

Standardi izvještavanja za potrošačka događanja

Travanj 2013.

SADRŽAJ

POGLAVLJE 1 – UVOD

- 1.1. Što su potrošačka događanja
- 1.2. Uloga i svrha ABC sustava
- 1.3. Kako se koriste Standardi izvještavanja
- 1.4. Rječnik pojmova
- 1.5. Razvoj Standarda izvještavanja za potrošačka događanja
- 1.6. Koristi od ABC certificiranja
- 1.7. Statut i pravilnik ABC sustava
- 1.8. Zahtjevi za komuniciranje s javnošću

POGLAVLJE 2 – ABC-CERTIFIKATI

- 2.1. Uvod
- 2.2. Certifikat o posjećenosti
 - 2.2.1. Certifikat o posjećenosti – centralni događaji
 - 2.2.2. Certifikat o posjećenosti – kolocirani događaji
 - 2.2.3. Certifikat o posjećenosti – sponzori
 - 2.2.4. Certifikat o posjećenosti – medijski pokrovitelji

POGLAVLJE 3 – POVRATNICA, REVIZIJA I IZDAVANJE CERTIFIKATA

- 3.1. Uvod
- 3.2. Registriranje događanja kod ABC-a
 - 3.2.1. Odjava registriranog događanja
 - 3.2.2. Prijenos događanja na drugog člana
 - 3.2.3. Prijenos događanja na organizaciju koja nije član
- 3.3. Izvještavanje o posjećenosti događanja
- 3.4. ABC povratnica
- 3.5. Dostava ABC povratnice
 - 3.5.1. Kašnjenje / propuštanje dostave povratnice
- 3.6. Postupak revizije naklade
 - 3.6.1. Pristup dokumentaciji
 - 3.6.2. Datum revizije
 - 3.6.3. Rezultat revizije
 - 3.6.4. Čuvanje podataka
 - 3.6.5. Troškovi prekovremenog rada i putni troškovi
- 3.7. Izvještaji o reviziji

- 3.7.1. Objavljivanje razlike između revizije i povratnice
- 3.7.2. Naknadni certifikati
- 3.8. Izdavanje certifikata
 - 3.8.1. Rok valjanosti certifikata
- 3.9. Objava podataka

POGLAVLJE 4 – POSJEĆENOST GOSTIJU

- 4.1. Uvod
- 4.2. Kategorije posjetitelja
- 4.3. Plaćena posjećenost
 - 4.3.1. Revizorski zahtjevi za jednokratne ulaznice
 - 4.3.2. Revizorski zahtjevi za ulaznice i vaučere
 - 4.3.3. Revizorski zahtjevi za bulk prodaje
- 4.4. Prodaja ulaznica na licu mjesta – revizorski zahtjevi
 - 4.4.1. ABC preporuke – prodaja ulaznica na licu mjesta
 - 4.4.2. ABC preporuke – blagajničke liste
 - 4.4.3. ABC preporuke – bankovne liste
- 4.5. Prodaja ulaznica unaprijed – revizorski zahtjevi
 - 4.5.1. Prodaja unaprijed – vođenje podataka i čuvanje
 - 4.5.2. Prodaja unaprijed uz korištenje sustava bar-kodiranja
 - 4.5.3. Propust u skupljanju ulaznica
- 4.6. Sezonske ulaznice – revizorski zahtjevi
- 4.7. Počasna posjećenost – revizorski zahtjevi
 - 4.7.1. Propust u skupljanju ulaznica
- 4.8. Dodatna analiza posjećenosti
 - 4.8.1. Uvod
 - 4.8.2. Registracija
 - 4.8.3. Vrste ulaznica
 - 4.8.4. Dodatni revizorski zahtjevi
 - 4.8.5. Propust u čuvanju dokumentacije

POGLAVLJE 5 – OSTALA POSJEĆENOST

- 5.1. Uvod
- 5.2. Posjećenost osoblja izlagača
 - 5.2.1. Brojanje osoblja izlagača
 - 5.2.2. Osoblje izlagača – revizorski zahtjevi
- 5.3. Posjećenost osoblja organizatora
 - 5.3.1. Osoblje organizatora – revizorski zahtjevi

- 5.4. Posjećenost medijskog osoblja
 - 5.4.1. Brojanje medijskog osoblja
 - 5.4.2. Medijsko osoblje – revizorski zahtjevi

POGLAVLJE 6 –IZVJEŠTAJ O UKUPNOJ POSJEĆENOSTI I PRIHODU - SAŽETAK

- 6.1. Uvod
- 6.2. Sažeti izvještaj o sudjelovanju i prihodu – revizorski zahtjevi
 - 6.2.1. Primjer sažetog izvještaja o sudjelovanju i prihodu

POGLAVLJE 7 – PRIKAZIVANJE PODATAKA O IZLAGAČIMA

- 7.1. Uvod
- 7.2. Ukupni zauzeti neto izložbeni prostor
- 7.3. Broj tvrtki - izlagača
- 7.4. Revizorski zahtjevi

POGLAVLJE 8 – IZJAVE ORGANIZATORA

- 8.1. Uvod
- 8.2. Zahtjevi

PRILOG JEDAN – KONTROLNI POPIS PODATAKA

PRILOG DVA - PRAVILNIK ZA UFI CERTIFICIRANE MANIFESTACIJE

POGLAVLJE 1 – UVOD

1.1. ŠTO SU POTROŠAČKA DOGAĐANJA

Pod potrošačkim događanjima ABC sustav podrazumjeva:

- sajmove,
- koncerte,
- izložbe,
- sportska događanja,
- kino predstave,
- predstave,
- festivale
- bilo koje drugo događnje na kojem se prodaju/koriste ulaznice.

1.2. ULOGA I SVRHA ABC-a

ABC sustav osnovan je sa ciljem kako bi industriji organiziranja događanja osigurao neovisnu verifikaciju posjećenosti i srodnih podataka.

Kupcima izložbenog prostora osigurava standard pomoću kojega bi lakše odabrali događanja na kojima treba izlagati. Organizatorima događanja neovisno potvrđeni podaci predstavljaju učinkoviti prodajni alat, a sponzorima i pokroviteljima daje jasne i nedvosmislene podatke o događanju koje namjeravaju / su sponzorirali.

To se postiže pomoću ovih Standarda izvještavanja, dogovorenih na razini industrije, što rezultira izdavanjem univerzalno priznatog certifikata od strane sustava ABC.

Sva potrošačka događanja koje kontrolira sustav ABC moraju se pridržavati ovih Standarde izvještavanja da bi dobila ABC certifikat. Dosljedna primjena Standarda izvještavanja osigurava svim potrošačkim događanjima, koje kontrolira ABC, ispravan i fer pregled broja posjeta.

1.3. KAKO SE KORISTE OVI STANDADI IZVJEŠTAVANJA

Ovi Standardi izvještavanja sadrže zahtjeve koji se odnose na Cerifikat posjećenosti potrošačkog događanja. Usto, oni pokrivaju i druge aspekte članstva u ABC-u.

Ovi Standardi, u prilogu broj 2, sadrže i pravilnik za UFI reviziju, a primjenjuju se na ona ABC certificirana događanja, koja žele biti certificirana i po UFI standadima.

Promjene Standarda izvještavanja odobrava Upravni odbor ABC-a, i one se u pisanom obliku šalju članovima i ažuriraju na web-stranici ABC-a, www.abchrvarska.hr . ABC savjetuje članovima i korisnicima certifikata da na toj stranici provjeravaju imaju li aktualnu verziju Standarda izvještavanja.

