



ABC

ABC HRVATSKA d.o.o.

Audit Bureaux
of Circulation

Standardi izvještavanja
za plaćena izdanja tiskovina
ver 3.0. 2014.

STANDARDI IZVJEŠTAVANJA 2014.

ZA REVIZIJU PRODANE NAKLADE TISKANIH MEDIJA

(RANIJE PRAVILA I PROCEDURE)

ABC HRVATSKA

1. UVOD

Audit Bureaux of Circulation Hrvatska (u daljnjem tekstu ABC) je tripartitan sustav, izdavača, oglašivača i marketinških agencija. Cilj ABC-a je da, na osnovi naklade, omogući izdavačima uspješniju prodaju oglasnog prostora, a oglašivačima i agencijama ponudi istinite i relevantne podatke za efikasnije ulaganje u oglašavanje u tiskanim medijima. Revizija naklade će se provoditi na osnovu utvrđenih standarda izvještavanja i procedura koje propisuje Svjetska udruga nacionalnih revizora naklade - International Federation of Audit Bureaux of Circulation (IFABC).

Ovi Standardi izvještavanja primjenjuju se na izdanja koja se prodaju. Na izdanja koja se distribuiraju besplatno, primjenjuju se Standardi izvještavanja za besplatna izdanja.

ZNAČENJE POJMOVA

U ovom dokumentu sljedeći pojmovi imaju ova značenja:

Povratnica

Dokument koji popunjava nakladnik medija i u koji on unosi podatke o svojim izdanjima koja su predmet revizije (ranije Standardni certifikat naklade SCN).

Izjava izdavača o nakladi (IIN)

Dokument koji je nakladnik obavezan dostaviti ABC-u prije početka revizije, forma u prilogu broj 1.

Prodana naklada (PN)

Broj primjeraka medija koji se dobije kada se od otisnute naklade oduzme broj svih neprodanih i diskvalificiranih primjeraka jednog izdanja.

Elektronsko izdanje (EI)

Primjerak tiskovine prodan u elektronskoj formi, utvrđuje se prema Standardima izvještavanja za digitalna izdanja.

ABC certifikat

Dokument koji se izdaje po završenoj ABC reviziji i sadrži revidirane podatke o prodanoj nakladi pojedinog izdanja.

Osnovna cijena medija (OCM)

Osnovna cijena medija je cijena po kojoj se revidirani medij može normalno kupiti u slobodnoj prodaji.

Diskvalificirani primjerci

Primjerci medija koji su prema ABC propisima izuzeti iz PN-a.

Slobodna prodaja i Ostala komadna prodaja

Primjerci medija koji se prodaju preko veleprodaje i/ili maloprodaje (kiosci, ulična prodaja i slično), ili komadna prodaja direktno kupcima.

Pojedinačna pretplata (P)

Naručeni, plaćeni i distribuirani primjerci izdanja.

Paketna prodaja (PP)

Prodaja medija u količinama većim od 10 primjeraka, koje nakladnik pod posebnim uvjetima redovito prodaje.

Kontrolirani besplatni primjerci (KBP)

Primjerci medija koji se redovito besplatno šalju pojedincima na adrese, prema odobrenoj listi od ABC-a.

Nekontrolirani besplatni primjerci (NBP)

Primjerci koji se povremeno besplatno dostavljaju na adrese pojedinaca ili tvrtki, a za koje izdavač ima poslovni interes.

Preliminarni podaci

Broj otisnutih primjeraka te prognoza prodaje koja se daje u kratkom vremenu od puštanja izdanja u prodaju.

Kalendar

Određeni datumi u mjesecima, kada je potrebno predati Povratnice, te datumi kada su dostavljeni podaci o nakladama dostupni članstvu.

2. DINAMIKA I RASPROSTRANJENOST

2.1

ABC Hrvatska definira osnovnu podjelu tiskanih medija, prema dinamici izlaženja izdanja te prostora na kojem se oni distribuiraju ili prodaju.

