



**REGOLAMENTO PER LA CERTIFICAZIONE  
DELLA TIRATURA REMP/CS**



# SOMMARIO

<b>1</b>	<b>Premesse generali</b>	3
<b>2</b>	<b>Categorie di stampa (tipologie)</b>	4
<b>3</b>	<b>Definizioni relative alla tiratura stampata</b>	5
<b>4</b>	<b>Definizioni relative alle repliche e alle non repliche</b>	11
<b>5</b>	<b>Basi dell'autodichiarazione di tiratura</b>	14
<b>6</b>	<b>Certificazione provvisoria</b>	18
<b>7</b>	<b>Certificazione intermedia</b>	19
<b>8</b>	<b>Verifica della tiratura notificata</b>	20
<b>9</b>	<b>Correzioni</b>	22
<b>10</b>	<b>Sanzioni</b>	22
<b>11</b>	<b>Opposizioni</b>	22
<b>12</b>	<b>Entrata in vigore</b>	22

## Colophon

**Editore:** WEMF AG für Werbemedienforschung  
Bachmattstrasse 53 – CH-8048 Zurigo  
Tel. 043 311 76 76 – Fax 043 311 76 77  
www.remp.ch – remp@remp.ch

**Edizione:** Maggio 2017, edizione rielaborata in base alla richiesta del CdA della REMP (delibera da parte della KAV e del CdA della REMP del 11 aprile 2017)

**Validità giuridica:** In caso di controversie fa stato la versione tedesca del presente regolamento.

**Copyright:** WEMF/REMP © 2017

# 1 PREMESSE GENERALI

## 1.1 Obiettivo

Con l'obiettivo di rilevare in base a criteri identici per ogni categoria di stampa, rendendole quindi comparabili fra loro, le cifre di tiratura dei media stampati (testate) pubblicati regolarmente, la WEMF AG für Werbemedienforschung («REMP») emana il seguente «Regolamento per la certificazione della tiratura REMP/CS» («Regolamento»). Per garantire la veridicità delle cifre, i dati inviati dagli editori di media («clienti») verranno periodicamente verificati dalla REMP o da altri soggetti su suo mandato.

## 1.2 Riconoscimento

Le associazioni del settore pubblicitario

- LSA LEADING SWISS AGENCIES
- Schweizer Werbe-Auftraggeberverband SWA
- Verband SCHWEIZER MEDIEN, MÉDIAS SUISSES, STAMPA SVIZZERA
- Associazione delle Società Svizzere di Pubblicità ASSP

riconoscono come ufficiali e valide solamente le tirature certificate dalla REMP/CS.

## 1.3 Commissione per la tiratura e la diffusione

Ai fini della promozione e del controllo della certificazione della tiratura la REMP nomina la «Kommission für Auflage und Verbreitung» (Commissione per la tiratura e la diffusione «KAV»), composta dai seguenti membri:

- due rappresentanti di LSA LEADING SWISS AGENCIES
- due rappresentanti di Schweizer Werbe-Auftraggeberverband SWA
- due rappresentanti di Verband SCHWEIZER MEDIEN, un rappresentante di MÉDIAS SUISSES e uno di STAMPA SVIZZERA
- due rappresentanti dell'Associazione delle Società Svizzere di Pubblicità ASSP
- un rappresentante di KS Kommunikation Schweiz e uno di CS Communication Suisse
- il direttore della REMP

I membri della KAV sono nominati dalle associazioni del settore pubblicitario.

La presidenza della KAV è affidata al presidente del Consiglio d'amministrazione della REMP (un rappresentante di Verband SCHWEIZER MEDIEN).

La KAV consiglia la REMP nella stesura del regolamento e funge da istanza definitiva di ricorso (cfr. punto 11 «Opposizioni»).

## 1.4 Svolgimento

Rinomate società di revisione controllano le testate di I e II cat. della tipologia 1000 e della tipologia 2000. Nel caso di edizioni complessive che comprendono testate di III cat. (tiratura < 20 000 es.) e quelle di II cat. (20 000–40 000 es.) o di I cat. (> 40 000 es.), le società di revisione si occupano di controllare tutte le testate dell'edizione complessiva, per motivi pratici di efficienza.

Il controllo delle cifre di tiratura delle testate di III cat. della tipologia 1000 e di tutte le testate delle tipologie 3000 e 4000 **nonché** delle restanti testate viene effettuato in linea di massima dalla REMP. REMP si riserva il diritto di verificare le cifre di tiratura delle singole testate di tutte le tipologie.

## 2 CATEGORIE DI STAMPA (TIPOLOGIE)

Le testate con tiratura certificata appartengono a una delle seguenti categorie (l'assegnazione della stampa alle tipologie 1000, 2000, 3000 e 4000 viene effettuata dalla ASSP ed è a carico della REMP).

Tipologia 1000

### **Stampa quotidiana**

Viene pubblicata almeno 4 volte la settimana. Contiene informazioni generali su attualità, politica, economia e sport. Si rivolge regolarmente a un ampio pubblico ed è accessibile a chiunque.

### **Stampa settimanale regionale**

Viene pubblicata meno di 4 volte la settimana, si rivolge regolarmente a un ampio pubblico ed è accessibile a chiunque.

### **Stampa domenicale**

Viene diffusa la prima volta di domenica.

Tipologia 2000

### **Stampa finanziaria ed economica**

Si rivolge a un pubblico interessato in particolare ai temi economici e finanziari.

### **Stampa per il grande pubblico**

Prodotti di stampa che escono con frequenza settimanale o minore; si rivolgono a un ampio pubblico e sono accessibili a chiunque.

Tipologia 3000

### **Stampa speciale**

I suoi contenuti sono orientati agli interessi dei lettori, che condividono un hobby, una passione particolare, una situazione di vita oppure che appartengono alla stessa fascia di età.

Tipologia 4000

### **Stampa professionale**

Si rivolge agli appartenenti a determinate categorie professionali con specifici interessi settoriali.

Altre

### **Testate straniere**

Su richiesta del cliente è possibile certificare la tiratura svizzera di testate straniere.