1.4. RJEČNIK POJMOVA

- Statut ABC Hrvatska - je osnovni dokument sustava ABC Hrvatska
- Pravilnik ABC Hrvatska - je dokument koji opisuje operativna pravila i procedure rada ABC sustava
- Brojčani podaci o posjećenosti – osnovni podatak koji brojčano opisuje posjećenost nekog događanja.
- Prodaja unaprijed – je prodaja onim posjetiteljima koji kupe ulaznice prije dana kada posjećuju priredbu.
- Izvješće o reviziji – je izvještaj koju izdaje ABC revizor nakon dovršene revizije
- Standardi izvještavanja – su pravila koja reguliraju pitanje kako organizatori broje posjećenost svog događanja i kako ABC revidira posjećenost.
- Paketna prodaja – je prodaja dviju ili više ulaznica jednoj stranci, a koje se onda dalje raspodjeljuju posjetiteljima događanja. Cijena ulaznice prodane u paketnoj prodaji mora iznositi najmanje 10% od cijene najskuplje jednokratne ulaznice koja se oglašava, da bi se takav posjet zbrajao kao plaćeni posjet. Ako je naplaćena cijena ulaznice manja od 10%, posjet se evidentira kao počasni posjet.
- Certifikat o posjećenosti – certifikat kojeg izdaje ABC sustav i koji prikazuje posjećenost događanja nakon provedene revizije
- Kontinuirano izvještavanje – jednom kada je neko događanje prošlo reviziju, sustav ABC mora revidirati svako slijedeće događanje, kroz cijelo razdoblje tijekom kojega je događanje registrirano pri ABC-u.
- Popis izlagača – je popis izlagača zajedno s detaljnim podacima o štandovima koje su imali na određenom događanju.
- Dopis organizatoru – je dopis kojega je ABC poslao organizatoru, a koji potvrđuje da je revizija događanja završena i navodi detaljne podatke o bilo kojim pitanjima koja je utvrdila revizija, a kojima organizator treba posvetiti pažnju.
- Prodaja na licu mjesta – je prodaja onim posjetiteljima koji uđu s kartom kupljenom na priredbi.
- Posjećenost – broj posjetitelja koji se prikazuje na Certifikatu posjećenosti, sastoji se od plaćene posjećenosti, koja se definira kao broj posjetitelja koji uđu na događanje tako da plate cijenu koja se traži za pristup, te od počasne posjećenosti, koja se definira kao broj posjetitelja koji besplatno posjećuju događanje.
- Ostala posjećenost – brojčani podatak o ostaloj posjećenosti, koji se prikazuje na Cerifikatu posjećenosti, jest broj posjetitelja koji predstavljaju osoblje organizatora događanja, osoblje organizatora i medijsko osoblje.
- Ukupna posjećenost - je zbroj posjećenosti i ostale posjećenosti
- Povratnica – je formular kojeg ABC izdaje organizatoru, a organizator ga koristi za izvještavanje o posjećenosti.
- Krajnji rok za podnošenje – je krajnji rok do kojega organizator mora dostaviti svoju Povratnicu ABC-u.

1.5. RAZVOJ STANDARDA IZVJEŠTAVANJA ZA POTROŠAČKE DOGAĐANJA

Potrebe ABC sustava, te cijele industrije, neprekidno se mijenjaju. Da bi se udovoljilo tim potrebama i da se održi korak sa industrijskim razvojem, Standardi izvještavanja se neprekidno razvijaju. Industrija je ta, koja preko Komisije za Standarde izvještavanja, usvaja i dopunjuje Standarde izvještavanja za događanja. Komisija za Standarde izvještavanja o događanjima sastoji se od organizatora događanja, te izlagača/sponzora i ostalih stručnjaka za to područje. Sastaje se redovito s ciljem da sastavi i revidira Standarde izvještavanja prema potrebama industrije. Svaki član ABC Hrvatska može pokrenuti pitanja u vezi Standarda izvještavanja i staviti ih komisiji na razmatranje.

1.6. KORISTI OD IZDAVANJA ABC CERTIFIKATA

Certifikat posječanosti, kojeg izdaje ABC sustav, sadrži vrijedne informacije za izlagače, sponzore i organizatore događanja. Izlagačima nudi točne, usporedive podatke koje mogu koristiti pri donošenju odluke gdje izlagati. Sponzorima pak daje podatke bitne za donošenje odluke o sponzoriranju / pokroviteljstvu nekog događanja.

Organizatorima događanja Certifikat predstavlja učinkovit alat kojim se privlače posjetitelji, izlagači i sponzori. On je također od pomoći pri demonstriranju integriteta organizatora u svojoj spremnosti da bude revidiran i da se usaglasi sa standardima industrije.

1.7. STATUT I PRAVILNIK ABC SUSTAVA

Uvjet za članstvo u ABC sustavu jest prihvaćanje Standarda izvještavanja, Pravilnika i Statuta ABC Hrvatska. Važno je pročitati i razumjeti sve navedene dokumente.

Statut ABC sustava primjenjuje se na sve medijske sektore ABC-a. Na mjestima na kojima se spominje "izdanje", to također odnosi i na "događanje", a gdje se spominje "izdavač", to pokriva i pojam "organizatora". Pravilnikom su opisane pravila i radne procedure po kojima ABC djeluje.

1.8. ZAHTJEVI ZA KOMUNICIRANJE S JAVNOŠĆU

Pravila publiciteta detaljno su razrađena u Pravilniku ABC Hrvatska. Ovdje navodimo ključne zahtjeve koje treba poštivati prilikom komuniciranja s javnošću

- Nakon što sklopi ugovor o članstvu u ABC sustavu te ugovor o reviziji događanja, organizator smije navesti "Član u sustavu ABC" <datum u kojem je pristupio>".Sve dok ABC ne izda svoj prvi Certifikat, organizatori ne smiju navoditi da je sustav ABC revidirao brojčano stanje ili navode, i ne smiju se ni na koji način služiti logotipom ABC-a.
- Ako organizatori promotivnih priredbi prije izdavanja Certifikata, navode posjećenost u brojkama za registrirano događanje, moraju jasno naznačiti da brojke podliježu reviziji. *Na primjer: "Posjećenost 12.000 (navod organizatora koji podliježe reviziji)".*
- ABC preporuča da organizatori koji koriste ABC brojeve posjećenosti da bi oglašavali svoje događanje, u svoja oglasna sredstva uključe i navod "Naš se najnoviji ABC Certifikat o posjećenosti može naći na web stranici ABC-a".
- Uz sve brojčane podatke koji se pripisuju ABC-u kao izvoru, moraju se navesti datumi kada je revizija izvršena.
- Kada se u bilo kojem materijalu organizatora (uključujući uvodne članke (editorials), prodajne prezentacije, web stranice...) navodi broj ukupne posjećenosti, mora biti popraćen ABC certificiranim brojem osoba izlagača. U ovu svrhu "popraćen" znači da se mora pojaviti na istoj stranici oglasnog sredstva, bilo uz broj o ukupnoj posjećenosti ili ukoliko se pojavljuje negdje drugdje na stranici (primjerice kao bilješka pri dnu stranice), povezan sa zvijezdicom / simbolom s brojem o ukupnoj posjećenosti. U slučajevima kada je prezentiran u obliku bilješke pri dnu stranice, mora biti jasan i čitak, napisan fontom koji nije manje od fonta korištenog bilo gdje na toj stranici. *Na primjer: XYZ Show 2005, posjećenost 20.315 (uključujući 2,325 osoba osoblja izlagača) ili XYZ Show 2005, posjećenost 20.315*..... *Broj o posjećenosti uključuje 2.325 osoba osoblja izlagača.*

POGLAVLJE 2 – ABC CERTIFIKATI

2.1 UVOD

Svakom događanju koje se registrira kod ABC-a i uspješno prođe reviziju, mora se izdati ABC Certifikat. Na tržištu postoji jedna vrsta certifikata koji se se izdaje nakon revizije potrošačkog događanja i zove se Certifikat o posjećenosti.

2.2 CERTIFIKAT O POSJEĆENOSTI

Standardni certifikat o posjećenosti daje broj o ukupnoj posjećenosti, uz slijedeće podatke:

- Naziv događanja
- Datum održavanja događanja
- Mjesto održavanja događanja
- Godina kada je događanje osnovano
- Datum održavanja slijedećeg događanja
- Mjesto održavanja slijedeće događanja
- Neto prostor zauzet štandovima
- Broj tvrtki koje sudjeluju na događanju
- Navodi organizatora o ciljnoj skupini & glavni izloženi proizvodi/usluge

2.2.1 Certifikat o posjećenosti – sjedeće događanja

Taj je certifikat isti kao i gornji, uz slijedeće iznimke:

- Na certifikatu nije revidiran ili prikazan prostor za stajanje.

2.2.2 Certifikat o posjećenosti – kolocirana događanja

Certifikat prikazuje dedupliciranu (zbirnu) posjećenost za dvije ili više promotivnih priredbi koje nemaju nikakvu fizičku barijeru "swipe points" između sebe. Naziv(i) događanja koje se detaljno navode u certifikatu, uključuju sva promotivna događanja koja pokriva certifikat. Ukoliko postoje "swipe points", mogu se napraviti odvojeni certifikati.