2.2.

Na osnovi dinamike izdanja mogu biti: dnevna (pet do sedam puta tjedno), tjedna, dvotjedna (svakih četrnaest ili petnaest dana), mjesečna, dvomjesečna (svakih šezdeset dana izlaženja), kvartalna (svakih devedeset dana izlaženja), polugodišnja, godišnja ili izdanja koja izlaze samo jednom.

2.3.

Po zemljopisnoj rasprostranjenosti tiskani se mediji dijele na:

- Regionalne – izdanja koja se distribuiraju i prodaju u jednom gradu ili jednom dijelu Hrvatske
- Nacionalne – izdanja koji se distribuiraju i prodaju na prostoru cijele Hrvatske
- Regionalne – izdanja koja se distribuiraju i prodaju na prostoru Hrvatske i država bivše Jugoslavije
- Međunarodne – koji se distribuiraju i prodaju na prostoru Hrvatske, na prostoru zemalja exYU, i u nekoj od država s kojom Hrvatska ne graniči

3. IZVJEŠTAVANJE

3.1.

Svaki izdavač koji je član ABC-a i ima registrirano izdanje u ABC sustavu, obavezan je za njega, redovito, za svaki izdani broj, izdati Povratnicu - (raniji naziv Standardni certifikat naklade SCN).

3.2.

Povratnica je obavezan dokument (obrazac u elektronskoj formi), koji sadrži sljedeće podatke:

- Tiskanu nakladu
- Broj primjeraka prodanih u slobodnoj prodaji
- Broj primjeraka prodanih putem pojedinačne pretplate
- Broj primjeraka prodanih putem grupne pretplate
- Broj primjeraka prodanih putem paketne prodaje
- Broj kontroliranih besplatnih primjeraka
- Broj nekontroliranih besplatnih primjeraka
- Remintendu
- Broj diskvalificiranih primjeraka
- Ukupan broj prodanih primjeraka po broju
- Broj stranica, broj oglasnih stranica

3.3.

Podaci koje obuhvaća Povratnica trebaju biti rasčlanjeni prema geografskim podjelama iz članka 2.3. Do daljnjeg, ABC ne prati prodaju unutar Hrvatske po regijama, nego u cjelini.

3.4.

Izdavač je obavezan, tijekom trajanja ugovora za reviziju određenog medija, ABC-u dostavljati izvješća za svaki sljedeći broj izdanja u okviru ugovorenog razdoblja revizije.

Izdavač dostavlja Povratnicu isključivo na obrascu koji prima od ABC-a, odnosno unošenjem podataka u odgovarajući elektronski obrazac na internet stranicama ABC-a.

3.5.

Izdavači dostavljaju Povratnicu sukladno ABC kalendaru, i to:

- za sva izdanja koja izlaze mjesečno i češće - jednom mjesečno
- za izdanja s rjeđom dinamikom izlaska - sukladno dinamici izlaženja, a najmanje jednom godišnje
- za inicijalnu reviziju, prilikom potpisa ugovora, za proteklih 6 odnosno 12 mjeseci (najkasnije 15 dana od potpisa ugovora)

4. REVIZIJA

4.1.

Prilikom učlanjenja, izdavač sklapa s ABC-om i ugovor o reviziji naklade barem jednog svog izdanja. Ugovor definira temelje suradnje između izdavača i ABC-a tijekom revizije.

4.2.

Prije potpisivanja ugovora, a nakon primitka pristupnice, ABC će po svom nahođenju:

- kontaktirati izdavača i predložiti datum za održavanje pripremnog sastanaka,
- zatražiti dodatnu dokumentaciju kako bi provjerili mogućnosti provedbe revizije prijavljenog izdanja na kojem će se utvrditi svi detalji procesa revizije naklade.

4.3.