### **Altre pubblicazioni**

È possibile certificare la tiratura di pubblicazioni della stampa associativa, degli enti di beneficenza e delle fondazioni senza assegnazione della tipologia da parte dell'ASSP. Le cifre servono a questi clienti essenzialmente per scopi distributivi (Posta e UFCOM) e non vengono pubblicate dalla REMP.

### **Calendari ecc.**

È possibile certificare la tiratura di calendari, orari e annuari solamente se questi, secondo i criteri ASSP, rientrano nella tipologia 1000, 2000, 3000 o 4000 e se sono stati pubblicati regolarmente e senza interruzioni per almeno tre anni civili.

### **Casi speciali**

Circa la certificazione di pubblicazioni che non rientrano in nessuna delle categorie elencate, decide il Consiglio di Amministrazione della REMP.

# 3 DEFINIZIONI RELATIVE ALLA TIRATURA STAMPATA

## Abbonamenti

Vengono consegnati periodicamente al destinatario in base a un contratto di abbonamento e previo pagamento; il destinatario o una terza persona paga l'importo dell'abbonamento. La fatturazione degli abbonamenti deve avvenire nel periodo di rilevamento. Abbonamenti fatturati successivamente non possono più essere calcolati nella tiratura venduta. Rientrano nella categoria degli abbonamenti anche gli esemplari personali (si veda «Esemplari personali»).

A seconda dell'intervallo di pubblicazione del giornale/della rivista, un abbonamento deve essere fornito/messo a disposizione per un periodo minimo senza interruzioni.

Testata con frequenza	Durata minima
— quotidiana	6 giorni
— settimanale/domenicale	1 mese
— mensile	3 mesi
— inferiore a 1 volta al mese	2 edizioni

## Abbonamenti obbligatori

Testate in abbonamento pubblicate dagli organi delle pubblicazioni, che in base alla decisione dell'organo competente (assemblea societaria, assemblea generale, direzione ecc.) vengono allegare al contributo ai soci dell'organizzazione emittente. Per ogni membro si può calcolare solo un'edizione, stampata o digitale.

## Abbonamenti per membri

Vengono consegnati ai membri di associazioni, società, corporazioni ecc. in base alle disposizioni statutarie.

## Abbonamenti promozionali

Esemplari recapitati al destinatario a pagamento. Se scontati fino al 50% vengono conteggiati come abbonamenti scontati, se lo sconto è superiore al 50% come «altra vendita» (la base è data dal prezzo normale pubblicato per un abbonamento annuale senza sconti). Non vi è alcuna limitazione temporale.

## Altra vendita

Esemplari per i quali viene concesso uno sconto inferiore al 50% del prezzo intero dell'abbonamento risp. della vendita singola dell'edizione stampata.

Abbonamenti che vengono distribuiti con uno sconto superiore all'80% del prezzo intero dell'abbonamento devono essere conteggiati come abbonamenti gratuiti.

Vendite singole con uno sconto superiore all'80% rispetto al prezzo intero della vendita singola non possono essere conteggiate ai fini della tiratura certificata.

## Distribuzione a mano

Comprende gli esemplari distribuiti ai passanti nei luoghi pubblici. Per gli esemplari non distribuiti è necessario presentare una prova (conteggio delle restituzioni). In mancanza di tale prova questi esemplari non si possono conteggiare ai fini della tiratura gratuita e devono essere inseriti nella categoria «Tiratura cumulativa».

## Distribuzione alle economie domestiche

Esemplari consegnati gratuitamente alle economie domestiche.

## Edizioni complessive

Le edizioni complessive sono sistemi di edizioni locali o sistemi di giornali. In tal senso vengono riunite in un'edizione complessiva le testate che collaborano nel campo della redazione e delle inserzioni. Tutte le testate riunite in un'edizione complessiva devono però essere obbligatoriamente certificate singolarmente.

Devono essere rispettati i seguenti criteri:

- medesima periodicità (secondo definizione ASSP/tipologie)
- l'unione delle testate deve essere visibile in prima pagina
- collaborazione nel campo della redazione e delle inserzioni

Anche le edizioni vocali vengono integrate in un'edizione complessiva, a condizione di soddisfare i criteri sopracitati.

Se una testata all'interno dell'edizione complessiva non è certificata, tutto il sistema non viene certificato.

## Esemplari dei donatori

Si tratta di esemplari che le organizzazioni di pubblica utilità distribuiscono ai loro donatori.

## Esemplari di prova/pubblicitari

Si tratta di esemplari recapitati gratuitamente al destinatario (ad es. tramite mailing o altre operazioni di marketing) e non possono essere dichiarati nella categoria «Spedizione a target mirati/variabili», indipendentemente dalla durata.

## Esemplari gratuiti

La tiratura gratuita può essere conteggiata nella tiratura venduta rispettando un tetto massimo del 5% del subtotale di quella vendita, a condizione che anche questi esemplari vengano distribuiti.

## Esemplari pagati per intero

Esemplari per i quali si paga l'abbonamento intero risp. la vendita singola dell'edizione stampata nonché gli esemplari per il personale (si veda la rispettiva voce).

Il prezzo di base è quello normale pubblicato ufficialmente per un abbonamento annuale o per un singolo esemplare senza sconto. Gli abbonamenti trimestrali, semestrali, di due o tre anni sono equiparati all'abbonamento annuale.

## Esemplari personali

Vengono consegnati al proprio personale assunto in Svizzera in pianta stabile. In questa categoria sono intesi solo i collaboratori regolarmente assunti presso il cliente che pubblica la testata e per i quali viene versata l'AVS. Se il cliente pubblica diverse testate (escluse le grandi tirature, le varianti locali delle edizioni, le edizioni regionali ecc.), complessivamente egli può dichiarare come «pagati per intero» al massimo 1,5 esemplari per ogni collaboratore assunto in pianta stabile (si veda anche «Tiratura gratuita»).

## Esemplari scontati

Si tratta di esemplari per i quali viene concesso uno sconto pari almeno al 50% del prezzo totale dell'abbonamento risp. del prezzo della vendita singola dell'edizione stampata.

Il prezzo di base è quello normale pubblicato ufficialmente per un abbonamento annuale e quello di un singolo esemplare senza sconto. Gli abbonamenti trimestrali, semestrali, di due o tre anni sono equiparati all'abbonamento annuale.

