

**Regulamin kontroli nakładu i dystrybucji prasy  
zarejestrowanej w Związku Kontroli Dystrybucji Prasy  
(tekst jednolity obowiązujący od 1 stycznia 2019 r.)**

Na podstawie par. 18 ust. 2 „Statutu Związku Kontroli Dystrybucji Prasy” uchwała się, co następuje:

## **1 DEFINICJE/SŁOWNIK POJĘĆ<sup>1</sup>**

- 1.1 „Kontrolowany Tytuł Prasowy” to publikacja periodyczna, zarejestrowana w sądowym Rejestrze Dzienników i Czasopism oraz w ZKDP, ukazująca się nie rzadziej niż raz w roku, opatrzona na pierwszej stronie stałym tytułem, numerem bieżącym i datą. Kontrolowany Tytuł Prasowy to również Wydanie Specjalne tytułu prasowego zarejestrowanego w ZKDP, wpisane do sądowego Rejestru Dzienników i Czasopism tego tytułu, ukazujące się nie rzadziej niż raz w roku, zgodnie z określoną tam częstotliwością, opatrzone na pierwszej stronie numerem bieżącym, datą i stałym tytułem, pod którym zostało przez wydawcę zgłoszone do rejestru ZKDP. Ze względu na dzień edycji lub obszar dystrybucji wydawca może wprowadzić dodatkowy znak słowno-graficzny jako uzupełnienie tytułu prasowego. Kontrolowane Tytuły Prasowe ze względu na obszar dystrybucji (z pominięciem prenumeraty Wydań drukowanych i *cyfrowych form rozpowszechniania*) dzielą się na:
- 1.1.1 pisma lokalne, które rozpowszechniane są w wybranych przez wydawcę powiatach położonych na obszarze nie więcej niż trzech województw,
  - 1.1.2 pisma regionalne, które rozpowszechniane są przez wydawcę we wszystkich powiatach położonych co najmniej w jednym województwie, ale nie na terenie całego obszaru Rzeczypospolitej Polskiej,
  - 1.1.3 pisma ogólnopolskie, które rozpowszechniane są we wszystkich województwach na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej;
- 1.2 „Pismo Płatne” to Kontrolowany Tytuł Prasowy zawierający informacje o cenie;
- 1.3 „Pismo Bezpłatne” to Kontrolowany Tytuł Prasowy niezawierający informacji o cenie i rozpowszechniany bezpłatnie. Odbiorca może ponosić co najwyżej koszty dostawy;
- 1.4 „Pismo Branżowe” to płatny albo bezpłatny Kontrolowany Tytuł Prasowy skierowany do osób związanych z daną branżą lub zawodem i poświęcony problematyce określonej gałęzi gospodarki lub grupy zawodowej. O zakwalifikowaniu tytułu prasowego do grupy Pism Branżowych decyduje, na wniosek wydawcy, Zarząd ZKDP. Od decyzji Zarządu przysługuje prawo odwołania do Sądu Koleżeńskiego;
- 1.5 „Wydanie” to wszystkie egzemplarze Kontrolowanego Tytułu Prasowego opatrzone tą samą datą wydawniczą i numerem. Wydania o łączonej numeracji (podwójne, potrójne itd.) są traktowane jako jedno Wydanie. W jednym Wydaniu mogą występować Mutacje Wydawnicze lub Mutacje Cenowe;
- 1.6 „Mutacja Wydawnicza” to część Nakładu Wydania Kontrolowanego Tytułu Prasowego różniąca się aktualnością lub obszarem dystrybucji. Różnice nie mogą pozbawiać danego numeru jego istotnych cech;
- 1.7 „Mutacja Cenowa” to część Nakładu Wydania Kontrolowanego Tytułu Prasowego różniąca się

---

<sup>1</sup> Wersalikami i pismem pogrubionym zapisano tytuły działów niniejszego regulaminu.