Nakon potpisivanja ugovora o reviziji naklade i uplate troškova revizije, ABC će kontaktirati izdavača i predložiti termin održavanja pripremnog sastanka na kojem bi se utvrdili svi detalji procesa revizije naklade.

Nakon održanog sastanka, poslat ćemo izdavaču pismo o preuzimanju obaveze revizije, koje opisuje obostrane obaveze u procesu revizije.

Ako ABC ne pošalje pismo o provedbi revizije, podrazumijeva se da navedeno izdanje nije moguće revidirati, ugovor o njegovoj reviziji se raskida, a izdavaču se vraćaju uplaćena sredstva za to izdanje.

4.4.

Izdavači medija s dnevnom i tjednom dinamikom prolaze redovnu reviziju dva puta godišnje, a ostali jednom. Prva godišnja revizija za dnevni i tjedni tisak obavlja se u svibnju za polugodište koje završava u ožujku (1.10. do 31.3.), dok se druga revizija za dnevni i tjedni tisak obavlja u studenom, za polugodište koje završava u rujnu (1.4. do 30.9.). Revizija za dvotjednike, mjesečnike i tisak koji izlazi rjeđe, obavlja se jednom godišnje, u studenom za proteklu godinu (1.10. do 30.9.).

4.5.

ABC će kontaktirati izdavača i predložiti datum za provođenje revizije, unutar redovnog ABC kalendara revizija. Termin se usaglašava i konačno utvrđuje u rujnu za revizije u studenom te u ožujku za revizije u svibnju. Usaglašen termin revizije je fiksan i može se promijeniti samo u slučaju više sile.

4.6.

Inicijalna revizija obavlja se prilikom uključivanja pojedinog izdanja u ABC. Dodatna revizija može se obaviti na zahtjev izdavača. Ponavljanje revizije obavlja se sukladno Pravilniku ABC-a.

4.7.

Ukoliko izdavač nikada nije revidirao svoja izdanja i to čini prvi put ili želi nastaviti reviziju nakon prestanka, dostavlja ABC-u podatke za proteklo razdoblje (dnevnicu i tjednicu 6 mjeseci, ostali godinu dana) te prolazi inicijalnu reviziju.

Nakon toga nastavlja izvještavati i uklapa se u kalendar ABC-a s obzirom na svoju dinamiku izlaženja i to tako da iduću reviziju obavlja u prvom terminu prema svojoj dinamici izlaženja.

4.8.

Ukoliko se izdanje tek počelo izdavati (novi naslov) ili je postojeće izdanje u znatnoj mjeri promijenilo izgled ili format, inicijalna revizija moguća je nakon 3 mjeseca od početka izlaženja, odnosno implementiranih promjena. Za izdanja koja izlaze rjeđe od jednom mjesečno, taj rok je 6 mjeseci.

4.9.

Prije početka svake revizije, izdavač dostavlja ABC-u Izjavu izdavača o nakladi (IIN). Revizija neće biti obavljena ukoliko nisu podmireni troškovi revizije.

4.10.

Prije početka revizije, izdavač mora dostaviti ABC-u, sukladno kalendaru ABC-a, Povratnicu za sva razdoblja obuhvaćena revizijom.

4.11.

Ukoliko izdavač, do roka određenog kalendarom ABC-a, ne dostavi ABC-u traženi IIN, odnosno Povratnicu, revizija tog izdanja bit će odmah obustavljena, a ABC će raskinuti ugovor o reviziji naslova i zadržati uplaćeni novac za reviziju.

4.12.

Kada su IIN i Povratnica dostavljeni u roku i kompletni, ABC počinje sa procesom revizije primljenih podataka.

4.13.

U skladu sa Statutom, Pravilnikom i Standardima izvještavanja, ABC ima ovlaštenja tražiti i revidirati svaki dokument koji je vezan uz nakladu lista koji se revidira.

4.14.