## Grandi tirature

Le grandi tirature sono composte dalle normali tirature e di una diffusione regolare supplementare nelle economie domestiche di una determinata regione. Se le regioni di diffusione cambiano, le grandi tirature delle singole regioni di diffusione devono essere certificate singolarmente. Non è ammessa una media delle diverse regioni di diffusione.

## Inseriti

Si distinguono tra i seguenti tipi di inserti:

### **Inserito della testata principale (incl. edizione complessiva)**

Se l'inserito è contenuto solo nella testata principale, nella comunicazione può essere designato come certificato REMP/CS.

A condizione che il numero degli inserti allegati corrisponda al numero delle copie distribuite della testata principale (nessuna differenza di tiratura).

### **Inseriti in più testate diverse**

Se l'inserito è contenuto in più testate diverse, deve essere sottoposto a certificazione separatamente come testata singola.

Importante: la tiratura si calcola sulla somma delle singole testate principali, a condizione che vengano utilizzati i medesimi canali di distribuzione. Se in parti delle singole testate principali (tiratura abbonamenti, tiratura chioschi) non vi sono inserti, tali differenze sono da considerare. **Se non figurano indicazioni sulle categorie (abbonamenti, vendita singola, gratis, ecc.) delle singole testate principali, nella tiratura gratuita va dichiarata la tiratura complessiva.**

Possono essere aggiunti al conteggio gli inserti che vengono venduti nelle edicole.

### **Inseriti di terzi**

Nel caso di inserti di terzi, la dichiarazione delle cifre di tiratura viene effettuata nell'ambito della tiratura gratuita.

## Interruzioni

Le interruzioni di fornitura (per vacanze ecc.) non possono essere conteggiate ai fini della tiratura certificata, siccome questi esemplari vengono consegnati successivamente (prolungamento della durata dell'abbonamento) oppure accreditati.

## Operazioni reciproche

Gli esemplari venduti sulla base di un'operazione reciproca totale o parziale dell'acquirente, in linea di principio e indipendentemente dal fatto che le indennità reciprocamente dovute siano conteggiate per l'entità della sua copertura (nessun flusso di pagamento) o meno, possono essere assegnati alla tiratura venduta se per tali esemplari viene emessa regolare fattura nel periodo di rilevamento con detrazione dell'imposta sul valore aggiunto.

Qualora nel corso della verifica emergano dei dubbi circa l'adeguatezza del prezzo della controprestazione, il caso viene trasmesso a un esperto di transfer pricing per un ulteriore esame. Se egli giunge alla conclusione che il prezzo conteggiato della controprestazione è eccessivamente elevato, il cliente deve sostenere i costi per l'esperto e la tiratura basata sull'operazione reciproca non viene accettata come tiratura venduta. Nei casi evidenti decide la REMP senza il coinvolgimento di un esperto di transfer pricing.

Se il prezzo della controprestazione viene giudicato inadeguato, la tiratura basata sull'operazione reciproca viene assegnata alla categoria «Tiratura cumulativa» o «Tiratura gratuita», a seconda che venga fornita o meno la prova delle restituzioni.

Se l'operazione reciproca si basa solamente sulla fornitura di servizi di distribuzione (logistica) per la vendita della testata da parte di terzi, la tiratura basata su tali operazioni reciproche, indipendentemente dall'adeguatezza dell'indennità conteggiata, non viene conteggiata nella tiratura venduta, bensì nella categoria «Tiratura cumulativa» oppure nella tiratura gratuita, a seconda che venga fornita o meno la prova delle restituzioni.

## Print on Demand

Edizione trasmessa in forma immateriale ed edizione stampata singolarmente di un prodotto di stampa che corrisponde alla versione stampata in tutti i suoi aspetti: contenuto e veste editoriale (incl. il posizionamento degli annunci).

## Self service

Esemplari di giornali per pendolari sistemati in box, stand ecc. in luoghi pubblici che possono essere ritirati gratuitamente dai passanti.

Occorre fornire la prova (conteggio delle restituzioni) degli esemplari non distribuiti. In mancanza di tale prova questi esemplari non si possono conteggiare ai fini della tiratura gratuita e devono essere inseriti nella categoria «Tiratura cumulativa».

## «Solo per informazione»

Queste colonne del modulo di rilevamento vanno compilate obbligatoriamente, poiché le seguenti indicazioni servono per il controllo e la verifica della plausibilità della tiratura notificata.

- Gli «esemplari-giustificativo» sono gli esemplari spediti a clienti di inserti o a redazioni.
- La categoria «Scorte» viene calcolata automaticamente come la differenza fra la tiratura distribuita e la tiratura di stampa (escluso il «Print on Demand»).
- «Tiratura di stampa»: si veda la rispettiva definizione.

## Spedizione a target mirati/variabili

Esemplari spediti gratuitamente a un target determinato o variabile.

Ne fanno parte anche gli esemplari di prova/pubblicitari (si veda la realtiva voce).

## Testate distribuite gratuitamente

Testate consegnate al destinatario prevalentemente a titolo gratuito, ad es. attraverso distribuzioni alle economie domestiche, distribuzioni a mano o in luoghi di distribuzione liberamente accessibili. Rientrano in questa categoria anche le grandi tirature.



## Tipologie

L'assegnazione della stampa alle varie tipologie viene effettuata dalla ASSP (Associazione delle Società Svizzere di Pubblicità):

Tipologia 1000: stampa quotidiana, settimanale regionale e domenicale

Tipologia 2000: stampa per il grande pubblico, finanziaria ed economica

Tipologia 3000: stampa speciale

Tipologia 4000: stampa professionale

## Tiratura cumulativa

Comprende tutti gli esemplari distribuiti gratuitamente (attraverso il personale addetto alla distribuzione nelle stazioni, stand/box dei giornali, nelle scuole, **fiere** ecc.), per i quali NON viene fornita la prova (conteggio delle restituzioni) degli esemplari non distribuiti.

Essa include le forniture lorde senza prova della distribuzione effettiva.

