



## AUDIT BUREAUX OF CIRCULATIONS SRBIJA

Makenzijeva 67, 11000 Beograd; Srbija; Phone (+381 11) 24 04 118;  
Fax (+381 11) 24 50 122; e-mail: [office@abcsrbija.com](mailto:office@abcsrbija.com) [www.abcsrbija.com](http://www.abcsrbija.com)

# P R A V I L A & P R O C E D U R E

## Audit Bureaux of Circulations Srbija za odit novina i magazina

### 1. UVOD

Audit Bureaux of Circulations Srbija (u daljem tekstu ABC) je tripartitna organizacija, koju su osnovali izdavači, oglašivači i marketinške agencije. Cilj ABC je da na osnovu oditovanog tiraža, omogući izdavačima uspešniju prodaju oglasnog prostora, a oglašivačima i agencijama – ponudi istinite i relevantne podatke za efikasnije ulaganje u oglašavanje u štampanim medijima. Oditovanje tiraža biće realizovana na osnovu utvrđenih standarda i procedura koje propisuje jedina međunarodna organizacija ove vrste u svetu International Federation of Audit Bureaux of Circulations (IFABC).

### TERMINOLOGIJA

U ovom dokumentu, sledeći termini imaju ova značenja:

Standardni Sertifikat Tiraža (SST)	Dokument koji popunjava izdavač i u koji unosi podatke o svojim izdanjima koja se odituju
Izjava Izdavača o Tiražu (IIT)	Dokument koji je izdavač u obavezi da dostavi ABC pre početka oditovanja
Ukupan Prosečan Prodati Tiraž (UPPT)	Utvrđivanje ukupnog prosečnog prodanog tiraža jednog lista je osnovni cilj i zadatak ABC Srbija
Prodani Tiraž (PT)	Broj primeraka lista koji se dobije kada se od štampanog tiraža oduzmu svi neprodani primerci jednog izdanja, kao i drugi primerci, koji prema kriterijumima ABC ne mogu biti uzeti u obzir kod izdavanja Sertifikata
ABC Sertifikat	Dokument koji se izdaje po završenom ABC oditovanju, a koji sadrži sve validne podatke o prodatom tiražu oditovanog lista
Osnovna Cena Lista (OCL)	Osnovna Cena Lista je ona cena po kojoj se oditovani list može normalno kupovati u slobodnoj prodaji
Diskvalifikovani primerci	Primerci listova, koji su prema ABC propisima izuzeti iz UPPT
Slobodna prodaja i Ostala komadna prodaja	Primerci lista koji se prodaju preko velikoprodaje i/ili maloprodaje (kiosci, ulična prodaja i slično), ili komadna prodaja direktno kupcima
Promotivna Prodaja	Prodaja za promotivne potrebe izdavača, po ceni nižoj od OCL

Pojedinačna Pretplata (P)	Plaćeni primerci izdanja, distribuirani na ime pretplatnika na osnovu narudžbenice fizičkog ili pravnog lica
Paketna Prodaja (PP)	Prodaja lista u količinama većim od 20 primeraka, koje izdavač pod posebnim uslovima prodaje na regularnoj bazi
Kontrolisana Besplatna Distribucija (KBD)	Primerci lista koji se redovno besplatno šalju pojedincima na adrese, ulaze u kriterijume koji se usaglašavaju između izdavača i ABC
Nekontrolisani Besplatni Primerci (NBP)	Primerci koji se dostavljaju povremeno besplatno na adrese pojedinaca ili kompanija, koji nisu pretplatnici, već klijenti sa kojima izdavač ima nekakav oblik saradnje

## 2. DINAMIKA I RASPROSTRANJENOST

- 2.1 Osnovna kategorizacija štampanih medija na osnovu kriterijuma ABC Srbija definiše se po dinamici izlaženja izdanja i po prostoru na kojem se distribuiraju/prodaju.
- 2.2. Na osnovu dinamike izdanja su: dnevna (pet do sedam puta nedeljno), nedeljna, dvonedeljna (svakih četrnaest ili petnaest dana), mesečna, dvomesečna (svakih šezdeset dana izlaženja), kvartalna (svakih devedeset dana izlaženja), polugodišnja, godišnja ili izdanja koja se samo jednom izdaju.
- 2.3. Po geografskoj rasprostranjenosti štampani mediji se dele na:
  - Lokalne - koji se distribuiraju i prodaju u jednom gradu, ili jednom delu Srbije
  - Nacionalne – koji se distribuiraju i prodaju na teritoriji cele Srbije
  - Regionalne - koji se distribuiraju i prodaju na teritoriji cele Srbije i na teritorijama okolnih država u regionu sa kojima se Srbija graniči
  - Internacionalne - koji se distribuiraju i prodaju na teritoriji cele Srbije, na teritorijama zemalja u regionu, kao i u nekoj od država sa kojom se Srbija ne graniči