Svi detalji o svakom primjerku izdanja, tiskanom i distribuiranom u toku vremenskog razdoblja revizije, bez obzira je li izdanje tiskano kod nakladnika ili izvan njega, moraju se staviti na raspolaganje revizorima. Zahtjev revizora može uključivati ugovore, ulazne i izlazne račune, ostalu računovodstvenu dokumentaciju, financijske dokumente, naloge za tisak, izvješća o kupovini i potrošnji papira i druge dokumente. Računi ispostavljeni od tiskare moraju sadržavati naziv publikacije, otisnutu nakladu i vrijeme isporuke.

4.15.

Na zahtjev revizora, izdavač je obavezan staviti na uvid bilo koji dokument koji ima veze sa bilo kojom kategorijom dostavljenih podataka u Izvještaju o nakladi i IIN-u.

4.16.

Ukoliko revizor tijekom revizije uoči nedostatke u dokumentaciji ili bilo koje drugo odstupanje, o tome će odmah pismeno obavijestiti izdavača i ABC ured. Obavezan sadržaj takve obavijesti je i rok u kojem se navedeni nedostaci moraju otkloniti, odnosno pribaviti tražena dokumentacija ili učiniti druga radnja opisana u pismu.

4.17.

Po obavljenoj reviziji, ABC certifikat se prvo dostavlja izdavaču na uvid, a nakon toga postaje dostupan svim članovima ABC-a putem Interneta na adresi www.abchrvatska.hr, u godišnjaku ABC Hrvatska i ostalim izdanjima ABC Hrvatska.

Ukoliko je revizija završila neuspješno, na način da revizor nije uspio potvrditi naklade iz Povratnica / utvrditi stvarne naklade po kategorijama, ABC šalje izdavaču izvještaj o neuspješno provedenoj reviziji.

4.18. Jedan primjerak svakog broja publikacije, odmah po objavi dostavlja se ABC uredu. Tijekom revizije, izdavač mora dostaviti revizoru na uvid primjerak svakog broja revidiranog izdanja objavljenog u vremenskom razdoblju koje obuhvaća revizija.

4.19. Izdavač je obavezan po potrebi osigurati prostoriju u kojoj će revizor obaviti kontrolu i obradu potrebne dokumentacije. Revizija se može obavljati u poslovnim prostorima izdavača, distributera ili tiskare. U dogovoru s revizorom, reviziju je moguće obaviti i u prostorijama revizora uz dostavu dokumenata od strane izdavača.

4.20. U slučaju porasta ili smanjenja naklade većeg od 20% u odnosu na prethodni broj, ABC zadržava pravo obaviti trenutnu, izvanrednu reviziju. Izdavač je dužan u roku od 24 sata dati cjelovit odgovor ukoliko mu ABC uputi pitanje vezano na bilo koje pokazatelje o nakladi koji odudaraju od prosjeka za to izdanje.

4.21. Redovna i inicijalna revizija obavljaju se sukladno cjeniku ABC-a prema dinamici izlaženja medija. Cijena dodatne revizije ugovara se posebno. Cijene terenske revizije za situacije opisane u 5.24 određuje ABC ured sukladno karakteru i zahtjevnosti potrebnih provjera.

4.22. Kontrolna revizija obavlja se po nalogu Upravnog odbora, nakon inicijalne ili redovne revizije, u slučaju potrebe za njihovom dodatnom provjerom. Za tu vrstu revizije, procedure su definirane Pravilnikom ABC-a.

4.23. Ukoliko je nalaz revizije potvrdio podatke o nakladi dostavljene u Povratnicama ili su razlike nalaza i podataka unutar 0,5 %, objavit će se podatci o nakladi navedeni u Povratnicama. Ukoliko su odstupanja veća od 0,5%, podaci će biti korigirani i o tome će se obavjestiti članovi ABC-a.