La categoria «Tiratura cumulativa» viene dichiarata/pubblicata separatamente accanto alla tiratura gratuita ed è parte integrante della tiratura diffusa totale.

## Tiratura di stampa

Designa il numero complessivo degli esemplari stampati in base alla fattura della tipografia o al conteggio/alla cartelletta con la documentazione dell'ordine da parte della tipografia interna dell'editore.

## Tiratura diffusa

Stampa: somma della tiratura gratuita, di quella cumulativa e di quella venduta.

Replica: somma della tiratura gratuita e di quella venduta.

L'accumulo avviene automaticamente.

## Tiratura gratuita

Comprende tutti gli esemplari consegnati regolarmente al destinatario a titolo gratuito. Tra questi vi sono pure gli esemplari distribuiti ai collaboratori del cliente che non lavorano direttamente per la testata in questione, nonché gli esemplari distribuiti a pensionati, azionisti, soci, collaboratori indipendenti, propri distributori, che lavorano per diverse testate del cliente ecc. (si veda anche «Esemplari personali»).

Nella tiratura gratuita rientrano anche le forniture regolari a scuole, case per anziani, ospedali, caserme, uffici postali, stazioni di polizia ecc. come pure gli abbonamenti gratuiti per gli inserzionisti e le agenzie di pubblicità.

Possono essere altresì dichiarati come «Tiratura gratuita» gli esemplari che vengono spediti a target variabili.

Per gli esemplari distribuiti gratuitamente (presso le stazioni, attraverso i box/stand dei giornali, nelle scuole, fiere ecc.) è necessaria la prova (conteggio delle restituzioni) degli esemplari non distribuiti. In mancanza di tale prova questi esemplari non si possono conteggiare ai fini del «self service/della distribuzione a mano» e devono essere inseriti nella categoria «Tiratura cumulativa».

Non rientrano nella tiratura gratuita ad es. gli esemplari di riserva/sostitutivi consegnati negli uffici postali (da inserire nella colonna «Scorte») o gli esemplari consegnati gratuitamente ai distributori di annunci (da riportare nella colonna «Esemplari-giustificativo»).

## **Tiratura venduta**

Somma degli esemplari venduti in abbonamento e come vendita singola, in forma stampata o elettronica.

## **Vendita singola**

Forniture a rivenditori (chioschi, box/ cassette per giornali, librerie, sportelli, negozi, stazioni di servizio, venditori ambulanti ecc.) dedotte le restituzioni. Nel caso di box per giornali bisogna distinguere fra ricavi superiori o inferiori al 50%.

I recapiti dietro pagamento ai destinatari che non soddisfano la scadenza minima per un abbonamento sono considerati vendite singole.

Questa categoria comprende anche gli esemplari distribuiti con il sistema «Print on Demand».

Gli esemplari venduti singolarmente sono conteggiabili se risalgono al periodo di rilevamento.

## 4 DEFINIZIONI RELATIVE ALLE REPLICHE E ALLE NON REPLICHE

**In generale**  
(standard internazionale)

I prodotti di stampa digitale si suddividono in due tipi:

- edizioni digitali e
- pubblicazioni digitali

Un'edizione digitale si fonda su un'edizione stampata; una pubblicazione digitale è un prodotto digitale autonomo (che non è fondato su un'edizione stampata).

Le edizioni digitali possono presentarsi in formato di repliche (ex ePaper), con o senza contenuto ampliato (gallerie fotografiche, film, musica ecc.), oppure come non repliche, con un contenuto dinamico o mirato.

Anche le pubblicazioni digitali possono avere un contenuto statico, dinamico o mirato. Le pubblicazioni digitali con contenuto statico rientrano fra le repliche, quelle con contenuto dinamico o mirato fra le non repliche.

La caratteristica principale che contraddistingue l'edizione digitale dalla pubblicazione digitale o da una pagina web è il formato di navigazione (che può essere «sfogliare» o qualsiasi altro metodo di scorrere un'edizione dall'inizio alla fine).

Perciò la veste grafica dei prodotti di stampa digitali deve presentarsi con un formato di navigazione lineare, in modo che il prodotto di stampa digitale sia suddiviso in singole pagine e possa essere sfogliato dalla copertina sino all'ultima pagina.

Affinché la tiratura dei prodotti di stampa digitali sia calcolabile occorre limitare l'accesso al contenuto digitale attraverso un Paywall per la vendita singola o in abbonamento oppure attraverso una registrazione tramite l'immissione di un login e di una password per l'abbonamento gratuito.

Poiché per i giornali e le riviste gratuite non vi è una registrazione con login e password, tramite una speciale procedura è possibile contare gli accessi come «free views». Questo processo viene disciplinato con un contratto e un listino prezzi a parte.

Se un abbonamento pagato per l'edizione stampata dà accesso gratuitamente al relativo prodotto di stampa digitale, quest'ultimo esemplare/download è calcolabile solo se è possibile dimostrare che il download/l'accesso è effettivamente avvenuto (max. 1 es. al giorno/abbonamento).

Se il titolare dell'abbonamento paga per entrambe le edizioni, stampata e digitale, (si veda al punto 4.1), allora sono calcolabili entrambi gli esemplari, ognuno nella propria categoria.

**Un sito web accessibile pubblicamente non può essere calcolato come un'edizione o una pubblicazione.**

### 4.1 Replica

#### Definizione

La replica è l'edizione principale di una testata diffusa attraverso mezzi immateriali e interamente corrispondente alla versione stampata per quanto riguarda i dettagli di contenuto, veste editoriale (incl. il posizionamento degli annunci) e periodicità.

Le repliche possono essere arricchite con film, gallerie fotografiche, musica o testo supplementare. Determinante è la prima percezione.

## Abbonamenti

Vengono consegnati periodicamente al destinatario in base a un contratto di abbonamento e previo pagamento; il destinatario o una terza persona paga l'importo dell'abbonamento. La fatturazione degli abbonamenti deve avvenire nel periodo di rilevamento. Abbonamenti fatturati successivamente non possono più essere calcolati nella tiratura venduta.

Il prezzo di base è quello normale pubblicato ufficialmente per un abbonamento annuale digitale o per un singolo esemplare senza sconto. Il prezzo di un abbonamento annuale digitale deve corrispondere almeno al 50% del prezzo dell'edizione stampata.