## 3. SERTIFIKAT

- 3.1. Izdavač, koji je postao član ABC, obavezan je da za svako štampano izdanje, koje nudi na tržištu i sadrži oglase, a koje želi da nominuje da bude oditovano i registrovano kod ABC, redovno, za svaki izdati broj lista izdaje **Standardni Sertifikat Tiraža (SST)**.
- 3.2. Standardni Sertifikat Tiraža (SST) je obavezan dokument koji se sastoji od dve strane (Formular 1) i koji sadrži sledeće podatke:
  - Štampani tiraž
  - Broj primeraka prodatih u slobodnoj prodaji
  - Broj primeraka koji su prodati preko pojedinačne pretplate
  - Broj primeraka koji su prodati na osnovu grupne pretplate
  - Broj primeraka koji su prodati paketnom prodajom
  - Broj kontrolisanih besplatnih primeraka
  - Broj nekontrolisanih besplatnih primeraka
  - Ukupan broj prodatih primeraka po broju
- 3.3. Podaci o godišnjacima ili naslovima koji izlaze samo jednom, mogu se oditovati na osnovu Baze Distribucije, umesto na osnovu dvanaestomesečnog izveštaja.
- 3.4. Za dnevne listove, SST se sastoji od tri strane, sadrži iste podatke iz stava 3.2., ali se vodi po danima u nedelji.

## 4. IZVEŠTAVANJE

- 4.1. Jednom kada je potpisan ugovor između izdavača i ABC za oditovanje određenog lista, izdavač je obavezan da ABC-u dostavlja izveštaje za svaki sledeći broj lista u okviru ugovorenog perioda oditovanja. Svoje izveštaje izdavač dostavlja isključivo na SST formularu, koji dobija od ABC.
- 4.2. Dnevni listovi moraju biti oditovani najmanje dva puta tokom perioda od dvanaest meseci.
- 4.3. U zavisnosti od dinamike izlaženja, utvrdiće se koliko često izdavač mora da izveštava o distribuciji.
- 4.4. Izdavači listova sa dnevnom, nedeljnom, dvonedeljnom ili mesečnom dinamikom izlaženja, mogu da odluče da izveštavaju godišnje ili šestomesečno, pri čemu će i objavljivanje izveštaja o oditovanim rezultatima biti šestomesečno ili godišnje. Ukoliko je izveštavanje šestomesečno, onda će taj period biti ili od 1. januara do kraja juna ili od 1. jula do kraja decembra.
- 4.5. Izdavač je u obavezi da se pre početka oditovanja tiraža u pismenoj formi izjasni u kom periodu želi da bude oditovan.
- 4.6. Ukoliko izdavač nije nikada ranije oditovao svoja izdanja i to čini prvi put, ili ponovo želi da odituje posle prestanka, onda period oditovanja mora da traje najmanje šest meseci ili 26 nedelja, počevši od 1. januara ili 1. jula. Međutim, prvo oditovanje može da počne bilo kog datuma, ali mora biti završeno najkasnije do kraja juna ili kraja decembra. Drugih šest meseci oditovanja u tom slučaju počinje 1. jula ili 1. januara i kasnije se uklapa u ove datume.
- 4.7. Izdavači koji izdaju listove sa drugačijom dinamikom izlaženja, mogu odabrati da tiraž njihovih listova bude oditovan i objavljivan i u jednoj od sledećih opcija:
  - Tokom 1, 2 ili 3 kalendarska meseca. U ovim periodima, mora biti objavljeno najmanje jedno izdanje lista
  - 1, 4, 8 ili 12 brojeva/izdanja, što važi isključivo za nedeljna izdanja