Događanja koje su certificirana kao kolocirana događanja

Kada se za neka događanja koja je ABC certificirala kao "kolocirana" događanja, navode ABC certificirani brojevi o posjećenosti, uz brojeve o posjećenosti moraju se koristiti nazivi svih događanja koja su nevedena u Certifikatu. Nije dozvoljeno da se u bilješci na dnu teksta ili na nekom drugom mjestu, samo uputi na imena kolociranih promotivnih akcija. Organizatori ne smiju pripisati brojeve jednom događanju koje je dio

Standardnog certifikata o posjećenosti (kolocirana događanja). To se odnosi na sav materijal namijenjen javnosti, koji se koristi da bi se takva događanja promovirala.

Na primjer:

Naziv ABC certificirane promotivne akcije: Sajam telefona / Informatički sajam

Posjećenost koju je certificirala organizacija ABC: 10.000

Tvrdnje koje se dozvoljavaju, sadže:

"ABC posjećenost na Sajmu telefona /Informatičkom sajmu 10.000"

ili "Prošle je godine 10.000 osoba posjetilo Sajam telefna /Informatički sajam"

Zabranjena tvrdanja:

"Revizijom je utvrđena posjećenost od 10.000 na Sajmu telefona"

Događanja / područja koja nisu certificirana kao ko-locirane promotivne akcije

Niti jedno događanje koje nije uključeno u naziv registriran od strane sustava ABC, ne smije:

- se odvojeno promovirati kao da je povezano sa ABC sustavom, bilo citiranjem ABC brojčanog podatka o posjećenosti, tvrdeći da postoji članstvo u ABC sustavu, ili ABC revizija
- koristiti logotip ABC sustava
- dati usporediti brojčani podatak o svojoj posjećenosti sa podatkom nekog događanja koje je certificirao ABC, uključujući i slučajeve kada takve usporedbe ne upućuju na događanje po nazivu, već po implikaciji. Na primjer "Najveća posjećenost na tržištu električnih proizvoda", kada ABC certificira događanja na tom tržištu.

Na primjer:

Naziv ABC certificirane događanja: Sajam vodovodnih instalacija

Posjećenost koju je certificirala organizacija ABC: 2.800

Organizator odlučuje promovirati neko područje unutar događanja, koje je povezano s električnim uređajima koje oni nazivaju "electriks". To se ne pojavljuje na certifikatu i ne smije se povezivati sa ABC-om.

Ukoliko ABC ima certificirani show "Električna oprema", onda se organizatoru elektrik-a zabranjuje da na tržište izlazi s tvrdnjom "od svih događanja na tržištu električnih proizvoda electriks ima najveću posjećenost".

2.2.3. Certifikat o posjećenosti – sponzori

Organizator po vlastitoj želji, može certificirati sponzore, njihove nazive i / ili iznose te sukladnost sa sponzorskim / pokroviteljskim mogućnostima.

2.2.4. Certifikat o posjećenosti – medijski pokrovitelji

Organizator po vlastitoj želji, može certificirati medijske pokrovitelje, njihove nazive i / ili medijski prostor / vrijeme posvećen događanju.

POGLAVLJE 3. – POVRATNICA, REVIZIJA POSJEĆENOSTI I IZDAVANJE CERTIFIKATA

3.1. UVOD

Cilj ABC sustava je da, što je moguće prije nakon završetka događanja, objavi točne brojčane podatke o posjećenosti. Proces revizije i izdavanja certifikata projektiran je kako bi to omogućio.

Posjećenost nekog događanja potvrđuje se revizijom, čim prije nakon završetka događanja. Maksimalni rok u kojem je potrebno obaviti reviziju je 30 dana nakon prijema Povratnice.

ABC će revidirati brojčane podatke iz Povratnice prije nego što se izda certifikat.

Svi izdani Certifikati o posjećenosti objavljuju se na web stranici ABC-a kao pdf dokumenti.

3.2. REGISTRIRANJE DOGAĐANJA KOD ABC-a

Prije održavanja, događanje treba prijaviti za reviziju kod ABC-a.

- ABC preporuča da se događanja prijave 6 mjeseci prije održavanja, jer organizator na taj način može surađivati s ABC-om po pitanju pripreme dokumentacije za registraciju i osigurati kompatibilnost sa ABC-Standardima izvještavanja.
- krajnji rok za registraciju događanja je 30 dana prije početka događanja.
- U slučajevima kada se godišnje održava više od jednog događanja, (na primjer Proljetni sajam, Jesenski sajam), svako se događanje mora odvojeno registrirati kod ABC-a.
- Jednom kada se neko događanje prijavi za Certifikat o posjećenosti, organizator preuzima obavezu da bude revidiran i da se certificiranje dovede do kraja, osim ako se događanje ne ukine. Ako na posjećenost događanja utječu okolnosti koje organizator ne može kontrolirati, onda organizator može uključiti izjavu na prvoj stranici certifikata, koja (izjava) detaljno navodi okolnosti koje su utjecale na brojčani podatak o posjećenosti. Izjava se mora unaprijed dogovoriti sa ABC-om, prije nego što se izda certifikat.
- Organizator mora obavijestiti ABC o svakoj promjeni datuma održavanja slijedećih događanja, kako bi se osiguralo da se Povratnica pošalje na vrijeme.
- U slučaju da revizija ne bude dovršena, ABC će poništiti registraciju događanja.
- Događanja, čiju je registraciju ABC poništio, ne mogu se ponovno registrirati 12 mjeseci nakon datuma poništenja.

- Član ABC-a može imati registriranu priredbu kod ABC-a najduže do 12 mjeseci prije nego što bude dovršena revizija i izdan certifikat.

3.2.1. Otkazivanje registracije događanja kod ABC-a

Članovi mogu otkazati registraciju događanja kod ABC-a, pod uvjetom da su zadovoljeni slijedeći uvjeti:

- ABC je unaprijed obavješten o otkazivanju, prije prvoga dana događanja.
- Ne postoje pritužbe protiv tog događanja.
- Revizija tekuće Povratnice je dovršena i izdan je certifikat
- Plaćena su sva dospjela potraživanja prema ABC-u.

Ako bilo koji od tih uvjeta nije ispunjen, ABC će poništiti registraciju događanja, a to će se javno objaviti na web stranici ABC-a, ABC newsletteru te u stručnim medijima/rubrikama medija.

3.2.2. Prijenos događanja na drugog člana

ABC može poništiti registraciju nekog događanja, osim ako unutar 30 dana od prijenosa na drugog člana nisu ispunjeni slijedeći uvjeti:

- Prethodni je vlasnik obavjestio ABC o prijenosu. (Od ovog se uvjeta može odustati, ako ABC smatra da postoje razlozi zbog kojih prethodni vlasnik ne može obavjestiti ABC o transferu.)
- Plaćena su sva dospjela i nedospjela potraživanja prema ABC-u.
- Novi je vlasnik ispunio novu molbu za članstvo, koja se odnosi na to događanje te je pristao nastaviti s revidiranjem događanja.
- Novi je vlasnik uplatio adekvatnu upisninu, članarinu i troškove revizije koji vrijede za to događanje.

3.2.3. Prijenos događanja na organizaciju koja nije član

- Registracija će prestati vrijediti odmah nakon prijenosa događanja na organizatora koji nije član.
- Pravo korištenja logotipa ABC-a prestaje sa datumom prijenosa događanja na ne-člana.
- Organizator koji nije član, može podnijeti molbu za članstvo i registraciju događanja.

3.3. IZVJEŠTAVANJE O POSJEĆENOSTI DOGAĐANJA

Kontinuirano izvještavanje zahtjev je ABC članstva. To znači da kada je jednom provedena revizija, svako se iduće događanje mora revidirati sve dok je događanje registrirano kod ABC-a.

3.4. ABC POVRATNICA

Organizator događanja iznosi tvrdnju o posjećenosti na formularu koji nazivamo Povratnica. Informacije koje se dostave na tom formularu, biti će provjerene revizijom te čine osnovu informacija koje se pojavljuju u ABC certifikatu o posjećenosti.

3.5. DOSTAVA ABC POVRATNICE

- Treba paziti da se Povratnica točno ispuni jer ona predstavlja Vašu tvrdnju koja se provjerava revizijom.
- Povratnica mora biti dostavljena u ABC ured najkasnije 30 dana od zadnjega dana događanja.
- Povratnica se može dostaviti ABC-u bilo kada prije krajnjeg roka za podnošenje, čim su poznati podaci koji su u njemu sadržani.
- Povratnica mora uključivati analizu navedene ukupne posjećenosti, uz specifikaciju posjećenosti, po svakom danu događanja.