Gli abbonamenti mensili, trimestrali, semestrali, di due o tre anni sono equiparati all'abbonamento annuale.

A seconda dell'intervallo di pubblicazione del giornale/della rivista, un abbonamento deve essere fornito/messo a disposizione per un periodo minimo senza interruzioni.

Testata con frequenza	Durata minima
— quotidiana	6 giorni
— settimanale/domenicale	1 mese
— mensile	3 mesi
— inferiore a 1 volta al mese	2 edizioni

## Abbonamenti obbligatori

Testate in abbonamento emesse dagli organi delle pubblicazioni, che in base alla decisione dell'organo competente (assemblea societaria, assemblea generale, direzione ecc.) vengono allegate al contributo ai soci dell'organizzazione emittente. Per ogni membro si può calcolare solo un'edizione, stampata o digitale.

## Abbonamenti promozionali

Esemplari recapitati al destinatario a pagamento. Se scontati fino al 50% vengono conteggiati come abbonamenti scontati, se lo sconto è di un massimo dell'80% come «altra vendita» (la base è data dal prezzo normale pubblicato per un abbonamento annuale digitale senza sconti). Non vi è alcuna limitazione temporale.

## Altra vendita

Esemplari, per i quali viene concesso uno sconto massimo dell'80% del prezzo intero dell'abbonamento risp. della vendita singola dell'edizione digitale.

Gli abbonamenti per i quali viene concesso uno sconto superiore all'80% del prezzo intero dell'abbonamento, vengono calcolati come abbonamenti gratuiti.

Vendite singole con uno sconto superiore all'80% rispetto al prezzo intero della vendita singola non possono essere conteggiate ai fini della tiratura certificata.

## Esemplari pagati per intero

Esemplari per i quali si paga l'abbonamento intero risp. la vendita singola dell'edizione digitale.

Il prezzo di base è quello normale pubblicato ufficialmente per un abbonamento annuale digitale o per un singolo esemplare senza sconto. Il prezzo di un abbonamento annuale digitale deve corrispondere almeno al 50% del prezzo dell'edizione stampata.

## Esemplari scontati

Si tratta di esemplari per i quali viene concesso uno sconto pari almeno al 50% del prezzo totale dell'abbonamento risp. del prezzo della vendita singola dell'edizione digitale.

Il prezzo di base è quello normale pubblicato ufficialmente per un abbonamento annuale digitale o per un singolo esemplare senza sconto.

## Tiratura gratuita

Gli abbonamenti gratuiti vengono messi gratuitamente a disposizione del destinatario per un periodo limitato massimo di un anno. Se vi è un acquisto di un abbonamento nella forma stampata, questi abbonamenti gratuiti non possono essere conteggiati nella tiratura certificata.

Sono conteggiabili i download/gli accessi gratuiti di abbonamenti a pagamento della tiratura stampata (si veda al punto 4, cpv. 9). La prova deve essere fornita dall'editore con logfile (incl. la descrizione dei singoli filtri) nel modo seguente:

- solo download/accessi di abbonamenti stampati pagati
- nessun duplicato (max. 1 es. per giorno /abbonato)
- nessun accesso da parte del personale
- nessun accesso di abbonati replica gratuiti (Only-Digital)

Gli esemplari distribuiti da operatori terzi (ad es. Media Carrier, ecc.), possono essere conteggiati solo se il download/accesso effettivo può essere dimostrato.

## Vendita singola

Sono i download / gli accessi pagati, venduti attraverso un Paywall. La prova degli esemplari dichiarati avviene tramite le statistiche degli offerenti terzi (Apple, Android ecc.) oppure tramite le piattaforme proprie delle case editrici e i pagamenti in entrata nella contabilità.

I recapiti dietro pagamento ai destinatari che non soddisfano la scadenza minima per un abbonamento sono considerati vendite singole.

Gli esemplari venduti singolarmente sono conteggiabili se risalgono al periodo di rilevamento.

## UC Free Views

Sono computati e conteggiati gli accessi a una replica su un sito internet accessibile pubblicamente. Il rilevamento avviene tramite una procedura speciale. I valori vengono pubblicati a parte, sono tuttavia parte integrante della tiratura diffusa totale.

## 4.2 Non Replica

### Definizione

Le non repliche si basano su una tiratura stampata o pubblicazione digitale, tuttavia con contenuto dinamico o mirato. Ossia il contenuto (articoli redazionali e inserzioni) può variare in qualsiasi momento. Inoltre il formato e la veste grafica non sono necessariamente legati a quelli dell'edizione stampata.

### Gratuito

Download o accessi gratuiti, che sono stati resi accessibili tramite una registrazione e successivo login o inserimento della password. L'accertamento degli esemplari dichiarati avviene tramite le statistiche di offerenti terzi (Apple, Android ecc.).

### Venduto

Download o accessi pagati, che sono stati venduti tramite un Paywall. L'accertamento degli esemplari dichiarati avviene tramite le statistiche di offerenti terzi (Apple, Android ecc.) oppure tramite le piattaforme proprie delle case editrici e i pagamenti in entrata nella contabilità.

## 5 BASI DELL'AUTODICHIARAZIONE DI TIRATURA

### 5.1 Obbligo di notifica e scadenza

La certificazione si basa sul principio dell'**autodichiarazione**. Affinché una tiratura riceva la certificazione REMP/CS, il cliente deve comunicare alla REMP, in conformità al presente regolamento, il numero effettivo di tutti gli esemplari diffusi nel periodo di rilevamento e acconsentire inoltre allo svolgimento di un controllo successivo.

La notifica deve avvenire al più tardi entro il **30 giugno**.

Le testate la cui autodichiarazione risulti incompleta o non sia pervenuta in tempo utile, sono considerate non più certificate.

### 5.2 Periodo di rilevamento

Il periodo di rilevamento va dal **1° aprile al 31 marzo**.

### 5.3 Unità certificate

Le unità che appaiono sul mercato (edizioni audio, domenicali, edizioni locali, grandi tirature ecc.) vengono certificate separatamente come testate singole.