## 5. OBITOVANJE

- 5.1. Ugovor između ABC i izdavača se potpisuje pre nego što se uđe u proces oditovanja tiraža. Ugovor definiše sve detalje saradnje između izdavača i ABC tokom oditovanja.
- 5.2. Po potpisivanju ugovora, ABC će kontaktirati izdavača i predložiti datum za održavanje pripremnog sastanaka, na kome će se utvrditi svi detalji procesa oditovanja tiraža.
- 5.3. Pre početka odita, a u cilju efikasnijeg i kvalitetnijeg oditovanja, ABC dostavlja izdavaču formular u koji izdavač unosi sve tražene informacije. Ovaj formular se zove **Izjava Izdavača o Tiražu (IIT)**.
- 5.4. Izdavač je odgovoran da obezbedi da se svi najnoviji podaci o tiražu unesu u IIT i blagovremeno dostave ABC.
- 5.5. Ukoliko izdavač do dogovorenog roka ne dostavi ABC traženi IIT, oditovanje tog izdanja biće odmah obustavljeno i poništeno, a uplaćeni novac zadržan od strane ABC.
- 5.6. U skladu sa Statutom, ABC ima ovlašćenja da traži i odituje svaki dokument, koji je u vezi sa tiražom lista koji se odituje.
- 5.7. Kada je IIT kompletiran i dostavljen u roku, ABC počinje sa procesom oditovanja dobijenih podataka, koja je u najvećem delu aritmetička radnja.
- 5.8. Po završenom oditu, obrađen ABC Izveštaj se prvo dostavlja izdavaču na uvid, a potom će biti dostupan svim članovima ABC preko websajta [www.abcsrbija.com](http://www.abcsrbija.com), u mesečniku ABC, a potom i u ABC Srbija godišnjaku.
- 5.9. Oditovanje se obavlja najmanje dva puta godišnje i odnosi se na sva izdanja koja su prijavljena za oditovanje od strane izdavača. Ovo se odnosi na sva izdanja, osim na izdanja koja izlaze jednom godišnje.
- 5.10. Izdanja koja imaju godišnji prihod od oglasa veći od € 500,000 (pet stotina hiljada), mogu se oditovati i više od dva puta.

- 5.11. Svi detalji o svakom primerku izdanja, štampanom i distribuiranom u toku perioda oditovanja, bez obzira da li je izdanje štampano u kući izdavača ili izvan, moraju se staviti na raspolaganje oditorima. Na zahtev oditora, to može da uključuje fakture, računovodstvenu dokumentaciju, finansijska dokumenta, naloge za štampu, izveštaje o kupovini i potrošnji hartije i druga dokumenta. Fakture ispostavljene od štamparije moraju da sadrže naziv publikacije, štampani tiraž i vreme distribucije.
- 5.12. Kompletna dokumentacija o distribuciji lista u slobodnoj prodaji mora se, na zahtev, dostaviti oditora na uvid. To podrazumeva finansijske podatke o svakom izdanju, ugovore između izdavača i distributera sa svim ugovorenim uslovima prodaje. Ovo podrazumeva i sledeće:
- Ukupan broj primeraka dostavljenih distributeru i broj primeraka remitende za svaki broj lista (broj primeraka i finansijska vrednost)
  - Fakte i knjižna odobrenja za neprodane primerke
  - Dokumentaciju o svim popustima i eventualnim promotivnim primercima
  - Broj izgubljenih primeraka, kao i evidencija o svim drugim, ovde nepomenutim primercima
- 5.13. Svi detalji vezani za distribuciju tačno utvrđenog broja distribuiranih primeraka, bez obzira o nameni distribucije, takođe moraju biti stavljeni na uvid oditorima.
- 5.14. Jedna kopija svakog broja publikacije, izdate u periodu oditovanja, mora se dostaviti oditoru na uvid, uz eventualna, dodatna izdanja.
- 5.15. Izdavač je obavezan da po potrebi obezbedi prostoriju u kojoj će oditor obaviti kontrolu i obradu potrebne dokumentacije. Oditovanje može da se obavlja u poslovnim prostorima izdavača, distributera ili štamparije.