4.24 Ukoliko izdavač namjerava distribuirati više od 5% prodane naklade u jednoj od sljedećih kategorija:

- paketa prodaja
- kontrolirani besplatni primjerci
- nekontrolirani besplatni primjerci

mora unaprijed o tome pismeno obavijestiti ABC ured kako bi dogovorili terensku provjeru (reviziju).

Posljedica neobavještanja/neizvršavanja obaveza tijekom revizije/ deklariranja netočnih podataka je nepriznavanje deklariranih količina u navedenim kategorijama tijekom cijelog revizijskog razdoblja.

5. OBJAVA PODATAKA

5.1. ABC će objavljivati podatke za izdanja koja su prošla reviziju, te koja redovito izvještavaju.

5.1. Podaci o kojima izdavači redovito izvještavaju, objavljuju se na sljedeći način:

- podaci o otisnutoj i prodanoj nakladi, za svaki broj tiskovine, objavljuju se za članove ABC-a putem web stranica ABC-a, jednom mjesečno, prema kalendaru
- revidirani podaci s mjesečnim prosjecima otisnute naklade te analizom prodane naklade dostupni su, kroz izdane certifikate, članovima ABC-a te bilo kom drugom, kome izdavač želi poslati svoj certifikat
- godišnjak ABC a i slična periodična izdanja
- ostale analize koje ABC provodi i objavljuje

5.2. Standardni certifikat prodane naklade sadrži:

- Opće podatke o izdavaču i izdanju
- Grafikon s trendom prodaje, geografsku rasčlambu prodaje, te mjesečne prosjeke prodaje po kategorijama prodaje navedenim u Povratnici
- Kazalo pojmova

5.3. Mješoviti certifikat sadrži više certifikata izdanih od strane ABC-a za izdanja označena istom robnom markom, koja se ne mogu revidirati po jednim Standardima izvještavanja.

5.4. Izgled certifikata dan je u prilogu 2.

6. PRODANA NAKLADA

6.1.

Utvrđivanje prodane naklade (PN) medija, koji sadrže oglase za svaki pojedinačni broj tog medija, je osnovni cilj ABC revizije. ABC utvrđuje broj tiskanih, distribuiranih i prodanih primjeraka svakog broja, svakog medija/naslova izdavača, koji je prihvatio reviziju i ušao u ABC proceduru revidiranja za unaprijed utvrđeno vremensko razdoblje.

6.2.

Za reviziju se ne mogu registrirati naslovi i izdanja o čijem broju tiskanih primjeraka, distribuciji i remitendi ne postoje dokazi, te ako dokazi nisu dostupni ili ako dokumentacija ne odgovara standardima i zahtjevima ABC-a.

6.3.

Broj tiskanih, distribuiranih i prodanih primjeraka se posebno utvrđuje za teritorij Hrvatske, a posebno za države u regiji (ex YU), te posebno za druge države u svijetu, u kojima se izdanje distribuira i prodaje. Konačan ishod revizije je izvješće po zemljama i regijama, u kojima se distribuira i prodaje izdanje koje se revidira.

6.4.

Mediji koji će se tijekom revizije tretirati kao jedno te isto izdanje, moraju sadržavati identične oglase na istim stranicama i u istoj veličini. Iznimka od ovog pravila su dnevne novine, u kojima se izdanja istog dana, za pojedine regije, mogu djelomično razlikovati. Iznimka su i izdanja koja u djelu naklade nose oglase za koje postoje zakonska ograničenja.

7. CIJENA TISKANOG MEDIJA

7.1.

Osnovna cijena medija (OCM) koju prihvaća ABC je ona cijena po kojoj se revidirani medij može kupiti u slobodnoj prodaji, za razliku od "promotivne cijene" koja se koristi u posebnim uvjetima i u limitiranom vremenskom razdoblju.

7.2.

Izdavač o promotivnim akcijama izvještava ABC ured u trenutku početka akcije.

7.3.