Ceną Egzemplarzową;

- 1.8 „E-wydanie” to elektroniczna wersja przynajmniej jednej z Mutacji Wydawniczych Kontrolowanego Tytułu Prasowego, niezmienna przez cały okres rozpowszechniania przewidziany dla danej częstotliwości, która zachowuje istotne cechy wydania drukowanego, w szczególności identyfikację Wydania (data i numer Wydania), format liniowy (w postaci paginacji lub innej metody przeglądania zawartości od początku do końca), winietę oraz zawiera ten sam w formie i treści materiał prasowy (w szczególności materiał redakcyjny, komunikaty, ogłoszenia i reklamy) co wydanie drukowane. Wymóg całkowitej zgodności E-wydania z wydaniem drukowanym nie dotyczy insertów i gadżetów. Jeżeli w wydaniu drukowanym znajdują się materiały redakcyjne, do publikacji których w innych polach eksploatacji wydawca nie ma praw, materiały te mogą być usunięte z E-wydania, co nie stanowi w tym przypadku naruszenia wymogu tożsamości formy i treści. Materiał prasowy w E-wydaniu może być dodatkowo rozszerzony lub zaadaptowany w sposób pozwalający na wykorzystanie możliwości technologicznych;
- 1.9 „Dostęp Cyfrowy” to sprzedany cyfrowy zbiór treści powiązanych z wydaniem drukowanym jednego lub kilku Kontrolowanych Tytułów Prasowych. W przypadku, gdy dostęp cyfrowy powiązany jest z kilkoma Kontrolowanymi Tytułami Prasowymi, wydawca wskazuje, dla którego z nich (wyłącznie jednego) deklarowane są dane dla danego roku kalendarzowego. Do Dostępów Cyfrowych nie zalicza się dostępów do pojedynczych materiałów prasowych;
- 1.10 „Cennik” to informacja o sugerowanej cenie danej wersji Dostępu Cyfrowego w danym dniu, opublikowana w miejscu Sprzedaży Dostępów Cyfrowych;
- 1.11 „Nakład” to liczba wydrukowanych egzemplarzy Wydania Kontrolowanego Tytułu Prasowego opatrzonego tą samą datą wydawniczą oraz tym samym numerem;
- 1.12 „Średni Nakład Jednorazowy” to liczba egzemplarzy Kontrolowanego Tytułu Prasowego podzielona przez liczbę Wydań w danym okresie;
- 1.13 Za „Cykl Wydawniczy” przyjmuje się:
- 1.13.1 dla dzienników – okres jednego miesiąca kalendarzowego lub 30 następujących po sobie dni również w przypadku wybranych Wydań, np.: wyłącznie Wydań magazynowych,
  - 1.13.2 dla tygodników, dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu – cztery kolejne Wydania,
  - 1.13.3 dla miesięczników, pism ukazujących się nie rzadziej niż dziesięć razy w roku i dwumiesięczników – trzy kolejne Wydania,
  - 1.13.4 dla pozostałych publikacji periodycznych ukazujących się rzadziej niż dziesięć razy w roku i wydawnictw o nieregularnej częstotliwości ukazywania się – co najmniej dwa kolejne Wydania.
- 1.14 „Wydanie Specjalne lub Nadzwyczajne” to takie Wydanie Kontrolowanego Tytułu Prasowego, które nie jest mutacją a na pierwszej stronie zawiera wszystkie oznaczenia wymagane dla Kontrolowanego Tytułu Prasowego i przez swoją zawartość merytoryczną lub numer kolejny lub datę Wydania (bądź porę wydania w danym dniu) różni się od Kontrolowanego Tytułu Prasowego. Wydania spełniające ww. wymagania i nieposiadające odrębnego rejestru sądowego (z wyłączeniem wydań specjalnych, o których mowa w pkt 1.1) mogą być na wniosek wydawcy objęte kontrolą, lecz nie podlegają one wpisowi do rejestru ZKDP. Dla potrzeb kontroli Nakładu

i dystrybucji prasy każdy numer Wydania Specjalnego lub Nadzwyczajnego jest traktowany jak odrębny tytuł prasowy i wymaga sporządzenia odrębnej deklaracji na podstawie wymaganych dokumentów;