## 6. PROSEK PRODATOG TIRAŽA

- 6.1. Utvrđivanje **Ukupnog Prosečnog Prodatog Tiraža (UPPT)** listova koji sadrže oglase, za svaki pojedinačni broj tog lista je osnovni cilj ABC oditovanja. ABC želi da utvrdi prosečan broj štampanih, distribuiranih i prodatih primeraka svakog broja, svakog lista/naslova izdavača, koji je prihvatio da bude oditovan i ušao u ABC proceduru oditovanja za utvrđen vremenski period.
- 6.2. U obzir se ne uzimaju naslovi i izdanja o čijem broju štampanih primeraka, distribuciji i remitendi ne postoje dokazi, ako dokazi nisu dostupni, ili ako dokumentacija ne odgovara standardima i zahtevima ABC.
- 6.3. Broj štampanih, distribuiranih i prodatih primeraka se posebno utvrđuje za teritoriju Srbije, posebno za države u regionu sa kojima se Srbija graniči, a posebno za druge države u svetu u kojima se izdanje distribuira i prodaje. Konačan ishod oditovanja je izveštaj po zemljama i regionima u kojima se distribuira i prodaje izdanje koje se odituje.
- 6.4. Listovi koje ABC odituje, mogu biti predmet aktivne ili pasivne prodaje.
- Aktivna prodaja je
- a) Prodaja na tržištu preko kioska i drugih načina pojedinačne prodaje
  - b) Pojedinačna pretplata (uključuje pretplatu do pet primerka po pretplatniku)
  - c) Povremeni otkup primeraka od strane neke organizacije
- Pasivna prodaja je
- a) Pretplata na više od pet primeraka
  - b) Redovna paketna prodaja
  - c) Paketna prodaja pojedinih brojeva lista
  - d) Besplatna distribucija na osnovu utvrđene baze podataka
- 6.5. Listovi koji će se tokom oditovanja tretirati kao jedno isto izdanje, moraju sadržati identične oglase na istim stranama i u istoj veličini.
- 6.6. Primerci lista koji se reprodukuju u inostranstvu pod ugovorom o licenci, franšizi, zajedničkom ulaganju ili na osnovu drugačijeg ugovora o saradnji, ne moraju biti tretirani kao jedno isto izdanje, ukoliko nemaju iste oglase u svim izdanjima.
- 6.7. Veličina oglasa iz stava 6.5. i 6.6. mora u svim izdanjima biti iste veličine u odnosu na stranu, na kojoj su štampani. Sva ova izdanja moraju biti predmet jednog istog sertifikata.

## **7. OSNOVNA CENA LISTA**

- 7.1. **Osnovna Cena Lista (OCL)** koju prihvata ABC je ona cena po kojoj se oditovani list može normalno kupovati u slobodnoj prodaji, za razliku od "specijalne cene" koja se koristi u specijalnim uslovima i u limitiranom vremenskom periodu.
- 7.2. Za listove koji se prodaju u slobodnoj prodaji, ABC prihvata kao OCL onu cenu po kojoj se najmanje 70% prodatih primeraka lista prodaje u slobodnoj prodaji.
- 7.3. OCL mora biti jasno naznačena na naslovnoj strani svakog primerka lista koji se odituje.
- 7.4. Za listove koji se prodaju u regionu ili drugim državama, ABC prihvata da cena lista bude različita od cene lista u Srbiji i taj broj prodatih primeraka se uzima u obzir kod ABC oditovanja, pod uslovom da cena ovih primeraka nije niža od cene osnovnog izdanja za više od 50%.

*Primer: Ukoliko je OCL lista u Srbiji 50 dinara, cena u Crnoj Gori ili Republici Srpskoj mora biti najmanje 25 dinara da bi bila prihvaćena za ABC odituju.*

- 7.5. Primerci lista koji se u kontinuitetu prodaju po ceni nižoj od 50% od OCL, biće tretirani kao primerci koji se prodaju po "specijalnim cenama" i tako će biti kategorisani u ABC izveštajima.
- 7.6. Prethodna alineja se ne odnosi na listove koji se u kraćem i unapred najavljenom, vremenskom periodu prodaju po nižim cenama u svrhu promocije i promotivne prodaje.