3.5.1. Kašnjenje / propuštanje dostave povratnice

- Za Povratnicu koju nije dostavio ABC-u do krajnjeg roka, organizator će platiti troškove za kašnjenje u iznosu od 200 EUR (ili u iznosu kojega odredi Upravni odbor).
- Ako ne dostavi Povratnicu u roku, organizator ima 14 dana (od datuma izdavanja računa za zakasninu) da plati dodatne troškove i da dostavi Povratnicu.
- ABC ima pravo otkazati registraciju događanja za koje Povratnica nije dostavljena u predviđenom roku.

3.6. POSTUPAK REVIZIJE

Po svakoj primljenoj Povratnici provodit će se revizija.

- ABC će uvijek provoditi reviziju prije nego što izda Certifikat.
- Revizija se provodi u uredima organizatora događanja.
- Termin revizije dogovorit će ABC i organizator po primitku Povratnice.
- ABC može provesti i provjeru; pismeno će kontaktirati počasne posjetitelje te potvrditi posjećenost (ukoliko se tvrdi da je postojala) i sudionike-izlagače, da bi verificirao broj izlagača, prostor koji zauzima štand, te propusnice koje je izdao izlagač (ukoliko se to tvrdi).

3.6.1. Pristup dokumentaciji

- Revizor ABC-a mora imati potpuni i neograničeni pristup svojoj dokumentaciji i financijskim podacima koji govore u prilog tvrdnji o posjećenosti.
- Odgovornost je Organizatora da za svaku priredbu osigura sve podatke koji govore u prilog tvrdnje o posjećenosti, te da oni budu dostupni u vrijeme revizije.

3.6.2. Datum revizije

- Revizija se treba provesti čim prije nakon završetka događanja.
- Maksimalni rok koji se može dozvoliti za reviziju, jest 30 dana od dostave Povratnice.

3.6.3. Rezultat revizije

- Nakon dovršetka revizije (ili u situaciji nemogućnosti okončanja revizije) organizatori će od ABC-a primiti Dopis organizatoru. Njime će se potvrditi da je revizija dovršena / prekinuta i detaljno navesti svaka pojedinost koja je tijekom revizije utvrđena, a kojom se organizator treba pozabaviti s ciljem da se pri budućim revizijama smanji rizik od problema.
- Ukoliko se revizijom ustanove brojčana odstupanja između Povratnice i stvarnog stanja, organizatoru se uz Dopis šalje i Izvještaj revizora.
- Idući Certificati o posjećenosti neće se izdati, sve dok se ne riješe navodi iz prethodnog Dopisa organizatoru

3.6.4. Čuvanje podataka

- Svi podaci o kojima se detaljno govori u ovim Standardima izvještavanja, moraju biti dostupni za ABC-reviziju ili inspekciju.
- Svi podaci (financijski ili drugi) koji su potrebni da bi se provjerila točnost podataka iz Povratnice, moraju se čuvati sve dok ABC ne izda Certificat o posjećenosti za iduće događanje.
- Jedina iznimka tome jest da se, nakon što ABC potvrdi da je revizija dovršena, svi ostaci ulaznica, počasnih ulaznica i vaučera mogu baciti.
- Ako se podaci ne čuvaju dok se ne izda idući Certificat, postoji mogućnost da ABC mora povući aktualni certifikat. To može dovesti do poništenja registracije događanja kod ABC-a.

3.6.5. Troškovi prekovremenog rada i putni troškovi

Ako svi podaci nisu dostupni revizoru na početku revizije ili ako se zbog kompleksnosti organizatorovih sustava evidentiranja rezultata prekorači razdoblje predviđeno za reviziju, postoji mogućnost da ABC ne obavi reviziju, ako organizator ne odobri prekovremeni rad.

Sve revizije koje se obavljaju izvan Zagreba, uvećavaju se za stvarni iznos putnih troškova.

3.7. IZVJEŠTAJ O REVIZIJI

- To je izvještaj koji se izdaje nakon provedene revizije.
- Izvještaj o reviziji biti će poslan organizatoru, koji je po njegovom prijemu dužan u roku od 5 dana dati eventualne primjedbe.
- Nakon isteka roka od 5 dana, ABC će izdati i objaviti certifikat s podacima utvđenim revizijom.
- Ukoliko se organizator ne slaže s Izvještajem i izdanim certifikatom, primjenjuje se procedura za prigovore, detaljno opisana u Pravniku ABC-a.

3.7.1. Objavljivanje razlike između Povratnice i revizije

Izveštaj o reviziji, koji se razlikuje od Povratnice za isto događanje za više od 0,5%, može biti poslan svim članovima i objavljen na ABC-web stranici. Uočene razlike mogu se publicirati i putem stručnih medija te ABC newslettera.

3.7.2. Slijedeći certifikati

Neće se izdavati slijedeći Certifikati o posjećenosti, sve dok se ne riješe sva pitanja navedena u Dopisu organizatoru uz prethodni certifikat.

3.8. IZDAVANJE CERTIFIKATA

Certifikat o posjećenosti izdaje se nakon dovršene revizije i mogućih prigovora organizatora na rezultate revizije.

Certifikati se otpremaju preporučenom poštom uz potvrdu o primitku pošiljke, a podaci o kontaktnim osobama za prijem certifikata navode se na Povratnici.

3.8.1. Rok valjanosti certifikata

- Certifikat o posjećenosti ostaje valjan do 2 mjeseca nakon posljednjeg dana slijedećeg događanja u nizu. Datum isteka naveden je na certifikatu.

3.9. OBJAVA PODATAKA

- Brojčani podaci o posjećenosti postaju dostupni članovima ABC-a dva radna dana nakon što ABC pošalje Certifikat organizatoru, a objaviti će se na web stranici ABC-a, u newsletteru i u drugim publikacijama i analizama.
- Organizator je slobodan distribuirati certifikat u integralnom obliku neograničeno, za vrijeme valjanosti certifikata i organizatorovog članstva u ABC-u.
- ABC je slobodan distribuirati certifikate i bilo koje podatke provjerene revizijom, neograničeno.

POGLAVLJE 4. – POSJEĆENOST

4.1. UVOD

Brojčani podatak o Ukupnoj posjećenosti prikazan na Certifikatu posjećenosti sastoji se od Broja posjetitelja i Broja ostalih posjeta. Ovo poglavlje obrađuje Broj posjetitelja kao dio Ukupne posjećenosti.

4.2. KATEGORIJE POSJETITELJA

Brojčani podatak posjetitelja prikazan na Certifikatu posjećenosti sastoji se od plaćene posjećenosti (koja se definira kao broj posjetitelja koji uđu na neku priredbu plaćanjem ulaska) te od počasne posjećenosti, (koja se definira kao broj posjetitelja koji besplatno posjećuju priredbu).

4.3 PLAĆENA POSJEĆENOST

- Plaćena posjećenost je kategorija koja obuhvaća posjetitelje koji su platili svoj ulaz, pod uvjetom da su platili minimum 10% po ulaznici od najviše cijene jednokratne ulaznice koju organizator oglašava.
 - *Na primjer: Ako neka događanje ima slijedeće cijene ulaznica:*
 - *£50 – Dan prije službenog otvaranje*
 - *£20 – Cijena za odrasle*
 - *£15 – Popust*
 - *Onda se, da bi se tvrdilo da je plaćeno za posjećenost, po prodaji ulaznica mora primiti najmanje £5,00*
- Ako se primi manje od 10% od najviše cijene jednokratne ulaznice, posjetitelj se mora ubrojiti u goste, tj. iskazati kao počasna posjećenost.

4.3.1. Revizorski zahtjevi za jednokratne ulaznice

- Organizatori događanja mogu ubrojiti svakog posjetitelja u kategoriju plaćene posjećenosti, pod uvjetom da je platio minimalno 10% od najviše cijene koja se reklamira za jednokratnu ulaznicu.
- Može postojati više cijena, koje će ovisiti o strategijama po kojima organizator određuje cijene.
- Moraju se izdati različite vrste ulaznica, koje odražavaju različite cijene.
- Organizatori događanja moraju osigurati da se o svim izdanim ulaznicama zadrži podatak.
- Drugi potrebni podaci ovisiti će o tome da li se prodaja obavlja unaprijed ili na licu mjesta, a oni su detaljno navedeni u poglavlju 4.4 i 4.5.