- 1.15 „Wydanie Niedzielne” to Wydanie Kontrolowanego Tytułu Prasowego ukazujące się w niedzielę, które dla potrzeb kontroli i dystrybucji prasy wydawca może zgłosić jako odrębny tytuł prasowy;
- 1.16 „Pierwszy Dzień Sprzedaży” (PDS) to najwcześniejsza z dat wprowadzenia Wydania Pisma Płatnego do sprzedaży egzemplarzowej przez któregośkolwiek Kolportera, a jedynie w przypadku dystrybucji wyłącznie we własnym zakresie (bez pośrednictwa Kolportera) to dzień, w którym dokonano pierwszej transakcji Sprzedaży;
- 1.17 „Dane ZKDP” to archiwalne zagregowane dane o Nakładach i rozpowszechnianiu Kontrolowanych Tytułów Prasowych lub Sprzedaży Dostępów Cyfrowych zebrane przez ZKDP na podstawie deklaracji wydawców-członków ZKDP, według wzorów wymienionych w pkt 2.7 niniejszego regulaminu, opublikowane przez ZKDP w formie elektronicznej lub zeszytowej;
- 1.18 „Dane Opracowane” to dane powstałe w wyniku operacji matematycznych i/lub statystycznych na Danych ZKDP;
- 1.19 „Posługiwanie się Danymi ZKDP lub Danymi Opracowanymi” to każdy sposób przekazania/użycia tych danych;
- 1.20 „Prezentacja” oznacza Posługiwanie się Danymi ZKDP i/lub Danymi Opracowanymi jednego i/lub kilku wydawców (za ich zgodą) bez możliwości wykorzystania danych dotyczących niekontrolowanych tytułów prasowych;
- 1.21 „Porównanie” oznacza posługiwanie się wyłącznie Danymi ZKDP jednego i/lub kilku wydawców lub Danymi Opracowanymi, które nie jest Prezentacją;
- 1.22 „Pakiet” to oferta łącznego zakupu co najmniej dwóch aktualnych Wydań Kontrolowanych Tytułów Prasowych po cenie ustalonej dla tej oferty, pod warunkiem że każdy z tych tytułów można zakupić oddzielnie w danej formie rozpowszechniania. W przypadku prenumeraty Pakietów pism o różnych częstotliwościach ukazywania się na rynku oferta musi dotyczyć najdłuższego z Cykli Wydawniczych;
- 1.23 „Cena Egzemplarzowa” to umieszczona w sposób trwały cena, właściwa dla danego wydania drukowanego, przewidziana dla sprzedaży egzemplarzowej; ilekroć w niniejszym regulaminie jest mowa o cenie, należy rozumieć, że jest to cena wyrażona w PLN, zawierająca właściwą stawkę VAT;
- 1.24 „Udostępniony Egzemplarz E-wydania” to egzemplarz, do którego, dzięki technologii pozostającej w stałej dyspozycji podmiotu dystrybuującego E-wydania, zapewniony jest dostęp na rzecz ostatecznych odbiorców;
- 1.25 „Barter” lub „Umowa Barterowa” oznacza porozumienie, na podstawie którego dochodzi do zbycia przez wydawcę egzemplarzy Kontrolowanych Tytułów Prasowych lub Dostępów Cyfrowych w zamian za towary lub usługi innych podmiotów, bez lub z częściowym wynagrodzeniem pieniężnym, niekoniecznie w ramach jednej transakcji z jednym podmiotem (barter wielostronny);
- 1.26 „Autokorekta” oznacza przedstawienie, po złożeniu deklaracji, nowych danych zmieniających wielkości podane w deklaracji, wraz z wyjaśnieniem;

- 1.27 „Kolporter” to firma zaopatrująca i rozliczająca punkty, w których odbywa się Sprzedaż prasy po Cenie Egzemplarzowej i/lub firma prowadząca prenumeratę;
- 1.28 „Audytor” – biegły rewident lub jednostka, o której mowa w art. 47 ustawy z dnia 7 maja 2009 r. o biegłych rewidentach i ich samorządzie, podmiotach uprawnionych do badania sprawozdań finansowych oraz o nadzorze publicznym (tj. Dz.U. z 2009 r. nr 77 poz. 649 z późn.zm.), z którymi ZKDP zawarł umowę;
- 1.29 „Rejestr Dzienników i Czasopism” oznacza rejestr dzienników i czasopism, o którym mowa w art. 23a Ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe (Dz.U. z 1984 nr 5 poz. 24 z późn.zm.);
- 1.30 „Sprzedaż” oznacza zawarcie umowy sprzedaży w rozumieniu art. 535 Kodeksu cywilnego (Dz.U. 1964 nr 16 poz. 93 ze zm.), przez którą sprzedawca zobowiązuje się przenieść na kupującego własność rzeczy i wydać mu rzecz, a kupujący zobowiązuje się rzecz odebrać i zapłacić sprzedawcy cenę;
- 1.31 „Administrator” oznacza administratora danych osobowych w rozumieniu rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych);
- 1.32 „Dane Osobowe” oznaczają wszelkie dane przedłożone przez wydawcę-członka celem umożliwienia weryfikacji deklaracji o wysokości Nakładu i dystrybucji prasy stanowiące dane osobowe w rozumieniu rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych), w szczególności dane umożliwiające identyfikację kontrahentów lub odbiorców Kontrolowanych Tytułów Prasowych będących osobami fizycznymi.