## **8. RAZLIČIT SADRŽAJ IZDANJA**

- 8.1. Da bi izdanja jedne publikacije, koja obuhvataju različiti sadržaj i oglase, mogla u ABC sertifikatu da budu tretirana kao jedna ista publikacija, neophodno je da ova izdanja budu slična u meri koja će dopustiti da budu prihvaćena kao jedan proizvod.
- 8.2. I u slučajevima kada se u različitim izdanjima jedne publikacije ne pojavljuju isti oglasi i isti sadržaj, moguće je izdati sertifikat da je reč o istoj publikaciji i mogu biti uneti u Ukupan Prosečni Prodati Tiraž, pod uslovom da ta izdanja ispunjavaju kriterijume, po kojima bi mogla da budu prihvaćena kao izdanja jedne publikacije.
- 8.3. Da bi ova izdanja mogla da budu klasifikovana kao izdanja osnovne publikacije, primerci koji imaju različiti sadržaj i oglase moraju ispunjavati sledeće uslove:
- a) Da su štampana i distribuirana istog ili približno istog dana, kao i osnovna publikacija; ili
  - b) Da nose logo/zaglavljje ili naziv iste kao i osnovna publikacija; ili
  - c) Da nose oznake na vrhu naslovne strane, koje jasno i bez dvoumljenja ukazuju da je reč o izdanju osnovne publikacije;

## **9. DISKVALIFIKOVANI PRIMERCI**

9,1, Primerci listova, koji su prema ABC propisima izuzeti iz UPPT su sledeći:

- Besplatni primerci koji se dostavljaju zaposlenima u listu
- Kopije koje se šalju oglašivačima uz fakturu
- Besplatni primerci koji se šalju press kliping agencijama
- Primerci koji ulaze u arhivu izdavača
- Neprodani stari brojevi lista koji se čuvaju za naknadnu prodaju
- Neprodani primerci
- Vraćeni, a plaćeni primerci (vraćena pretplata i sl.)
- CD ili bilo koja druga elektronska verzija publikacije, ne može biti uključena u ABC Sertifikat

## **10. ANALIZA PRODATOG TIRAŽA**

- 10.1. Prodati Tiraž (u daljem tekstu PT), je broj primeraka koji se dobije kada se od štampanog tiraža odzmu svi neprodani primerci jednog izdanja, kao i drugi primerci, koji prema kriterijumima ABC, ne mogu biti uzeti u obzir kod izdavanja Sertifikata.

- 10.2. Izdavač je u obavezi da za ABC oditovanje PT, vodi odvojenu i kompletnu evidenciju o svim primercima koji se uzimaju u obzir za period u kojem se list odituje, a za primerke koji se distribuiraju u Srbiji, regionu ili nekoj drugoj državi.

## **11. VARIJACIJE TIRAŽA**

- 11.1. Izdavač mora odmah ili najkasnije u roku od trideset dana, da obavesti ABC, ukoliko tokom perioda oditovanja, kod nekog od oditovanih izdanja, dođe do porasta ili smanjenja tiraža od više od 20% od onog koji je dostavljen ABC u IIT.

## **12. KORIŠĆENJE I ČUVANJE PODATAKA**

- 12.1. Izdavač mora da pripremi i čuva sve podatke, za svaki broj lista koji će biti oditovan od strane ABC, a koji su predviđeni u IIT.
- 12.2. ABC oditor mora imati kompletan i neograničen pristup svim dokumentima, finansijskim podacima, kao i korespondenciji između izdavača i štamparije ili distributera, ili drugu korespondenciju koja dokazuje tiraž koji je izdavač prijavio u svom Sertifikatu.
- 12.3. Izdavač mora da omogući ABC oditoru uvid u sve podatke koji dokazuju stvarni tiraž, a koji se čuvaju ili su privremeno kod trećih lica, a koja su uključena u poslove oko štampanja, distribucije i drugih aktivnosti izdavača. To se odnosi na distributere, adremu, poštu, kompjuterski servis, baze podataka i slično. Odbijanje da se ovi podaci stave na uvid ABC oditoru, automatski vodi diskvalifikaciji ovog izdanja iz procesa verifikacije.
- 12.4. ABC oditovanje se oslanja isključivo na uvid u potpunu i originalnu dokumentaciju, a samo ponekad i na kopije dokumenata ili prepisani dokument.
- 12.5. Sva dokumenta koja se stave na raspolaganje ABC oditoru, tretiraju se kao strogo čuvana poslovna tajna i, osim na zahtev zvaničnih organa države, ne mogu se staviti na uvid trećim licima. O ovim podacima se ni u kojoj formi ne mogu obavestavati treća lica, niti se u bilo kojoj formi smeju kopirati, prepisivati, slati e-mailom ili na drugi način o njihovom sadržaju obavestavati treća lica.
- 12.6. Sva finansijska i druga dokumentacija, uključujući i dokumentaciju koja je kod trećih lica, bilo finansijska ili druga, a koja je potrebna za valjano oditovanje tiraža, mora se čuvati sve dok se ne objavi ABC Sertifikat. Svi podaci koji su potrebni za oditovanje tiraža u jednom vremenskom periodu, moraju se čuvati sve dok se ne primi Sertifikat za sledeći period.