Niže su navedeni primjeri uobičajenih varijacija cijena jednokratnih ulaznica:

- *studenti*
- *umirovljenici*

- *djeca*
- *večernji posjet*
- *wikend*
- *uz putnu kartu (travel card rate)*
- *na kreditnu karticu*
- *vezano uz putnu kartu (linked travel rate)*
- *skupna rezervacija (block booking rate)*

Primjer ponuda koje su uključene u tu kategoriju:

- *Dvije za cijenu jedne – u tom primjeru cijena svake pojedine ulaznice jest ukupan iznos novca koji je dobiven u transakciji, podijeljeno s dva.*
- *Kupi jednu, dobij jednu besplatno – u tome je primjeru cijena svake pojedine ulaznice ukupan iznos novca koji je dobiven u transakciji, podijeljeno s dva.*
- *Tri za dvije – cijena je svake pojedine ulaznice ukupan iznos novca koji je dobiven u transakciji, podijeljeno s tri.*

U svim gornjim primjerima, pod uvjetom da je cijena svake pojedine ulaznice dovoljna (t.j. preko 10% najviše reklamirane cijene za jednokratnu ulaznicu), za sve se ulaznice tvrdi da idu u kategoriju plaćene posjećenosti.

4.3.2. Revizorski zahtjevi za ulaznice i vaučere

Uobičajeno je da određeni broj posjetitelja uđe na priredbu nakon što vaučerom plati pristupninu koja je niža od cijena za ulaznice. Ti se posjetitelji ubrajaju u one koji su ulaz platili, pod uvjetom da su platili minimalno 10 % od najviše oglašene cijene za jednokratnu ulaznicu. No, u takvim slučajevima, da bi osigurali adekvatno revizorsko praćenje, organizatori se moraju osigurati da mogu udovoljavati slijedećim zahtjevima:

- Organizatori moraju osigurati podatak o svim vrstama izdanih vaučera, a svaka vrsta vaučera mora odražavati pojedinačnu cijenu.
- Kada kupuje ulaznicu, posjetitelj mora dati vaučer.
- Organizatori moraju zadržati iskorištene vaučere, tako da budu dostupni za brojanje tijekom revizije.
- Da bi se olakšalo brojanje, vaučeri se moraju razvrstati po vrsti i svaki dan brojati. Moraju se čuvati u snopovima koji su izbrojeni, a svaki snop mora imati naljepnicu na kojoj su navedeni podaci o broju vaučera u snopu.
- Organizatori moraju također zabilježiti slijedeće podatke na popise gotovine, ili do završetka liste vaučera koja se mora čuvati za reviziju.
 - naziv događanja i datum održavanja
 - izvor vaučera, t.j. y iz novina, x iz časopisa.
 - vrijednost svake svrste vaučera
 - ukupan broj svake vrste vaučera

- Jedan se vaučer može odnositi samo na jednog posjetitelja, osim ako na vaučeru nije specificirano da je riječ o vaučeru za obitelj.
- Ako se koriste obiteljski vaučeri, organizatori moraju na vaučeru specificirati unaprijed određeni popust za definirani broj odraslih posjetitelja i djece.
- ostali podaci koji se traže, ovisiti će o tome, da li se ulaznice prodaju "unaprijed" ili "na licu mjesta", o tome je riječ u poglavlju 4.4 i 4.5.

4.3.3. Revizorski zahtjevi za bulk prodaju (Skupnu)

To je prodaja dviju ili više ulaznica jednoj stranci, koje se onda distribuiraju posjetiteljima događanja.

- Cijena plaćena za bulk prodaju, mora biti dovoljna da bi se osiguralo, da je organizator po posjetitelju koju je ušao na osnovu bulk prodaje, naplatio minimalno 10% od najviše oglašene cijene za jednokratnu ulaznicu, ako njih treba ubrajati u plaćenu posjećenost.
- Bulk prodaja se mora obaviti prije ulaska na događanje, iznimka su pozivnice koje izlagač šalje partnerima, a naknadno ih plaća organizatoru prema broju realiziranih
- Bulk ulaznice u prodaji moraju biti prepoznatljive i različite od drugih vrsti ulaznica te se se one kada se prikupljaju i zadržavaju za reviziju, trebaju čuvati odvojeno od drugih unaprijed prodanih ulaznica.
- Organizatori moraju voditi evidenciju svih ulaznica prodanih putem bulk prodaje.
- Za svaku skupnu (bulk) prodaju organizator mora zadržati kopiju računa, a u sporazumu o bulk prodaji treba biti navedena cijena plaćena po posjetiocu i broj posjetioca.
- Dokazi plaćanja računa.

4.4. PRODAJA ULAZNICA NA LICU MJESTA – REVIZORSKI ZAHTJEVI

Prodaju ulaznica na licu mjesta obilježava prodaja ulaznica koje su posjetitelji kupili na ulazu na događanje. ABC potvrđuje količinu prodanih ulaznica na licu mjesta uspoređujući ostvarene prihode i broj prodanih ulaznica koje je deklarirao organizator.

- Svi posjetitelji "na licu mjesta" moraju kupiti ulaznice na blagajni - ulazu na događanje.
- Organizator može koristiti različite metode kako bi zabilježio prodaju ulaznica "na mjestu događanja". Metoda koja se koristi mora jasno zabilježiti broj, cijenu i vrstu prodanih ulaznica i mora postojati način da se uplata prati do bankovog računa.
- Dokumenti o svakoj prodaji moraju biti dostupni revizoru.
- Svakog dana događanja, za svakog blagajnika mora se evidentirati Blagajničke liste koje će bilježiti usporedbu između skupljenih novaca i broja i tipa prodanih ulaznica (pogledaj Blagajničke liste za preporuke).
- Svi iskorišteni vaučeri moraju ostati kod organizatora za potrebe revizije, a njihove vrijednosti zabilježene na blagajničkim listama.
- Potvrde o bankovnim depozitima, za svaki dan događanja, moraju biti dostupne za reviziju (pogledajte Banking sheets za preporuke).

- ABC ne zahtjeva da prodaju na licu mjesta obavlja organizator, no ako se organizator na to odluči, one se moraju razdvojiti od unaprijed kupljenih ulaznica i posebno čuvati.
- Ulaznice prodane na licu mjesta moraju se razlikovati od svih drugih ulaznica.

4.4.1. ABC preporuke – prodaja ulaznica na licu mjesta

Slijedeće preporuke naprepljene su kako bi sustav za prodaju ulaznica koji se koristi, mogao biti revidiran. ABC predlaže organizatorima da nas kontaktiraju unaprijed za sugestije o različitim sustavima prodaje, prije samog događanja, kako bi osigurali dokaze o prodaji i posjećenosti koji mogu biti revidirani. U slučaju da ovo ne učine to može rezultirati promjenom prijavljene posjećenosti.

Knjige ulaznica (Ticket books)

- Ako se koriste knjige ulaznica one bi trebale imati svoje redne brojeve ispisane na karti. Ovaj broj također bi trebao biti ispisan na "ticket stub".
- Organizator bi također trebao paziti da postoji knjiga ulaznica s jedinstvenim brojevima koji se koriste za sve vrste plaćanja pune cijene koja omogućuje pristup priredbi (za odrasle, studentska, za umirovljenike, dječje i sl.).
- Svakom blagajniku treba dati specifičan set knjižica ulaznica za koji je zadužen. Ovo se radi tako da se blagajnik potpiše pored brojčanog niza ulaznica koje zadužuje / prodaje.
- Sve neprodane ulaznice organizator bi trebao zadržati a brojeve na neprodanim ulaznicama zabilježiti.
- Jedinstveni broj prve i posljednje ulaznice prodane u njihovoj smjeni trebalo bi zapisati na blagajničke liste
- Blagajničke liste treba popuniti svaki puta kada se gotovina preuzme od blagajnika i položi u banku

Uređaji za prodaju ulaznica

U slučaju da se uređaji za prodaju ulaznica koriste zajedno s Knjigama ulaznica, brojače na uređajima treba očitati i zabilježiti prije početka i na kraju svake blagajničke smjene.

Trake (Isprinti)

U slučaju da su (till rolls) trake korištene zajedno s knjigama ulaznica, uređaji bi trebali moći pohraniti pojedinačne transakcije na rolu papira. Broj ulaznica ostinutih na trakama, trebalo bi zabilježiti na blagajničke liste i zadržati za reviziju.