## **2 ZASADY OGÓLNE**

- 2.1 Kontroli w ZKDP podlega wyłącznie tytuł prasowy, który został zarejestrowany w ZKDP przez wydawcę-członka ZKDP.
- 2.2 Nadzór nad rzetelnością informacji o wysokości Nakładu i rozpowszechnianiu Kontrolowanych Tytułów Prasowych z uwzględnieniem struktury geograficznej i sposobów dystrybucji wykonują:
- 2.2.1 wydawcy indywidualnie poprzez:
- 2.2.1.1 składanie deklaracji o Nakładach i rozpowszechnianiu Kontrolowanych Tytułów Prasowych z uwzględnieniem sposobów dystrybucji i struktury geograficznej w podziale na województwa,
- 2.2.1.2 poddanie się kontroli, którą przeprowadza Audytor;
- 2.2.2 Zarząd ZKDP poprzez:
- 2.2.2.1 zbieranie i archiwizowanie deklaracji wydawców,
- 2.2.2.2 organizowanie procesu kontroli Nakładu i rozpowszechniania Kontrolowanych Tytułów Prasowych oraz udostępnianie wyników kontroli,

- 2.2.2.3 rozpatrywanie skarg (protestów) złożonych przez zainteresowanych członków ZKDP, dotyczących informacji zawartych w deklaracjach o wysokości Nakładów i rozpowszechnianiu, jak również wszelkich innych materiałach, w których przywołane są Dane ZKDP.
- 2.3 Wydawca zgłasza do rejestracji przez ZKDP dziennik albo czasopismo, które wydaje i zamierza poddać kontroli. Do wniosku o wpisanie do rejestru ZKDP dołącza się potwierdzenie rejestracji sądowej i egzemplarz okazowy. Jeżeli wydawca zgłasza do rejestracji tytuł prasowy jeszcze przed opublikowaniem pierwszego numeru, do wniosku dołącza wydruk ostatecznej wersji strony tytułowej (z numeracją i datą) oraz strony redakcyjnej (ze „stopką”). Wzór wniosku określa załącznik E do regulaminu. Wydawca-członek Związku zobowiązany jest do przesyłania Zarządowi aktualizacji danych zawartych we wniosku, w terminie 14 dni od ich zmiany.
- 2.4 O wpisie tytułu prasowego decyduje Zarząd ZKDP w terminie trzydziestu dni od złożenia wniosku. W przypadku odmowy wpisu Zarząd jest zobowiązany uzasadnić decyzję na piśmie. Od decyzji Zarządu wydawcy przysługuje odwołanie do Zjazdu. Odwołanie wnosi się za pośrednictwem Zarządu w terminie czternastu dni od dnia doręczenia decyzji.
- 2.5 Od daty wpisu do rejestru ZKDP (po opłaceniu wpisowego) wydawcy przysługują prawa i obowiązki, w szczególności prawo używania w Kontrolowanym Tytule Prasowym numeru rejestru i znaku ZKDP.
- 2.6 Wydawca, aby zamieszczać w deklaracjach dane o bezpłatnej dystrybucji E-wydań wszystkich typów pism, ma obowiązek:
- 2.6.1 przed pierwszym bezpłatnym udostępnieniem E-wydań, które zamierza wykazać w deklaracji, zgłosić ten fakt Zarządowi ZKDP i uzyskać jednorazowo potwierdzenie spełnienia wymagań określonych w pkt 3.12 niniejszego regulaminu. Zarząd ZKDP w terminie czternastu dni kalendarzowych przed określonym w niniejszym regulaminie terminem złożenia pierwszej deklaracji, zawierającej dane o *bezpłatnej dystrybucji e-wydań*, wyda decyzję w sprawie spełniania przez wydawcę tych wymagań;
  - 2.6.2 poddać się wrywkowemu sprawdzeniu przez Biuro ZKDP dotyczącemu spełnienia wymagań określonych w pkt 3.12 niniejszego regulaminu za okres, w którym wykazywane są te E-wydania, a w przypadku ich niespełnienia złożyć Autokorektę w odniesieniu do *bezpłatnej dystrybucji e-wydań* nie później niż przed złożeniem kolejnej deklaracji. W razie niezłożenia Autokorekty w wymaganym terminie Zarządowi ZKDP przysługuje prawo do odrzucenia deklaracji, do których wydawca winien złożyć Autokorekty, w części dotyczącej E-wydań.
- 2.7 Wydawcy wykonują swoje obowiązki w następujący sposób:
- 2.7.1 wydawcy przekazują deklaracje według wzorów stanowiących załączniki: A-1, A-2, A-3 (dla Pism Płatnych), B-1, B-2, B-3 (dla Pism Bezpłatnych), C-1, C-2, C-3 (dla Pism Branżowych Płatnych) oraz D-1, D-2, D-3 (dla Pism Branżowych Bezpłatnych);
  - 2.7.2 deklaracje dzienników składane są do końca miesiąca następującego po miesiącu deklarowanym (dopuszczalna zwłoka wynosi dwa dni robocze). Sporządza się je według wzorów stanowiących załączniki:
    - 2.7.2.1 dla Pism Płatnych – wg załącznika A-1,
    - 2.7.2.2 dla Pism Bezpłatnych – wg załącznika B-1,
    - 2.7.2.3 dla Pism Branżowych Płatnych – wg załącznika C-1,