## **13. SLOBODNA PRODAJA I OSTALA KOMADNA PRODAJA**

- 13.1. Kategorija slobodne i komadne prodaje listova, podrazumeva primerke lista koji se prodaju preko velikoprodaje i/ili maloprodaje (kiosci, ulična prodaja i slično), ili komadne prodaje direktno kupcima. Prodaja direktno kolporterima ili kioscima se takođe smatra kao slobodna, komadna prodaja.
- 13.2. Slobodna prodaja se može ugovarati na osnovu povraćaja neprodatih primeraka, ili fiksne prodaje (bez povraćaja remitende).
- 13.2.1. "Prodaja sa povraćajem remitende" znači prodaju, kao se od ukupnog broja distribuiranih primeraka, iz maloprodaje vraća remitenda (neprodati primerci), čija se vrednost oduzima od distribuiranih primeraka. Neprodati primerci se u ABC Sertifikatu unose u stavku "Remitenda". Za potrebe ABC, izdavač mora u ugovoru o prodaji na bazi remitende, da predvidi mogućnost utvrđivanja broja neprodatih primeraka.
- 13.2.2. "Fiksna prodaja" znači da se izdavaču ne vraćaju neprodati primerci, a izdavač kupcu fakturiše vrednost ukupnog broja prodatih primeraka.
- 13.3. Za svaki primerak koji se prodaje u slobodnoj prodaji, izdavač je obavezan da dostavi dokaz o naplati prodatih primeraka.

## **14. PROMOTIVNA PRODAJA**

- 14.1. Izdavač može da nudi/prodaje list koristeći promotivne aktivnosti:
- a) Da se distributeru prodaju listovi po nižoj ceni nego što je to utvrđeno godišnjim ugovorom
  - ili
  - b) Da kupci mogu da kupe list po nižoj ceni od Osnovne Cene Lista
- 14.2. O svim ovakvim oblicima promocije oditoru mora biti stavljeni na uvid sledeća dokumentacija:
- Naslov koji je promovisan
  - Broj koji je promovisan
  - Trajanje promocije
  - Distributer, region u kojem je realizovana promocija
  - Uslovi plaćanja promotivnih listova/brojeva

## **15. POJEDINAČNA PRETPLATA (P)**

- 15.1. Pojedinačna pretplata podrazumeva plaćene primerke izdanja, distribuirane na ime pretplatnika na osnovu narudžbenice fizičkog ili pravnog lica. Izdavač je dužan da vodi evidenciju o svim pretplaćenim primercima za vreme koje pokriva pretplata. Izuzeci mogu biti sledeći:
- Poklon pretplata (podrazumeva pretplatu do 20 pretplata, po utvrđenom poimeničnom spisku, koje poručuje i plaća jedno lice ili kompanija)
- 15.2. Uplata mora biti plaćena na ime pretplatnika – kompanije ili zaposlenog u kompaniji – za period od najmanje tri meseca.
- 15.3. Osnovna Cena Godišnje Pretplate (OCGP) je cena po kojoj izdavač prodaje jednogodišnju pretplatu na jedan primerak lista.

## **16. GRUPNA PRETPLATA**

- 16.1. Grupna pretplata podrazumeva pretplatnike na pet ili više primeraka jednog izdanja.

## **17. STARI PRIMERCI**

- 17.1. Svi primerci lista, koji su izdati i distribuirani pre broja koji je izdat u vreme oditovanja, tretiraju se kao stari primerci.

## **18. PAKETNA PRODAJA (PP)**

- 18.1. Ova prodaja podrazumeva prodaju lista u količinama većim od 20 primeraka, koje izdavač pod posebnim uslovima prodaje na regularnoj bazi. To su obično primerci koji se prodaju pod posebnim uslovima ili poklanjaju aviokompanijama, hotelima i slično. Ti primerci se takođe mogu deliti ili poklanjati poslovnim partnerima i klijentima.
- 18.2. U tom slučaju izdavač je u obavezi da na osnovu baze podataka dokaže da su ovi primerci dostavljeni i stavljeni na raspolaganje primaocu i ciljnoj grupi kojoj su namenjeni.
- 18.3. Paketna prodaja se u Sertifikatu odituje posebno.