4.4.2. ABC Preporuke – Blagajničke liste

Gotovinska lista trebala bi sadržavati slijedeće podatke:

- naziv i datum događanja
- jedinstveni broj blagajničke liste

- ime blagajnika i broj blagajne
- blagajnički polog
- početni broj, završni broj i količina ulaznica prodana u svakom razredu ulaznica
- vrijednost prodanih ulaznica
- prikupljena gotovina, čekovi, vaučeri, količine plaćene kreditnim karticama
- analiza gotovine i analiza vaučera
- potpis menadžera, potpis blagajnika
- slipovi kredinim kartica (ako je potrebno)
- početni broj, posljedni broj i broj ulaznica prodanih kroz uređaje za prodaju ulaznica (ako postoji)
- ispisi trake (ako postoje).

Količina ispunjenih blagajničkih lista ovisiti će o broju posjetitelja, no blagajnici bi trebali ispuniti minimalno jednu gotovinsku listu dnevno. Ukoliko blagajnik ispuni više od jedne blagajničke liste dnevno trebalo bi napraviti sažetak gotovinskih lista koje moraju sadržavati sljedeće informacije:

- naziv događanja i datum
- ime blagajnika i broj blagajne
- vrste ulaznica cijena i broj prodanih karata
- jedinstveni broj svakog gotovinskog lista.

4.4.3. ABC preporuke – bankarski listovi

Bankovnu listu treba popuniti svaki puta kada se novac od prodaje ulaznica na mjestu događanja polaže u banku. Trebao bi sadržavati sljedeće:

- naziv događanja i datum
- ime blagajnika i broj blagajne
- količinu novca prikupljenu od pojedinog blagajnika i ukupan iznos položen u banku
- jedinstveni broj bankovnog lista.

U slučaju da se popuni više bankovnih lista svaki dan - dnevni bankovni list trebao bi sadržavati sljedeće informacije:

- Ime događanja i datum
- ime blagajnika i broj blagajne
- jedinstvene brojeve bankarskih lista
- vrijednost prodanih ulaznica i prihod po svakom blagajniku
- ukupan zbroj prodanih ulaznica, ukupan zbroj prihoda
- ukupno položeno na račun, vrijeme polaganja i analiza prihoda.

Preporuka ABC-a je da se polog od prodaje ulaznica polaže odvojeno od novca prikupljenog prodajom kataloga i drugih nasumičnih prihoda. U slučaju da se ta preporuka ne slijedi bankarski list bi trebao sadržavati i razradu pologa.

Primjer:

- *Prodaja ulaznica x kn*
- *Prodaja kataloga x kn*
- *Prodaja postera x kn*
- *razno x kn*

4.5. PRODAJA ULAZNICA UNAPRIJED – ZAHTJEVI REVIZIJE

Prodajom unaprijed smatra se prodaja ulaznica onim posjetiteljima koji su kupili ulaznice prije dana kada posjećuju priredbu. Ulaznice prodane unaprijed, na mjestu događanja također su obrađene ovim dijelom standarda. (*Primjer: Osoba koja u ponedjeljak kupi ulaznice na mjestu događanja za posjet koji će napraviti u srijedu.*)

- Sve ulaznice za koje se traži ABC potvrda moraju biti kupljene kroz zvaničnu mrežu prodaje (na blagajni organizatora, kroz agenciju za prodaju ulaznica i sl.).
- Kupljene ulaznice moraju se predati na ulazu kako bi posjetitelji ušli na priredbu.
- Organizator mora zadržati ili cijelu kartu ili (ticket stub) njezin dio.
- Ako je ticket stub zadržan, onda se samo taj dio ulaznice može računati u posjećenost.
- Svako prodajno mjesto (sales outlet) mora imati prepoznatljivu vrstu ulaznica.
- Svaka ulaznica trebala bi imati na sebi datum i cijenu - ako organizator kani zadržati samo (ticket stub) dio ulaznice, cijena bi trebala pisati i na njemu.
- Organizator mora popuniti i čuvati listu prodaje unaprijed (Advance sales sheet) na kojoj je datum, broj i vrsta ulaznica koje su prodane, ime prodajnog mjesta (ticket sales outlet) i zbirna cijena prodanih ulaznica.
- U slučaju da se koristi barcode sustav, ali organizator ne zadrži specifične informacije o posjetitelju kako je specificirano u poglavlju 4.5.2, ulaznica svakog posjetitelja ili njen dio (ticket stub) mora se zadržati sukladno gore navedenim pravilima.
- U slučaju da koristi barcode sustav i udovoljava pravilima iz poglavlja 4.5.2 tada organizator nije obavezan zadržati ulaznice ili dijelove ulaznica (ticket stub).
 - Prilikom kupovine organizator od posjetioaca mora zabilježiti ime i prezime, adresu, broj kupljenih ulaznica i druge informacije specificirane u poglavlju 4.5.2.
 - barcode ulaznice moraju biti očitane na priredbi i o tome more postojati pisani trag za svaki dan revidiranog događanja.

- za vrijeme revizije, ABC će provesti “write back” tehniku na uzorku kako bi provjerila posjećenost.

4.5.1. Prodaja unaprijed - evidentiranje i čuvanje informacija

Unaprijed prodane ulaznice organizator mora evidentirati i sačuvati odvojeno od besplatno podjeljenih ulaznica te od ulaznica prodanih na mjestu događanja.

Sve vrste ulaznica, po platnim razredima, moraju biti svakodnevno prebrojane. Ulaznice prodane unaprijed moraju se čuvati u svojim dnevnim svežnjevima obilježene brojem ulaznica u svakom svežnju.

Broj ulaznica prodanih unaprijed, sakupljenih i zadržanih ili skeniranog barkoda (kako je specificirano u 4.5.2) mora biti zabilježen i analiziran na naprednoj listi prodanih ulaznica koja minimalno mora sadržavati sljedeće informacije:

- broj ulaznica prodanih kroz svako prodajno mjesto (sales outlet)
- ime događanja
- datum posjete priredbi
- ime prodajnog mjesta
- vrsta ulaznice i cijena
- broj prikupljenih ulaznica
- vrijednost prikupljenih ulaznica

4.5.2. Prodaja unaprijed - uz korištenje barcode-a

Baza napredne prodaje ulaznica koje koriste sustav barcoda unaprijed mora biti odobrena za reviziju. Baza mora sadržavati sljedeće informacije.

- ime i adresa kupca
- broj i vrsta kupljenih ulaznica
- dan posjeta
- cijena ulaznica
- broj ulaznice/barcod koji im je dodjeljen

Elektronski zapis očitanih ulaznica mora biti dostupan za svaki dan.

4.5.3. Propust u skupljanju ulaznica

U slučaju da organizator bude imao poteškoća u potvrđivanju posjećenosti kroz skupljene ulaznice ili djelove ulaznica (ticket stubs), ABC će možda imati druge načine da izvrši provjeru kako bi dokazao posjećenost. U tom slučaju organizator bi trebao kontaktirati ABC za savjet o dodatnim zahtjevima. To će zahtjevati dodatne radne sate od strane ABC-a (extra audit time) o čijem se plaćanju organizator i ABC moraju dogovoriti unaprijed.

4.6. SEZONSKE ULAZNICE – ZAHTJEVI REVIZIJE

Posjetitelji koji dolaze na priredbu temeljem sezonskih ulaznica mogu se uračunati kao plaćeni posjetitelji svaki put kada se pojave na događanju pod uvjetom da:

- je pojedinac platio minimum od 10% naviše oglašene cijene za pojedinačnu ulaznicu
- je svaka sezonska ulaznica označena jedinstvenim brojem
- organizator čuva informaciju o svakom kupcu sezonskih ulaznica. Ovaj zapis sadrži:
 - ime i prezime kupca
 - adresu i telefonski broj
 - broj kupljenih ulaznica
 - vrsta ulaznice i plaćena cijena
 - jedinstveni broj ulaznice ili ulaznica koje su mu/joj prodane
- su financijski podaci dostupni kao i za ulaznice prodane na mjestu događanja ili kao kod unaprijed prodanih ulaznica
- je jedinstveni broj sezonske ulaznice evidentiran i pohranjen za svaki dan kada su ju koristili kako bi pristupili priredbi. Alternativno, moguće je koristiti barcode sustav za evidenciju ulaznica.
- Svaka sezonska ulaznica može se koristiti jednom za bilo koji određeni datum.