Za medije koji se prodaju u slobodnoj prodaji ABC prihvaća kao OCM onu cijenu po kojoj se najmanje 70% prodanih primjeraka medija prodaje u slobodnoj prodaji.

7.4.

OCM mora biti jasno naznačena na naslovnici svakog primjerka medija koji se revidira.

7.5.

Za medije koji se prodaju i u drugim državama, ABC dozvoljava da cijena medija bude različita od cijene medija u Hrvatskoj i taj se broj prodanih primjeraka uzima u obzir kod ABC revizije, pod uvjetom da cijena ovih primjeraka nije niža od cijene osnovnog izdanja za više od 50%. Medij mora imati istaknutu cijenu za svaku državu u kojoj se prodaje.

8. DISKVALIFICIRANI PRIMJERC I REMITENDA

8.1.

Primjerci medija koji se prema ABC propisima izuzimaju iz prodane naklade i iskazuju se posebno:

- Besplatni primjerci koji se dostavljaju osobama zaposlenima u mediju
- Kopije medija koje se šalju oglašivačima uz fakturu
- Primjerci koji ulaze u arhivu nakladnika
- Neprodani stari brojevi medija koji se čuvaju za naknadnu prodaju
- Vraćeni, a plaćeni primjerci (vraćena pretplata i sl.)
- svi ostali primjerci za koji ne postoji propisana dokumentacija da se mogu revidirati u nekoj od prodajnih kategorija
- primjerci za ABC i revizora

8.2.

Remitendom se smatraju svi neprodani primjerci pušteni u slobodnu prodaju. Neprodani primjerci postaju remitendom u trenutku izlaska idućeg broja.

8.3.

Svi primjerci medija koji su izdani i distribuirani prije zadnjeg izdanog broja smatraju se starim primjercima.

8.4.

Naknadna prodaja starih primjeraka nemože se unijeti u Izvještaj niti u Certifikat.

8.5.

Ukoliko se radi o značajnom broju naknadno prodanih starih primjeraka, ABC može temeljem izvanredne revizije utvrditi činjenično stanje i o tome Izdavaču sastaviti poseban izvještaj.

9. ANALIZA PRODANE NAKLADE

9.1.

Prodana naklada (u daljnjem tekstu PN) je broj primjeraka medija koji se dobije kada se od tiskane naklade oduzme broj svih neprodanih primjeraka jednog izdanja te diskvalificirani primjerci.

9.2.

U Povratnici i Certifikatu daje se sljedeća struktura otisnute (ili prodane) naklade:

- Slobodna prodaja
- Pojedinačna pretplata
- Grupna pretplata
- Paketna prodaja
- Kontrolirani besplatni primjerci
- Nekontrolirani besplatni primjerci

9.3.

Izdavač je obavezan za potrebe revizije Prodane naklade voditi odvojenu i kompletnu evidenciju o svim primjercima koji se uzimaju u obzir za vremensko razdoblje u kojem se naklada revidira, za primjerke prodane u Hrvatskoj, zemljama okruženja ili u svijetu.

10. KORIŠTENJE I ČUVANJE PODATAKA

10.1.

Izdavač mora pripremiti i čuvati sve podatke za svaki broj medija koji će biti subjekt revizije od strane ABC-a, a koji su predviđeni u Povratnici.

10.2.

ABC revizor mora imati kompletan i neograničen pristup svim dokumentima, financijskim podacima, kao i korespondenciji između izdavača i tiskare ili distributera, te drugoj korespondenciji koja dokazuje nakladu koju je izdavač prijavio u svojoj Povratnici.

10.3.

Izdavač mora omogućiti ABC revizoru uvid u sve podatke koji dokazuju stvarnu nakladu, a koji se čuvaju ili su privremeno kod trećih stranki, a koje su uključene u poslove oko tiskanja, distribucije i drugih aktivnosti nakladnika. To se odnosi na distributere, adresu, poštu, kompjutorski servis, narudžbe pretplate, baze podataka i slično. Odbijanje da se ovi podaci dostave na uvid ABC revizoru automatski vodi diskvalifikaciji ovog naslova iz procesa verifikacije.