Se una parte di un sistema di giornali viene gestita in MACH Basic come testata separata, questa testata viene certificata anche nella tiratura come testata singola.

La tiratura delle edizioni complessive (sistemi di edizioni locali, sistemi di giornali ecc.) si ricava dalla somma delle tirature certificate delle singole testate prese in considerazione.

La tiratura di pubblicazioni inserite come allegati ad altre testate si ricava dalla somma delle tirature certificate delle testate principali (per la definizione completa si veda il punto 3).

### 5.4 Certificazione definitiva

Per poter ottenere la certificazione definitiva, le testate devono essere state pubblicate ininterrottamente per almeno un periodo di rilevamento nella rispettiva forma redazionale, singolarmente e in tutte le combinazioni.

### 5.5 Certificazione provvisoria

Le testate di nuova concezione, appena lanciate o risultanti da fusioni e non ancora apparse nella rispettiva forma per un intero periodo di rilevamento, possono ottenere una certificazione provvisoria. Per i dettagli cfr. punto 6.

### 5.6 Certificazione intermedia

Le testate di nuova concezione, appena lanciate o risultanti da fusioni e non ancora apparse nella rispettiva forma per un intero periodo di rilevamento, possono far eseguire una certificazione intermedia dalla REMP al di fuori del periodo di rilevamento. Per i dettagli cfr. punto 7.

## 5.7 Notifica delle cifre di tiratura

Il cliente notifica tutti gli esemplari effettivamente diffusi nel periodo di rilevamento come segue:

- valori medi mensili, ordinati in base ai mesi civili (totale mensile diviso il numero delle edizioni)
  - valori medi annuali (somma dei valori medi mensili divisa per 12)\*
- \* in caso di pubblicazione inferiore a 12 volte l'anno si divide per il numero delle edizioni

**Le cifre di tiratura stampata della stampa quotidiana, stampa settimanale regionale, stampa domenicale, finanziaria ed economica, stampa professionale, specializzata e per il grande pubblico vengono notificate come segue:**

- abbonamenti pagati per intero
- abbonamenti scontati (sconto max. 50%)
- abbonamenti obbligatori
- vendita singola, incl. i box aperti (sconto max. 50%)
- altra vendita, abbonamenti e vendita singola (sconto max. 80%)

Subtotale

- esemplari gratuiti (max. 5% del subtotale)

**Tiratura venduta**

- abbonamenti gratuiti
- distribuzione alle economie domestiche
- self service/ distribuzione a mano
- spedizione a target mirati/variabili

**Tiratura gratuita**

**Tiratura cumulativa**

**Le cifre di tiratura delle repliche della stampa quotidiana, stampa settimanale regionale, stampa domenicale, finanziaria ed economica, stampa professionale, specializzata e per il grande pubblico vengono notificate come segue:**

- abbonamenti pagati per intero
- abbonamenti scontati (sconto max. 50%)
- abbonamenti obbligatori
- vendita singola (sconto max. 50%)
- altra vendita, abbonamenti e vendita singola (sconto max. 80%)

**Tiratura venduta**

- abbonamenti gratuiti

**Tiratura gratuita**

**UC Free Views**

**Le cifre di tiratura delle non repliche della stampa quotidiana, stampa settimanale regionale, stampa domenicale, finanziaria ed economica, stampa professionale, specializzata e per il grande pubblico vengono notificate come segue:**

**tiratura venduta (download pagati)**

**tiratura gratuita (accessi/download gratuiti)**

## 5.8 Pubblicazione delle cifre di tiratura

**Le cifre di tiratura delle testate di organizzazioni di pubblica utilità, società e associazioni vengono notificate come segue:**

- abbonamenti dei membri e/o
  - abbonamenti dei donatori
- Subtotale
- esemplari gratuiti (max. 5% del subtotale)

**Tiratura membri/ donatori**

**Tiratura gratuita**

**Tiratura cumulativa**

**Gli esemplari-giustificativo, per l'archivio, residui e destinati al macero, nonché la tiratura di stampa, non rientrano nella tiratura certificata, ma devono comunque essere notificati ai fini di controllo.**

Le cifre di tiratura certificate delle testate delle tipologie da 1000 a 4000 soddisfano in primo luogo le esigenze informative del settore pubblicitario. Vengono rese note annualmente dalla REMP il 1° settembre su un bollettino consultabile pubblicamente e sul sito [www.remp.ch](http://www.remp.ch) («Publication»).

Cifre di tiratura pubblicate: **tiratura stampata**

**Tiratura diffusa**

- **Tiratura venduta**
  - abbonamenti pagati per intero/ scontati (sconto max. 50%)
  - abbonamenti obbligatori
  - vendita singola, incl. i box aperti (sconto max. 50%)
  - altra vendita, abbonamenti e vendita singola (sconto max. 80%)
  - esemplari gratuiti (max. 5%)
- **Tiratura gratuita**
- **Tiratura cumulativa**

Cifre di tiratura pubblicate: **repliche**

**Tiratura diffusa**

- **Tiratura venduta**
  - abbonamenti pagati per intero/ scontati (sconto max. 50%)
  - abbonamenti obbligatori
  - vendita singola, (sconto max. 50%)
  - altra vendita, abbonamenti e vendita singola (sconto max. 80%)
- **Tiratura gratuita**
- **UC Free Views**



## 5.9 Utilizzo delle cifre notificate

Cifre di tiratura pubblicate: **non repliche**

### Tiratura diffusa

- **tiratura venduta**
- **tiratura gratuita**

Le cifre di tiratura delle non repliche vengono rilevate e pubblicate separatamente, ma non calcolate nel totale della tiratura diffusa costituito dalla tiratura stampata e da quella delle repliche.

Cifre di tiratura pubblicate: **tiratura membri / donatori**

- abbonamenti dei membri e/o dei donatori
- esemplari gratuiti (max. 5% del subtotale)

### Tiratura membri / donatori

#### Tiratura gratuita

#### Tiratura cumulativa

Se le cifre di tiratura sono state pubblicate dalla REMP, nella comunicazione il cliente può definire la nuova tiratura – indicando il periodo di rilevamento – come «certificata REMP/CS».