- 2.7.2.4 dla Pism Branżowych Bezpłatnych – wg załącznika D-1;
- 2.7.3 deklaracje tygodników oraz dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu składane są do piętnastego dnia drugiego miesiąca następującego po miesiącu deklarowanym. Sporządza się je według wzorów stanowiących załączniki:
  - 2.7.3.1 dla Pism Płatnych – wg załącznika A-2,
  - 2.7.3.2 dla Pism Bezpłatnych – wg załącznika B-2,
  - 2.7.3.3 dla Pism Branżowych Płatnych – wg załącznika C-2,
  - 2.7.3.4 dla Pism Branżowych Bezpłatnych – wg załącznika D-2;
- 2.7.4 deklaracje miesięczników i pism ukazujących się nie rzadziej niż dziesięć razy w roku składane są do piętnastego dnia drugiego miesiąca następującego po miesiącu deklarowanym. Deklaracje pism ukazujących się rzadziej niż dziesięć razy w roku i wydawnictw o nieregularnej częstotliwości ukazywania się składane są do piętnastego dnia drugiego miesiąca następującego po okresie deklarowanym. Sporządza się je w formie załączników:
  - 2.7.4.1 dla Pism Płatnych – wg załącznika A-3,
  - 2.7.4.2 dla Pism Bezpłatnych – wg załącznika B-3,
  - 2.7.4.3 dla Pism Branżowych Płatnych – wg załącznika C-3,
  - 2.7.4.4 dla Pism Branżowych Bezpłatnych – wg załącznika D-3;
- 2.7.5 w przypadku Kontrolowanych Tytułów Prasowych, których Mutacje Wydawnicze ukazują się z różną częstotliwością lub, ze względu na obszar dystrybucji, egzemplarze zostały oznaczone inną datą wydawniczą i/lub numerem, wydawcy przekazują odrębne deklaracje. Przy publikacji deklaracje opatrzone zostają komentarzem, że dotyczą jednego Kontrolowanego Tytułu Prasowego;
- 2.7.6 w przypadku Pism Płatnych (z wyłączeniem Pism Branżowych), których co najmniej 30% średniego Nakładu jednorazowego rozpowszechniane jest bezpłatnie, wydawca zobowiązany jest przekazać deklaracje uzupełniające według wzorów stanowiących załączniki B-1, B-2, B-3 – odpowiednio do deklaracji, o których mowa powyżej w pkt 2.7.2.1, 2.7.3.1 i 2.7.4.1, wyłącznie w zakresie kolumn oznaczonych numerami 1, 2 i od 11 do 17 wraz z tabelą geograficznej struktury rozpowszechniania. Jednocześnie wydawcom Pism Płatnych (w tym Pism Branżowych) i Pism Bezpłatnych przysługuje prawo do porównywania danych o rozpowszechnianiu bezpłatnym; dane z poszczególnych pól deklaracji uzupełniających, o których mowa powyżej, mogą być porównywane z danymi z odpowiadających im pól deklaracji Pism Bezpłatnych, a w przypadku Pism Branżowych – dane z deklaracji C-1, C-2, C-3 z danymi z odpowiadających pól deklaracji Branżowych Pism Bezpłatnych;
- 2.7.7 gdy po złożeniu deklaracji wydawca otrzyma nowe dane, zmieniające wielkości podane w deklaracji, zobowiązany jest niezwłocznie przedstawić Zarządowi Autokorektę. Autokorektę należy przedstawić także Audytorowi podczas kontroli. Autokorekta udostępniana jest przy najbliższej publikacji danych ZKDP. Prawo do złożenia korekty wygasa w terminie trzech miesięcy od daty złożenia deklaracji podlegającej korekcie, chyba że Zarząd ZKDP na pisemny wniosek wydawcy termin ten przedłuży. Termin na złożenie Autokorekty w obu przedstawionych przypadkach