10.4.

ABC revizija se oslanja isključivo na uvid u potpunu i originalnu dokumentaciju.

10.5.

Svi dokumenti koji se stave na raspolaganje ABC revizoru tretiraju se kao strogo čuvana poslovna tajna i osim na zahtjev organa države ne mogu se staviti na uvid trećim osobama. O ovim dokumentima se ni u kojoj formi ne može obavještavati treća strana, niti se u bilo kojoj formi smije kopirati, prepisivati, slati elektronskom poštom ili na drugi način o njihovom sadržaju obavještavati treća strana. Navedena poslovna tajna ne odnosi se na brojučane podatke o nakladi, koji su predmet revizije te kasnije objave.

10.6.

Sva financijska i druga dokumentacija, uključujući i dokumentaciju koja je kod treće strane, bilo financijska ili druga, a koja je potrebna za valjano revidiranje naklade, mora se čuvati sve dok se ne objavi ABC Certifikat. Svi podaci koji su potrebni za reviziju naklade u jednom vremenskom razdoblju, moraju se čuvati sve dok se ne primi Certifikat za sljedeće razdoblje.

11. SLOBODNA PRODAJA I OSTALA KOMADNA PRODAJA

11.1. Kategorija slobodne i komadne prodaje medija podrazumijeva primjerke medija koji se prodaju preko veleprodaje i/ili maloprodaje (kiosci, ulična prodaja i slično) ili komadne prodaje direktno kupcima. Prodaja direktno kolporterima ili kioscima se također smatra kao slobodna, komadna prodaja.

11.2. Slobodna prodaja se može ugovarati na osnovu povrata neprodanih primjeraka ili fiksne prodaje (bez povrata remitende).

“Prodaja sa povratom remitende” znači prodaju, kada se od ukupnog broja distribuiranih primjeraka iz maloprodaje vraća remitenda (neprodani primjerci), čiji se broj oduzima od broja distribuiranih primjeraka. Neprodani primjerci se u ABC Certifikatu unose pod stavkom “Remitenda”. Za potrebe ABC-a izdavač mora u ugovoru o prodaji na bazi remitende predvidjeti mogućnost utvrđivanja broja neprodanih primjeraka.

“Fiksna prodaja” znači da se nakladniku ne vraćaju neprodani primjerci, a nakladnik kupcu fakturira vrijednost ukupnog broja prodanih primjeraka. Ukoliko kupac ne izvjesti izdavača o remintendi, za potrebe izvještavanja unutar ABC sustava izdavač će kao remintendu za tu fiksnu prodaju obračunati prosječnu remintendu tog izdanja.

11.3. Za svaki primjerak koji se prodaje u slobodnoj prodaji, nakladnik je obavezan dostaviti dokaz o naplati prodanih primjeraka.

12. POJEDINAČNA PRETPLATA (P)

12.1. Pojedinačna pretplata obuhvaća naručene, plaćene i distribuirane primjerke izdanja, pravnim ili fizičkim osobama. Izuzetak je poklon pretplata koja ne mora biti naručena od pretplatnika.

12.2. Uplatu mora izvršiti pretplatnik – tvrtke ili zaposlenika tvrtke – na vremensko razdoblje od najmanje tri mjeseca. Izuzetak je poklon pretplata.

13. GRUPNA PRETPLATA (GP)

13.1. Grupna pretplata podrazumijeva pretplatu na dva i više primjerka jednog izdanja.

14. PAKETNA PRODAJA (PP)

14.1. Paketna prodaja podrazumijeva primjerke koje izdavač pod posebnim uvjetima redovito prodaje, obično aviokompanijama, hotelima i slično, u količinama većim od 10 primjeraka.

