

## ART. 2 Definizioni

Le Parti individuano le seguenti definizioni allo scopo di indicare la corretta interpretazione dei termini contenuti nel presente Accordo e definire ruoli e funzioni degli operatori della filiera della produzione, della distribuzione e della diffusione del prodotto editoriale quotidiano e periodico.

### Buono (sconto o omaggio)

Per buono (sconto o omaggio) si intende un *coupon* stampato dall'editore o da un'azienda autorizzata dallo stesso che consente all'acquirente di ritirare, presso la rivendita, un quotidiano o un periodico. Il buono può coprire parzialmente (sconto) o totalmente (omaggio) il prezzo al pubblico del prodotto editoriale cui lo stesso fa riferimento e per tale valore viene accreditato nel primo estratto conto utile.

### Carta da collezione

Per carta da collezione si intende il singolo elemento illustrativo non destinato ad integrare un periodico ma, eventualmente, destinato ad un mero raccoglitore. Tale prodotto, di norma commercializzato in bustine, deve essere comunque registrato come periodico.

### Circuito distributivo

Per circuito distributivo si intende la filiera del settore composta dagli editori, dalle aziende che svolgono l'attività di distribuzione nazionale e locale e dai punti di vendita.

### Codice a barre

Per codice a barre si intende la rappresentazione grafica del corrispettivo numerico che permette, tramite lettura ottica, l'identificazione univoca della singola uscita del prodotto così come si presenta per la messa in vendita.

Lo *standard* prescelto dalla filiera è la struttura *EAN 13* con aggiunta di un *Add On* di cinque cifre.

### Compiegamento

Per attività di compiegamento (o abbinamento) si intende l'operazione di unione preventiva alla messa in vendita di due pubblicazioni o della pubblicazione di riferimento con i relativi inserti.

Distributore locale

Per distributore locale si intende l'impresa che, a livello locale, effettua la distribuzione di prodotti editoriali quotidiani e periodici.

Distributore nazionale

Per distributore nazionale si intende l'impresa che, a livello nazionale, effettua la distribuzione di prodotti editoriali quotidiani e periodici.

Distribuzione locale

Per attività di distribuzione locale si intende l'attività distributiva dei prodotti editoriali quotidiani e periodici svolta nei confronti della rete di vendita direttamente dall'editore o dai distributori incaricati dall'editore o dal distributore nazionale.

Editore

Per editore si intende l'Azienda che realizza il prodotto editoriale e svolge l'attività quale proprietaria del prodotto fino al momento della vendita dello stesso al lettore. L'editore può anche svolgere l'attività di distribuzione.

Figurina

Per figurina si intende un elemento illustrativo (di norma stampato) destinato ad integrare un periodico (*album*) attraverso una numerazione prestabilita dall'editore. Di norma le figurine sono commercializzate in bustine.

Inserti

Per inserti si intendono i supplementi, i supporti integrativi (*esempio: VHS, DVD o CD*) e gli altri beni ceduti unitamente alle pubblicazioni di riferimento non dotati di diffusione e prezzo di vendita autonomi.

Materiale promozionale

Per materiale promozionale si intende il materiale destinato alla promozione del prodotto editoriale da consegnare all'acquirente (*esempio: cartoline per giochi a premi*).

Permanenza

Con il termine permanenza si intende il lasso di tempo nel quale la rivendita deve assicurare la messa in vendita del prodotto editoriale nelle modalità indicate dall'editore, curandone la migliore esposizione possibile.

Prezzo defiscalizzato.

Per prezzo defiscalizzato si intende il prezzo di vendita al pubblico del prodotto editoriale a cui viene sottratta una percentuale di defiscalizzazione definita dalle Parti contraenti il presente Accordo con protocollo separato. Sul prezzo defiscalizzato vengono calcolati gli sconti pattuiti.