4.7. POČASAN POSJET – ZAHTJEVI REVIZIJE

Počasni posjetitelji su posjetitelji koji na priredbu dolaze besplatno ili plaćaju manje od 10 posto najviše oglašene cijene ulaznice za pristup događanju. Kako bi se njihov posjet zbrajao u broj ukupnih posjeta organizatorova događanja slijedeći uvjeti moraju biti zadovoljeni.

Za počasne ulaznice koje su naslovljene na ime i adresu posjetitelja

Posjetitelj mora predati ulaznicu ili registracijsku karticu kako bi dobio pristup događanju. Organizator mora zadržati kartu. Ulaznica mora biti zadržana i sačuvana odvojeno od drugih tipova ulaznica koje se broje u dnevnim svežnjevima (daily bundles).

Ulaznice koje sadrže imena i adrese trebaju se vezati odvojeno od onih koje to ne sadrže. ABC će ih revidirati na osnovu uzorka.

U slučaju da se koristi napredni sistem barkodova, a organizator ne sakuplja i čuva imena i adrese za svakog posjetitelja, mora zadržavati ulaznice ili djelove ulaznica (ticket stubs) kao što je gore opisano.

U slučaju da se koristi barcode sustav zajedno s registracijom vrijedi:

- sustav za registraciju mora pružiti slijedeće informacije:
 - ime i adresa svakog posjetioca
 - dan posjeta
 - naziv događanja

- broj ulaznice/barcode broj
- na priredbi barcode ulaznice moraju biti očitane i elektronski zapis s očitanim ulaznicama mora se sačuvati za svaki dan događanja koje se certificira.
- ABC će provesti write back reviziju prema uzorku kako bi potvrdili dolazak posjetitelja
- u slučaju da organizator posjeduje sve gore navedeno, nemora zadržavati i čuvati ulaznice
- ulazak na priredbu, u više navrata za vrijeme istoga dana, mora se brojati kao jedan pojedinačan posjet.

Za počasne ulaznice za koje organizator nema ime i adresu konačnog posjetitelja

Ulaznice koje nemaju na sebi imena i adrese posjetitelja moraju biti isključene iz Povratnice ukoliko ne zadovoljavaju slijedeće uvjete:

- posjetitelj mora predati ulaznicu ili registracijsku karticu da bi dobio pristup priredbi, ulaznicu zadržava organizator
- ulaznice treba zadržati i spremiti odvojeno od drugih vrsta ulaznica u dnevnim svežnjavima. Broj ulaznica u svežnju treba obilježiti. Ulaznice sa označenim imenima i adresama potrebno je čuvati odvojeno od ulaznica koje nemaju imena i adrese.
- svaka od ovih počasnih ulaznica mora biti numerirana jedinstvenim brojem
- bilješke o izdanim počasnim ulaznicama moraju postojati. Ove bilješke moraju sadržavati ime, ime tvrtke, adresu, telefonski broj osobe kojoj su ulaznice izdane i broj ulaznica (uključujući jedinstvene brojeve ulaznica)
- ABC revizija će raditi provjeru na uzorku jedinstvenih brojeva na ulaznicama sakupljenim na događanju naspram organizatorovih bilješki i kontaktirati će nasumične osobe s liste kako bi potvrdile koliko su ulaznica primile
- Za posjetitelje koji su platili manje od 10 posto najviše oglašene cijene dokumenti potrebni za reviziju biti će jednaki kao i za one koji se broje u plaćene posjetitelje
- Ako se koristi napredni sustav barcode ulaznica, a organizator ne koristi sustav registracije, organizator mora zadržavati ulaznice na gore opisani način.

4.7.1 Propust u sakupljanju ulaznica

U slučaju da organizator bude imao poteškoća u potvrđivanju posjećenosti kroz sakupljene ulaznice ili dijelove ulaznica (ticket stubs), ABC će možda imati druge načine izvršavanja provjere kako bi dokazao posjećenost. U tom slučaju organizator bi trebao kontaktirati ABC za savjet o dodatnim zahtjevima. To će zahtijevati dodatne radne sate od strane ABC-a (extra audit time), o čijem se plaćanju organizator i ABC moraju dogovoriti unaprijed.

4.8. DODATNA ANALIZA POSJEĆENOSTI

4.8.1. Uvod

Postoji opcija da organizatori prikažu strukturu plaćenih ili besplatnih strukovnih posjetitelja (trade visitor) njihovoj priredbi. Strukovni posjetitelji su definirani kao osobe koje posluju na tržištu kojem događanje služi, a ulaznice su ili platili ili primili posebnu strukovnu ulaznicu od organizatora. Svi zahtjevi izloženi u poglavlju četiri primjenjuju se na izvještavanje plaćenih ili počasnih strukovnih posjetitelja.

4.8.2. Registracija

Organizator bi ABC-u tražio unaprijed prijaviti da može koristiti dodatne opcije u prijavljivanju posjetitelja kako bi ABC mogao pregledati sustave i uvjeriti se da ih je moguće revidirati.

Potreban formular će biti dostupan pri ABC-u.

4.8.3. Vrste ulaznica

Analiza će podijeliti ulaznice na one koje su plaćene i one koje su besplatne. Sve vrste ulaznica za strukovne posjetitelja moraju se jasno obilježiti kako bi bile različite od drugih vrsta ulaznica - bilo besplatnih ili plaćenih i moraju se prikupiti i čuvati posebno bez obzira da li su dane na mjestu događanja ili unaprijed.

4.8.4. Dodatni revizorski zahtjevi

U slučaju da traži potvrdu za ovu vrstu posjeta, organizator nam mora pružiti potpunu analizu plaćenih i besplatnih posjetioaca, dan za danom i po vrsti ulaznica. Analiza mora biti dostupna na dan revizije.

Blagajničke liste koje specificiraju sakupljenu gotovinu nasuprot broju i vrsti ulaznica za strukovne posjetioce, moraju se voditi i biti dostupne za reviziju. Sve ulaznice za strukovne posjetioce moraju se čuvati odvojeno od svih drugih vrsta ulaznica i biti dostupne za reviziju.

Dodatni troškovi revizije biti će naplaćeni u skladu s dogovorom prije početka revizije. Kao minimum biti će naplaćeno 250 EUR za dodatne procedure provjere (ticket counts and write backs), ali to može koštati i više ovisno o složenosti organizatorovog suatava. Dodatno vrijeme će se naplaćivati sukladno aktualnom ABC-ovom cijeniku za prekovremene sate.

4.8.5. Propust u čuvanju dokumentacije

U slučaju da organizator ne prikupi i sačuva dokumente na gore opisani način, dodatna analiza neće se moći revidirati.

POGLAVLJE 5. – OSTALE KATEGORIJE POSJEĆENOSTI

5.1. Uvod

Ukupan broj ostalih posjetitelja prikazan na Certifikatu posjećenosti je broj posjetitelja koji čine: osoblje izlagača, osoblje organizatora i medijsko osoblje. Svi posjetitelji koji se zbrajaju u ovu kategoriju imaju besplatan pristup priredbi.

Kada organizator citira ukupnu posjećenost u bilo kom svom promotivnom materijalu (uključujući pisani tekst, prodajnu prezentaciju, oglasna sredstva na internet stranicama....) podatak mora biti popraćen ABC potvrđenom brojkom djelatnika izlagača (vidi 1.8. za više detalja).

5.2. Osoblje izlagača

5.2.1. Brojanje osoblja izlagača

Organizatori bi trebali koristiti sustav koji je moguće revidirati, poput bar code sustava ili swipe sustava, kako bi zabilježio posjete svakog pojedinca koji pripada u kategoriju djelatnika izlagača.

Organizatori moraju ABC-u prije događanja poslati specifikacije sustava. U slučaju da organizator događanja ne može prikazati dokaz o posjeti pojedine osobe za koju tvrdi da je djelatnik izlagača, onda će ova osoba biti izbačena s popisa.

5.2.2. Osoblje izlagača – revizorski zahtjevi

Organizator mora za reviziju pripremiti naziv tvrtke-izlagača, adresu i datum posjeta priredbi za svakog posjetitelja kojeg certificira u ovoj kategoriji.

Organizator mora moći ABC-u pružiti ovu informaciju za svaki dan događanja za koji želi potvrditi posjete.

Ulazak na događanje u više navrata u jednom danu smatra se jednim posjetom.

Bilješke o posjetima treba čuvati i prezentirati revizoru u elektronskom formatu.