nie może upłynąć później niż w dniu rozpoczęcia kontroli zwyczajnej. Wyjątek stanowią tytuły, które nie zostały poddane kontroli zwyczajnej, gdyż nie znalazły się na liście, o której mowa w pkt 5.7 niniejszego regulaminu. Dla tych tytułów termin na złożenie Autokorekty mija z dniem 15 maja. Autokorekcie podlegają także deklaracje poddane kontroli wstępnej, o której mowa w pkt 2.7.9 niniejszego regulaminu;

2.7.8 wydawca zobowiązany jest poddać każdy z Kontrolowanych Tytułów Prasowych co najmniej jeden raz na 3 lata kontroli zwyczajnej, sprawdzającej rzetelność deklaracji, i pokryć jej koszty zgodnie z cennikiem kontroli zatwierdzonym przez Zarząd ZKDP, z wyłączeniem Pism Branżowych, które poddawane są kontroli raz w roku. Kontrolę przeprowadza Audytor;

2.7.9 nowy wydawca-członek ZKDP dodatkowo zobowiązany jest poddać się kontroli wstępnej, sprawdzającej rzetelność deklaracji, i pokryć jej koszty zgodnie z cennikiem kontroli zatwierdzonym przez Zarząd ZKDP. Kontrolę przeprowadza Audytor na podstawie porozumienia pomiędzy wydawcą a Audytorem, zawartego nie później niż w wymaganym przez niniejszy regulamin terminie złożenia pierwszej deklaracji. Kontrola obejmuje:

2.7.9.1 w przypadku tytułów, o których mowa w pkt 2.9.1, 2.9.2, 2.9.3 niniejszego regulaminu:

2.7.9.1.1 trzy pierwsze opublikowane przez ZKDP deklaracje, pod warunkiem że do przeprowadzenia kontroli zwyczajnej pozostaną co najmniej dwie deklaracje w danym roku;

2.7.9.1.2 cztery pierwsze opublikowane przez ZKDP deklaracje, pod warunkiem że będą to wszystkie deklaracje w danym roku,

2.7.9.2 w przypadku tytułów, o których mowa w pkt 2.9.4 i 2.9.5 niniejszego regulaminu, pierwszą opublikowaną przez ZKDP deklarację.

2.7.10 kontrola, o której mowa w pkt 2.7.9, powinna się zakończyć nie później niż miesiąc po złożeniu ostatniej z deklaracji objętych kontrolą. Skorygowane w wyniku kontroli wstępnej dane podlegają publikacji niezwłocznie po przyjęciu protokołu kontroli przez Zarząd ZKDP i złożeniu przez wydawcę Autokorekty. Termin na złożenie takiej Autokorekty upływa nie później niż w dniu złożenia kolejnej deklaracji, o której mowa w pkt 2.7.9.1 i 2.7.9.2.