## **19. KONTROLISANA BESPLATNA DISTRIBUCIJA (KBD)**

- 19.1. Kontrolisana besplatna distribucija podrazumeva primerke lista koji se redovno, besplatno šalju pojedincima na adrese, a ulaze u kriterijume koji se usaglašavaju između izdavača i ABC. Takvi primerci mogu se slati saradnicima, oglasnim agencijama, oglašivačima i drugim pojedincima i kompanijama sa kojima izdavač ima poslovni odnos ili od toga ima koristi.
- 19.2. Kontrolisana besplatna distribucija se uzima u obzir kod oditovanja.

## **20. NEKONTROLISANI BESPLATNI PRIMERCI (NBP)**

- 20.1. Nekontrolisani besplatni primerci su oni koji se dostavljaju besplatno na adrese pojedinaca ili kompanija, koji nisu pretplatnici, već klijenti kompanija sa kojima izdavač povremeno ima nekakav oblik saradnje. To mogu biti promotivne aktivnosti ili distribucija lista na različitim priredbama ili događanjima.
- U ovom slučaju izdavač mora da dostavi dokumentaciju o broju distribuiranih primeraka, i okolnostima koje su dovele da se taj broj primeraka distribuira kao nekontrolisani besplatni primerci.

## **21. KONTROLA DISTRIBUCIJE BESPLATNIH PRIMERAKA**

- 21.1. Kontrola besplatne distribucije, odnosi se na besplatne primerke lista koji se distribuiraju u paketima u kontinuitetu i svakodnevno. Ova distribucija se obavlja na tačno naznačeno "mesto distribucije" sa ciljem da bude preuzeta od strane krajnjeg korisnika.
- 21.2. Osnovni dokaz ovakve distribucije je dokument o prijemu ovih primeraka od strane krajnjeg korisnika. Izjava o distribuciji ovih primeraka, neće se uzimati u obzir kao dokaz distribucije, osim ukoliko predhodno ne postoji saglasnost ABC za takvu distribuciju.
- 21.3. "Mesto distribucije" je adresa za dostavu paketa primeraka i mora biti mesto na kojem se paketi sa primercima dostavljaju i preuzimaju od strane finalnog kupca.
- 21.4. "Mesta distribucije" mogu biti sledeća:
- Hotel
  - Pozorište, klub, mesto održavanja muzičkih priredbi
  - Salon aviokompanije na aerodromu
  - Kancelarija određene osobe ili kompanije

## **22. AVIOKOMPANIJE/VOZOVI/AUTOBUSI**

- 22.1. Primerci koji se distribuiraju trećem licu – distributeru – za naknadnu besplatnu distribuciju u avionima, vozovima ili autobusima, mogu se kvalifikovati kao paketna distribucija pod sledećim uslovima:
- a) Da postoji pisani ugovor između izdavača i nezavisnog distributera, po kojem će ovaj svaki broj lista dostavljati aviokompaniji, železnici ili autobuskom prevozniku
  - b) Da ugovor sadrži tačan broj primeraka svakog broja, koji će se dostavljati
  - c) Da se ABC stavi na uvid kompletan i slobodan pristup dokumentaciji sa distributerom i/ili aviokompanijom/železnicom ili autobuskim prevoznikom
- 22.2. Kompletne podaci o besplatnoj paketnoj distribuciji će se evidentirati na posebnom formularu, koji sadrži:
- Broj štampanih primeraka
  - Broj primeraka distribuiranih kao paketna distribucija
  - Broj primeraka distribuiranih pojedinačno
  - Broj primeraka koji su vraćeni

## **23. GEOGRAFSKE ANALIZE**

- 23.1. Izdavač može da odluči da izveštava na osnovu geografske analize tiraža, za regione gde distribuira svoje izdanje.
- 23.2. Podaci moraju biti zasnovani na kompletnoj analizi podataka koji se unose u Sertifikat i za kompletan period oditovanja.
- 23.3. Ovakva analiza omogućava da se posebno analiziraju tiraži i prodati/neprodani primerci u tačno određenim delovima Srbije, koje odredi ABC, a posebno u Crnoj Gori, Republici Srpskoj ili nekoj drugoj državi u svetu.