Prezzo di vendita al pubblico

Per prezzo di vendita al pubblico si intende il prezzo del prodotto definito dall'editore. Tale prezzo, nel caso di prodotti in confezione, deve essere indicato in maniera visibile. In caso di prodotti da compiersi a cura del rivenditore la quota parte del prezzo di vendita dei singoli componenti dell'offerta editoriale dovrà essere indicata sugli stessi, oppure, nel caso di offerta editoriale indivisibile obbligatoria, su uno solo dei componenti, in entrambi i casi sempre in maniera visibile.

Prodotto collezionabile

Per prodotto collezionabile si intende la pubblicazione periodica di durata di norma predeterminata e destinata alla composizione di una collana editoriale avente carattere omogeneo per argomento.

Prodotto editoriale

Il prodotto editoriale quotidiano e periodico immesso nella rete di vendita deve corrispondere alla definizione di cui all'art. 1 della legge 62/01 e assolvere agli obblighi di cui al combinato disposto degli articoli 2 e 5 della legge 47/48 salvo quanto stabilito dall'articolo 16 della legge 62/01.

Le norme stabilite nel presente Accordo si applicano ai prodotti editoriali quotidiani e periodici e non ai prodotti:

- a) non considerati quotidiani o periodici dalle vigenti norme;
- b) che giungano alle Rivendite non in base ai modelli negoziali descritti nel preambolo;
- c) non editoriali.

Nel presente Accordo il prodotto editoriale quotidiano e periodico viene, per brevità, altresì definito "prodotto editoriale", "pubblicazione" o "prodotto".

Il prodotto corredato dai relativi inserti o composto da pubblicazioni di norma vendute in forma autonoma e avviate separatamente al punto vendita costituisce, nella messa in vendita, un'offerta editoriale indivisibile: opzionale, qualora l'acquirente possa scegliere tra una o più proposte, oppure obbligatoria.

#### Prodotto ricopertinato

Per prodotto ricopertinato si intende un prodotto editoriale singolo o composto da un insieme di diversi numeri della stessa testata fisicamente legati o assemblati e dotato di una nuova copertina. Nel caso di prodotto composto è necessaria una registrazione autonoma.

#### Prodotto ridistribuito

Per prodotto ridistribuito si intende il prodotto immesso nuovamente nel circuito distributivo nella medesima area geografica. A tale categoria appartiene anche il prodotto costituito da confezioni (busta o altro contenitore) di diversi numeri della stessa pubblicazione o di pubblicazioni diverse già immessi precedentemente nel circuito distributivo in forma commerciale singola o accorpata. In questa categoria non rientrano i prodotti sottoposti a *test*.

#### Remunerazione

La remunerazione è costituita dagli sconti e dai sovrasconti riconosciuti ai rivenditori per l'attività di vendita.

#### Ristampe

Per ristampe si intendono le nuove stampe di periodici o di offerte editoriali avviati alla vendita nel primo periodo di vita commerciale e le nuove stampe di periodici o di offerte editoriali che recano, stampati sulla copertina (non mediante adesivi, bollini o sticker ovvero ancora quando l'indicazione "ristampa" sia stampata su supporto cartaceo diverso da quello della pubblicazione), l'indicazione "ristampa" e un nuovo codice a barre.

#### Rivendita

Per rivendita si intende il punto di vendita esclusivo di quotidiani e periodici come definito dal decreto legislativo 170/01.

#### Sottotitolo

Qualora la scritta di maggiore visibilità che contraddistingue il prodotto editoriale differisca dal titolo, la stessa deve essere indicata nei documenti di fornitura e richiamo resa come "sottotitolo".

#### Supplemento autonomo

Il supplemento autonomo viene avviato alla vendita come supplemento dotato di diffusione e prezzo autonomi rispetto alla pubblicazione di riferimento.

Titolo

Per titolo di una pubblicazione si intende la testata registrata dall'editore. Di norma il titolo coincide con la scritta di maggiore visibilità che contraddistingue il prodotto editoriale.