2.8 Do obowiązków Zarządu ZKDP należy:

2.8.1 opracowanie instrukcji wypełniania deklaracji wydawcy o wysokości Nakładu i dystrybucji prasy;

2.8.2 udostępnianie członkom ZKDP danych zawartych w deklaracjach wydawców w ciągu jednego miesiąca od upływu terminów określonych w pkt 2.7.2, 2.7.3 i 2.7.4;

2.8.3 udostępnianie skontrolowanych danych;

2.8.4 po zakończeniu kontroli zwyczajnych publikacja na stronie internetowej ZKDP komunikatu o średnim rocznym Nakładzie i średniej rocznej właściwej dla formy rozpowszechniania Kontrolowanego Tytułu Prasowego.

2.9 Kontrolowane Tytuły Prasowe, o których mowa w pkt 1.1-1.4, dzielą się w zależności od częstotliwości ich ukazywania na pięć kategorii:

- 2.9.1 dzienniki;
  - 2.9.2 tygodniki, dwutygodniki i pisma ukazujące się dwa lub trzy razy w miesiącu;
  - 2.9.3 miesięczniki i pisma ukazujące się nie rzadziej niż dziesięć razy w roku;
  - 2.9.4 publikacje periodyczne ukazujące się rzadziej niż dziesięć razy w roku;
  - 2.9.5 wydawnictwa o nieregularnej częstotliwości ukazywania się.
- 2.10 Podstawę wyliczeń geograficznej struktury rozpowszechniania w podziale na województwa (dla płatnych dzienników oraz płatnych tygodników lokalnych z wyłączeniem Pism Branżowych) stanowi, w przypadku:
- 2.10.1 Pisma Płatnego – *rozpowszechnianie płatne razem*, stanowiące sumę *rozpowszechniania wydań drukowanych i rozpowszechniania e-wydań*;
  - 2.10.2 Pisma Bezpłatnego, w tym Pisma Branżowego – *egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem*;
  - 2.10.3 Pisma Branżowego Płatnego – *rozpowszechnianie ogółem*, stanowiące sumę *rozpowszechniania płatnego razem i rozpowszechniania bezpłatnego wydań drukowanych*.
- 2.11 Rozpowszechnieniem Wydania jest jego rozpowszechnienie w okresie zgodnym z zarejestrowaną dla Kontrolowanego Tytułu Prasowego częstotliwością ukazywania się, z zachowaniem zasady, że Wydanie następne wycofuje poprzednie. W przypadku E-wydania rozpowszechnienie może nastąpić wcześniej niż wydania drukowanego i trwać nie dłużej niż do godziny 6.00 czasu obowiązującego w Polsce w dniu zakończenia Sprzedaży Wydań drukowanych, z zastrzeżeniem, że okres rozpowszechniania obu wersji będzie identyczny.
- 2.12 W uzasadnionych przypadkach, w szczególności dużej liczby dni świątecznych w okresie rozpowszechniania, wyjątkowej aktualności materiałów redakcyjnych oraz dla Wydań magazynowych dzienników, dopuszczalne jest wykazywanie w deklaracjach wyników jednoczesnego rozpowszechniania nie więcej niż dwóch Wydań Kontrolowanego Tytułu Prasowego. Dłuższy okres rozpowszechniania musi dotyczyć całego Wydania, a nie poszczególnych Mutacji Cenowych lub Mutacji Wydawniczych i nie może przekraczać:
- 2.12.1 dla dzienników – jednego dnia (z wyłączeniem niedziel i świąt); a
  - 2.12.2 dla pozostałych kategorii Kontrolowanych Tytułów Prasowych, o których mowa w pkt 2.9.2 - 2.9.4 – jednego okresu przewidzianego dla danej częstotliwości;
  - 2.12.3 dla wydawnictw o nieregularnej częstotliwości ukazywania się – Pierwszego Dnia Sprzedaży (dla Pism Płatnych) lub rozpoczęcia dystrybucji (dla Pism Bezpłatnych) kolejnego (trzeciego) Wydania, tak aby jednoczesnemu rozpowszechnianiu podlegały wyłącznie ostatnie Wydanie i Wydanie bezpośrednio je poprzedzające.
- 2.13 Wyjątki, o których mowa w punkcie poprzedzającym nie mają zastosowania do E-wydań. Do E-wydań stosuje się wyłącznie zasady określone w pkt 2.11.
- 2.14 W odniesieniu do Pakietów stosuje się następujące zasady:
- 2.14.1 za okres rozpowszechniania Pakietu przyjmuje się okres zgodny z zarejestrowaną częstotliwością ukazywania się Kontrolowanego Tytułu Prasowego, pod którego nazwą Pakiet został wprowadzony do kolportażu, z zastrzeżeniem, że data rozpoczęcia



