicole secondo la disciplina dettata in via sperimentale dalla Legge 13 aprile 1999 n. 108.
11	Va evidenziato nell'ambito delle vendite di cui alla voce 07, il numero di copie vendute tramite altri canali (porta a porta, distributori automatici, strillonaggio, ecc.) nel periodo di riferimento.
12	Va indicato senza arrotondamenti il numero delle pagine diffuse (con riferimento alla somma delle copie di cui alle voci 04, 05, 06, 07) riferito al periodo considerato. Nel calcolo non si deve tenere conto anche del numero delle pagine di eventuali pubblicazioni, diffuse unitamente alla testata.
13	<p>Va indicato senza arrotondamenti il numero delle pagine di pubblicità di qualsiasi tipo: locale, nazionale, commerciale, di servizio, rubricata.</p> <p>Per i periodici con riferimento al formato pagina intera o alle frazioni di questa (Es: una pagina intera=2 mezze pagine=3 terzi di pagina ecc.).</p> <p>Relativamente ai quotidiani il numero delle pagine destinate alla pubblicità deve essere determinato, senza considerare le pubblicazioni allegate, avuto riguardo al numero dei moduli contenuti in ciascuna pagina (ad es. se una pagina formato tabloid contiene 108 moduli il numero di pagine destinate alla pubblicità sarà = $s \cdot n$. totale moduli giornalieri/108 x n. giorni di uscita). Per i quotidiani che non utilizzano pagine con caratteristiche standardizzate nonché per le forme di pubblicità non vendute a moduli, il numero delle pagine destinate alla pubblicità va fornito arrotondato a pagina intera.</p>
14	Va riportata la diffusione in Italia nel periodo di riferimento di cui alla somma delle voci 06 e 07, per ciascuna regione in percentuale rispetto a quella relativa dell'intero territorio. Tale campo va compilato solo per le testate quotidiane.