14.2. Primjerci koji se distribuiraju trećoj strani – distributeru – za naknadnu besplatnu distribuciju u avionima, vlakovima ili autobusima, mogu se kvalificirati kao paketna prodaja ukoliko:

- postoji pisani ugovor između izdavača i nezavisnog distributera po kojem će se svaki broj medija dostavljati aviokompaniji, željeznici ili autobusnom prijevozniku
- ugovor sadrži točan broj primjeraka svakog broja koji će se dostavljati
- postoji višegodišnja poslovna suradnja, iz koje su vidljiva obilježja paketne prodaje
- se ABC-u stavi na uvid kompletan i slobodan pristup dokumentaciji o dogovoru sa distributerom i/ili aviokompanijom / željeznicom ili autobusnim prijevoznikom.

14.3. Primjerci kupljeni kroz paketnu prodaju distribuiraju se krajnjim korisnicima bez naknade.

14.4. Izdavač je obavezan dokazati da su ovi primjerci dostavljeni i stavljeni na raspolaganje primatelju i ciljnoj grupi kojoj su namijenjeni, te da je ciljna grupa veća od broja isporučene paketne prodaje.

14.5. Paketnom prodajom mogu se smatrati i pojedinačne prodaje veće količine po posebnim uvjetima, ukoliko izdavač za takvu akciju dobije odobrenje od ABC-a prije provedbe akcije.

15. KONTROLIRANI BESPLATNI PRIMJERCJI (KBP)

15.1.

Kontrolirana besplatna distribucija podrazumijeva primjerke medija koji se redovito, besplatno šalju pojedincima na adrese, a ulaze u kriterije koji se unaprijed registriraju kod ABC-a, te koje ABC prihvati. Takvi primjerci mogu se slati suradnicima, oglasnim agencijama, oglašivačima i drugim pojedincima i tvrtkama s kojima nakladnik ima poslovni odnos ili od toga ima koristi.

15.2.

Izdavač na početku revizijskog razdoblja dostavlja listu primatelja kontroliranih besplatnih primjeraka ABC-u na odobrenje. Ukoliko tijekom trajanja revizijskog razdoblja dođe do promjene, izdavač dostavlja novouvrštene primatelje na odobrenje, prije nego ih počne evidentirati u ovoj rubrici.

16. NEKONTROLIRANI BESPLATNI PRIMJERCJI (NBP)

16.1.

Nekontrolirani besplatni primjerci su primjerci koji se povremeno dostavljaju tvrtkama i pojedincima od kojih izdavač može imati koristi. U ovu grupu spadaju npr. akcije usmjerene povećanju pretplate, distribucija na promocijama, konferencijama i događanjima. Također, nekontrolirani besplatni primjerci mogu se distribuirati na promotivnim aktivnostima, različitim priredbama ili događanjima.

16.2.

Za sve primjerke podjeljene u ovoj kategoriji izdavač mora dokumentirati način distribucije te interes slanja.

Za primjerke podjeljene na događanjima, izdavač mora za svaki uručeni primjerak dokumentirati podatke primatelja, na obrascu odobrenom od ABC-a, ili priložiti listu uzvanika s kontakt podacima koji omogućuju provjeru.

17. DIGITALNI PRIMJERCJI I BESPLATNA IZDANJA

17.1.

O prodanim primjercima digitalnog izdanja izdavač izvještava, a ABC provodi reviziju temeljem Standarda izvještavanja za digitalna izdanja.

17.2.

O distribuiranim primjercima besplatnih izdanja izdavač izvještava, a ABC provodi reviziju temeljem Standarda izvještavanja za besplatna izdanja.

PRILOZI

1 Izjava izdavača o nakladi

2 Standardni certifikat prodane naklade

ABC HRVATSKA d.o.o.

Zamorski breg 16a

10000 Zagreb

Hrvatska

t. ++385 1 4839 209

f. ++385 1 4870 017

www.abchrvatska.hr

info@abchrvatska.hr