Il cliente è altresì autorizzato a utilizzare il marchio «certificato REMP/CS».

Il marchio può essere ordinato in forma elettronica alla REMP (e-mail: [auflage@wemf.ch](mailto:auflage@wemf.ch)).

Nella documentazione relativa alle tariffe devono essere indicati tutti i dettagli come previsto al punto 5.8 «Pubblicazione delle cifre di tiratura».

Nel colophon vanno indicate la tiratura diffusa e quella effettivamente venduta.

Esempio: tiratura diffusa: 100 000 esemplari  
di cui tiratura venduta: 80 000 esemplari

## 5.10 Conferme

Per tutte le testate certificate REMP/CS viene emessa un'attestazione.

## 5.11 Validità della certificazione della tiratura

La certificazione della tiratura REMP/CS è valida un anno dalla pubblicazione da parte della REMP (ossia fino al **31 agosto** dell'anno successivo). Se entro il **30 giugno** dell'anno successivo il cliente non presenta una nuova autodichiarazione, la tiratura certificata perde la propria validità e decade quindi il diritto a utilizzare la dicitura «certificato REMP/CS». Lo stesso vale nel caso in cui l'autodichiarazione sia incompleta o consegnata in ritardo.

Se dopo la pubblicazione la REMP individua un errore in relazione alla tiratura certificata di una testata, effettua gli adattamenti necessari nella sua pubblicazione online e invita il cliente a utilizzare le cifre corrette da quel momento in poi.

## 6 CERTIFICAZIONE PROVVISORIA

### 6.1 Condizioni

Possono ricevere la certificazione provvisoria (d'intesa con la REMP) le tirature di nuove testate nonché di testate che hanno subito importanti modifiche della forma redazionale, ad es.

- modifica del nome della pubblicazione
- modifica sostanziale del contenuto
- modifica sostanziale della veste editoriale (design)
- riposizionamento sul mercato
- modifica sostanziale della periodicità
- fusione (quota della testata/delle testate oggetto della fusione superiore al 20% nella nuova tiratura); (non cumulabile nella fusione di più testate)
- modifiche sostanziali della regione di diffusione per le testate distribuite gratuitamente

Una tiratura può ricevere la certificazione definitiva, se la testata è presente sul mercato nella rispettiva forma redazionale da almeno dodici mesi (= un periodo di rilevamento).

### 6.2 Obbligo di notifica/validità

La notifica delle cifre di tiratura provvisorie avviene al più tardi entro il **30 giugno**. Il cliente può utilizzare le cifre di tiratura nei confronti di terzi a partire dalla pubblicazione da parte della REMP fino alla pubblicazione dell'anno successivo.

### 6.3 Periodo di rilevamento

Una tiratura è «certificata provvisoriamente» quando, in base al presente regolamento, viene conteggiata per tre mesi consecutivi (esempio: gennaio, febbraio, marzo) risp. tre edizioni consecutive per le testate pubblicate con una frequenza minore a una volta al mese.

La REMP calcola la tiratura media sulla base dei tre valori singoli dei mesi rispettivamente delle edizioni.

### 6.4 Pubblicazione delle cifre di tiratura

La pubblicazione delle cifre di tiratura provvisorie certificate avviene insieme e analogamente a quelle della certificazione ordinaria delle altre testate, tuttavia con l'annotazione «certificazione provvisoria», in internet e nel bollettino delle tirature.

Anche il cliente è obbligato a utilizzare la designazione «certificazione provvisoria REMP/CS».

### 6.5 Edizioni complessive

Se una delle testate inserite viene certificata provvisoriamente, tutte le testate dell'edizione complessiva vengono certificate provvisoriamente.

### 6.6 Costi

I costi della certificazione provvisoria corrispondono a quelli della certificazione ordinaria. Fa stato il listino prezzi in vigore al momento.

## 7 CERTIFICAZIONE INTERMEDIA

### 7.1 Condizioni

Il cliente ha la possibilità di far eseguire dalla REMP una certificazione intermedia, allo scopo di potersi presentare rapidamente sul mercato pubblicitario con le cifre di tiratura attuali anche **al di fuori del periodo di rilevamento**, nel caso di nuove testate, fusioni, riunioni di varianti locali ecc.

### 7.2 Obbligo di notifica/validità

La notifica delle cifre di tiratura avviene d'intesa con la REMP. Il cliente può utilizzare le cifre di tiratura nei confronti di terzi a partire dalla delibera da parte della REMP fino alla pubblicazione ordinaria o provvisoria della tiratura nell'anno successivo.

### 7.3 Periodo di rilevamento

La certificazione intermedia si basa sulle cifre di tiratura rilevate, conformemente a questo regolamento, negli ultimi tre mesi rispettivamente nelle ultime tre edizioni, per testate pubblicate con frequenza inferiore al mese.

La REMP calcola la tiratura media sulla base dei tre valori singoli dei mesi rispettivamente delle edizioni.

### 7.4 Pubblicazione delle cifre di tiratura

Le cifre di tiratura di una certificazione intermedia vengono pubblicate separatamente in internet, ma analogamente alla certificazione ordinaria, indicando la motivazione.

Anche il cliente è obbligato a utilizzare la designazione «Certificazione intermedia REMP/CS».

### 7.5 Edizioni complessive

Le singole testate di un'edizione complessiva possono far eseguire una certificazione intermedia. Le cifre di tiratura della certificazione ordinaria o provvisoria dell'edizione complessiva non vengono modificate.

Se il cliente intende integrare nelle cifre di tiratura dell'edizione complessiva le cifre di tiratura della testata, che ha ricevuto una certificazione intermedia, allo scopo di presentarsi sul mercato pubblicitario, in tal caso tutte le testate riunite nell'edizione complessiva devono essere sottoposte a certificazione intermedia. Ciò per evitare la somma e il paragone di cifre di tiratura provenienti da periodi di rilevamento diversi.

### 7.6 Costi

I costi per la certificazione intermedia sono elencati nel rispettivo «Listino prezzi per le certificazioni intermedie».

## 8 VERIFICA DELLA TIRATURA NOTIFICATA

Il cliente si impegna a far controllare le cifre di tiratura autodichiarate dalla REMP o da una società di revisione incaricata dalla REMP.