ABC će provjeriti tvrdnje za svaki dan koji se certificira.

5.3. Osoblje organizatora

Ova kategorije opisudje djelatnike koji rade na događanju, koje direktno zapošljava i plaća organizator.

Primjer: Osiguranje, catering i floor managers smatraju se osobljem organizatora.

Stand contractors & venue staff njsu definirani kao osoblje organizatora.

Osoblje organizatora može sa brojati samo jednom.

Ukoliko ih se želi potvrditi oni se prikazuju odvojeno na certifikatu o posjećenosti.

Ukoliko ih se potvrđuje, osoblje organizatora uključeno je u ukupnu posjećenost.

5.3.1. Osoblje organizatora – revizorski zahtjevi

Organizator mora prikazati zapisnike o svom osoblju koje je radilo i posjetilo priredbu.

Ovaj zapisnik mora uključivati ime, poziciju i kontakt adresu svakog pojedinca.

ABC će kontaktirati osoblje organizatora na osnovi uzorka i provjeriti da su direktno zaposleni i plaćeni od strane organizatora i da su posjetili događanje.

ABC zadržava pravo da pregleda podatke o plaćama ukoliko to bude potrebno.

5.4. Medijsko osoblje

U ovu kategoriju spada medijsko osoblje koje dolazi na događanje.

5.4.1. Brojanje medijskog osoblja

Organizator bi trebali koristiti barcode sustav kako bi zabilježili posjete medijskog osoblja ukoliko oni pohađaju događanje duže od jedan dan.

U odsustvu barcode sustava, koji točno bilježi posjete, medijsko osoblje može biti brojano samo jednom na certifikatu, bez obzira na broj dana prisustvovanja događanju.

U slučaju da ne postoji barcode sustav posjećenost medija jednaka je broju izdanih medijskih propusnica / akreditacija.

5.4.2. Medijsko osoblje – revizorski zahtjevi

Organizator mora zadržati podatke o posjetitelju iz medija: ime i prezime, naziv tvrtke, adresa i broj press ulaznica.

ABC će provjeriti dokumente organizatora i verificirati broj propusnica koju su dobili posjetitelji iz medija.

POGLAVLJE 6. – IZVJEŠTAJ O UKUPNOJ POSJEĆENOST I PRIHODU - SAŽETAK

6.1. Uvod

Certifikat o posjećenosti pruža Ukupnu posjećenost koja objedinjuje Ukupan broj posjetitelja (Total Visitor Attendance) i Ukupan broj ostalih posjeta (Total Other Attendance) i zbog toga svi različiti listovi prikupljeni od strane organizatora za vrijeme događanja trebaju biti sumirani u izvješću koje detaljizira posjete posjetitelja i prihode generirane od prodaje ulaznica podjeljene po danu događanja.

6.2. Sažeti izvještaj o sudjelovanju i prihodu – revizorski zahtjevi

Sažeti izvještaj o posjeti i prihodu trebalo bi sadržavati slijedeće informacije:

Posjećenost po danima:

- Naziv i datum događanja
- Broj posjetioca po danu analiziran prema vrsti ulaznice

Sažetak prihoda od ulaznica:

- Naziv i datum događanja
- Broj posjetioca po danu analiziran prema vrsti ulaznice
- Broj prodanih ulaznica
- Prikupljena sredstva (Revenue collected)
- Fakturirana sredstva (Revenue invoiced.)
-

Ovaj izvještaj treba zadržati i mora biti dostupan za reviziju.

6.2.1. Primjer sažetog izvještaja o posjećenosti i prihodu

Slika - u izradi

POGLAVLJE 7. - PRIKAZIVANJE PODATAKA O IZLAGAČIMA

7.1. Uvod

Certifikat o posjećenosti pruža podatke o broju tvrtki koje su izlagale i ukupnom zauzetom netto izložbenom prostoru.

7.2. Ukupan zauzet netto izložbeni prostor

Ukupan zauzet netto izložbeni prostor uključivati će sve štandove koji su dostupni posjetiteljima.

Netto prostor uključuje štandove koji su zakupljeni, besplatni ili dobiveni kroz kompenzaciju.

Netto prostor ne uključuje odmorišta, restorane, konferencijske sale i slično.

7.3. Broj tvrtki - izlagača

Ovo je broj tvrtki za koje organizator posjeduje ugovorne dokaze koji pokazuju njihovo sudjelovanje na događanju. Tvrtke koje zauzimaju besplatan prostor također su uključene u ovaj broj.

7.4. Revizorski zahtjevi

Organizator mora posjedovati dokaze - ugovor sa svakim vlasnikom štanda koji je prikazan u certifikatu.

Plan štandova mora biti dostavljen ABC-u. Treba ga označiti kako bi bilo vidljivo koji su štandovi u podnajmu i naznačiti njihov broj.

Bilo koji štand koji je podjeljen podnajmom može se deklarirati kao dodatni štand pod uvjetom da su zadovoljene ove okolnosti:

- katalog opisuje te štandove na zajedničkom prostoru ili ugovorni izlagač ponudi pismeni dokaz o podjeli štanda
- ABC smatra da prostor na štandu jasno zadovoljava pojedinačne izlagače da budu indentificirani i locirani u podjeljenom prostoru.

Organizator mora prijaviti, s Povratnicom, listu izlagača s detaljima: ime tvrtke, broj štanda, dimenzije štanda i kvadraturu štanda.

SECTION 8. – IZJAVA ORGANIZATORA

8.1. Uvod

U Povratnicu možete uključiti slijedeće opise vezane uz Vaše događanje:

- Glavne grupe proizvoda/usluga koje se izlažu
- Ciljana publika

8.2. Zahtjevi

Izjava se daje s ciljem da se isključivo opišu glavni proizvodi ili usluge izložene i njihova ciljana publika. Ova izjava mora biti ograničena na razumne opise i ne smije sadržavati druge informacije ili tvrdnje.

Primjeri izjava koje neće biti dopuštene su:

- *Izjave koje opisuju profil ciljane publike u postocima. (npr. 25 000 AB posjetioca od kojih su 70 posto muškarci, a 30 posto žene).*
- *Reprodukcije nečega što izgleda kao istraživanje posjetioca (npr. prosječna potrošnja po posjetiocu je 242 funte).*
- *Izjave/svjedočanstva izlagača / ostalih.*
- *Komparativne tvrdnje nasuprot drugim sličnim događanjima (npr. najveće tržišno događanje i sl.).*

ABC ne provjerava točnost izjave izdavača, ali će provjeriti da li su izjave razumne i odgovaraju li gore opisanim zahtjevima.

PRILOG JEDAN - KONTROLNI POPIS PODATAKA

PRODAJA NA MJESTU DOGAĐANJA

- 1 Vaučeri dani po danu + sažetak dnevnog broja vaučera
- 2 Dnevni gotovinski listovi i dnevni sažeci
- 3 Paying slips for daily cash
- 4 Bankovna izvješća koja prikazuju svakodnevne račune
- 5 PDQ potvrda debitnih ili kreditnih kartica

PRODAJA UNAPRIJED

- 1 Dijelovi ulaznica preuzeti svaki dan (ticket stubs)
- 2 Uplate blagajnicima za kupovinu unaprijed (uključujući broj ulaznica prodanih i financijske dokaze)
- 3 Lista imena i adresa za prodaju ulaznica u pretprodaji

PAKETNA PRODAJA

- 1 Dijelovi ulaznica preuzeti svaki dan (ticket stubs)
- 2 Računi za paketnu prodaju
- 3 Bankovni izvodi od prodaje

POČASNE ULAZNICE

- 1 Broj ulaznica preuzet po danu (s imenima i adresama)
- 2 Dnevnik koji prikazuje kako su počasne ulaznice podjeljene

IZLAGAČEKE / MEDIJSKE ULAZNICE

- 1 Ulaznice za izlagače
- 2 Medijake propusnice/ulaznice
- 3 Sažeta lista medijskih posjetitelja
- 4 Sažeta lista izlagača, registracijskih formulara i broj izdanih propusnica

DJELATNICI ORGANIZATORA

- 1 Sažeta lista djelatnika organizatora

SAŽETAK POSJETA

- 1 Svi radni listovi koji se koriste u izradi certifikata o posjećenosti (COP)

ŠTANDOVI I BROJ ŠTANDOVA

- 1 Plan štandova
- 2 Lista izlagača
- 3 Katalog izlagača