Ai fini di controllare le cifre di tiratura, viene concordato un termine con il cliente. Una volta fissato, il termine può essere spostato solo in caso di eventi gravi involontari. Se la persona responsabile non può essere presente, il cliente deve incaricare un sostituto. Se ciò non fosse possibile e il controllo deve pertanto essere rimandato, la REMP fattura le spese supplementari che ne derivano.

Ai fini della verifica dei dati forniti e dell'autodichiarazione del cliente, è necessario presentare all'incaricato della verifica **tutta** la documentazione pertinente, ad es. (l'elenco non è esaustivo):

### 8.1 Per abbonamenti pagati e gratuiti, esemplari dei membri e donatori nonché tiratura cumulativa

- Documentazione contabile riguardante gli abbonamenti
- elenchi degli abbonati e dei collaboratori nonché liste relative alla distribuzione gratuita
- elenchi delle password per le repliche e le non repliche
- distinte d'impostazione per giornali (distinte postali)
- liste risp. conteggi di spedizione
- descrizioni dei percorsi
- elenchi postali delle economie domestiche
- conteggi delle organizzazioni dei distributori
- ricevute dei salari dei distributori
- elenco degli esemplari ritirati direttamente
- elenchi dei destinatari
- contributi complessivi dei membri/entrate derivanti da donazioni
- bollettini di consegna firmati
- statistiche di offerenti terzi (Apple, Android, **Media Carrier** ecc.) per prodotti di stampa digitale
- **Logfile per prodotti di stampa digitale**
- pagamenti in entrata per prodotti di stampa digitale

### 8.2 Per la vendita singola

- Conteggi con le ditte di distribuzione giornali e librerie (bollettino di consegna, notifica delle restituzioni e delle differenze)
- fatture agli acquirenti di esemplari multipli
- statistica annuale (richiedere a Valora/Naville/Melisa)
- statistiche di offerenti terzi (Apple, Android ecc.) per prodotti di stampa digitale
- pagamenti in entrata per prodotti di stampa digitale

### 8.3 Per la vendita ambulante

- Liste per il ritiro e conteggi
- giustificativi di pagamento

### 8.4 Per la vendita allo sportello

- Libro di cassa e/o altre registrazioni

### **8.5 Per la vendita nelle cassette risp. self service**

- Liste di spedizione delle forniture lorde
- giustificativi degli esemplari invenduti risp. ritirati
- giustificativi degli importi ricevuti risp. dei ricavi di vendita

### **8.6 Per la tiratura di stampa**

- Conteggi/ordini di stampa, cartellette con la documentazione dell'ordine

### **8.7 Altra documentazione**

Se necessario, l'incaricato della verifica può chiedere di visionare ulteriori documenti oltre a quelli sopra riportati.

### **8.8 Operazioni reciproche**

Se la tiratura dichiarata dal cliente si basa totalmente o parzialmente su un'operazione reciproca, le fatture e gli accordi relativi a questa operazione reciproca devono essere presentati spontaneamente e integralmente. La violazione di questo obbligo di trasparenza può avere conseguenze penali.

### **8.9 Documentazione mancante**

Se non è possibile eseguire la verifica di una testata per mancata presentazione della documentazione o se questa risulta incompleta viene fissato un nuovo termine. L'onere supplementare che ne deriva viene fatturato dalla REMP.

Se la verifica di una testata delle tipologie da 1000 a 4000 non può essere conclusa entro la data di pubblicazione stabilita dalla REMP, non viene più considerata certificata. Di conseguenza il cliente non può più designare la tiratura come «certificata REMP/CS».

### **8.10 Obbligo di conservazione**

Tutta la documentazione utilizzata ai fini dell'autodichiarazione dev'essere conservata per almeno tre anni.

## 9 CORREZIONI

Se dalla verifica emerge una differenza rispetto all'autodichiarazione, viene eseguita una correzione, anche se la differenza non era stata individuata l'anno precedente. Il cliente non ha il diritto di diffondere le cifre di tiratura inesatte.

## 10 SANZIONI

Il cliente è tenuto a pagare una pena convenzionale di CHF 50 000.– per ogni testata, nel caso di tentativo da parte sua o di persone da lui incaricate di falsificare le effettive cifre di tiratura, presentando intenzionalmente cifre false oppure nel caso di mancata presentazione spontanea e integrale di tutte le fatture e di tutti gli accordi (cfr. punto 8.8) relativi alle operazioni reciproche sulle quali si basa, interamente o parzialmente, la tiratura dichiarata dal cliente.

Il cliente è tenuto a pagare una pena convenzionale di CHF 5000.– per ogni testata, nel caso di tentativo da parte sua o di persone da lui incaricate di utilizzare la designazione «certificata REMP/CS» per una tiratura che non ha (più) i requisiti per essere designata come tale o di utilizzare nei confronti di terzi le cifre di tiratura prima della pubblicazione da parte della REMP.

In caso debba essere inflitta una delle succitate sanzioni, il cliente viene escluso dalla procedura per ottenere la certificazione della tiratura della REMP per i successivi tre periodi di rilevamento.

Qualora vengano violate altre disposizioni del presente regolamento, la REMP ha facoltà di escludere la testata in questione dalla successiva procedura per l'ottenimento della certificazione. Nel prendere questa decisione la REMP tiene conto in particolare della gravità della violazione al regolamento.

## 11 OPPOSIZIONI

Eventuali opposizioni contro le decisioni adottate ai sensi del presente regolamento vanno indirizzate a:

KAV Kommission für Auflage und Verbreitung  
c/o WEMF AG für Werbemedienforschung  
Bachmattstrasse 53  
8048 Zurigo

Dopo aver chiarito la fattispecie, la KAV comunicherà per iscritto al cliente la propria decisione. La decisione della KAV è definitiva.

## 12 ENTRATA IN VIGORE

In seguito alla decisione del Consiglio di Amministrazione della REMP, il presente regolamento entra in vigore il 1° maggio 2017. È applicabile a partire dal periodo di rilevamento aprile 2017 – marzo 2018 e sostituisce ogni precedente regolamentazione.