i zakończenia Sprzedaży Pakietu będzie taka sama jak data rozpoczęcia i zakończenia Sprzedaży danego Wydania tytułu, pod którego nazwą Pakiet został wprowadzony do kolportażu;

2.14.2 w przypadku wydłużenia okresu rozpowszechniania Wydania Kontrolowanego Tytułu Prasowego, pod którego nazwą Pakiet został wprowadzony do kolportażu, z uwzględnieniem pkt 2.12 powyżej, okres rozpowszechnienia pozostałych pism Pakietu może ulec odpowiedniemu wydłużeniu;

2.14.3 w sytuacjach, o których mowa w pkt 2.14.1 i 2.14.2 powyżej, wyłącznie w odniesieniu do pozostałych pism Pakietu, dopuszczalne jest wykazywanie w deklaracjach wyników jednoczesnego rozpowszechniania więcej niż dwóch Wydań, a wydłużony okres rozpowszechniania może dotyczyć tylko tych egzemplarzy Wydania, które objęte zostały Sprzedażą w formie Pakietu;

2.14.4 pozostałe Kontrolowane Tytuły Prasowe wchodzące w skład Pakietu, mogą być zaliczone do *innych płatnych form rozpowszechniania wydań drukowanych* na zasadach określonych w pkt 3.3.2 po spełnieniu, łącznie, następujących warunków:

2.14.4.1 data rozpoczęcia ich Sprzedaży w Pakiecie nie może wyprzedzać Pierwszego Dnia Sprzedaży danego Wydania,

2.14.4.2 Wydania tych tytułów muszą być aktualne w dniu rozpoczęcia Sprzedaży Pakietu.

2.15 Egzemplarze wchodzące w skład Pakietu nie spełniające powyższych warunków okresu rozpowszechniania, określonych w pkt 2.14, nie stanowią żadnej z form rozpowszechniania Kontrolowanego Tytułu Prasowego w rozumieniu niniejszego regulaminu.

### 3 FORMY ROZPOWSZECHNIANIA

3.1 Do form rozpowszechniania Pism Płatnych, w tym Pism Branżowych Płatnych, zalicza się:

3.1.1 *rozpowszechnianie płatne razem*<sup>2</sup>, na które składa się:

3.1.1.1 *rozpowszechnianie wydań drukowanych*, na które składa się:

3.1.1.1.1 *sprzedaż wydań drukowanych*, na którą składa się

3.1.1.1.1.1 *sprzedaż egzemplarzowa wydań drukowanych*,

3.1.1.1.1.2 *prenumerata wydawnicza indywidualna wydań drukowanych*,

3.1.1.1.1.3 *prenumerata wydawnicza wielu egzemplarzy wydań drukowanych*,

3.1.1.1.1.4 *prenumerata kolporterska wydań drukowanych*;

3.1.1.1.2 *inne płatne formy rozpowszechniania wydań drukowanych*;

3.1.1.2 *rozpowszechnianie e-wydań*, na które składa się:

---

<sup>2</sup> Kursywą zapisano określenia występujące w deklaracjach stanowiących załączniki: A-1, A-2, A-3, B-1, B-2, B-3, C-1, C-2, C-3, D-1, D-2, D-3 do niniejszego regulaminu, składanych przez wydawców zgodnie z pkt 2.7

- 3.1.1.2.1 *sprzedaż e-wydań*, na którą składa się:
  - 3.1.1.2.1.1 *sprzedaż egzemplarzowa e-wydań*,
  - 3.1.1.2.1.2 *prenumerata pojedynczych e-wydań*,
  - 3.1.1.2.1.3 *prenumerata hurtowa e-wydań*;
- 3.1.1.2.2 *inna płatna dystrybucja e-wydań*;
- 3.1.2 *rozpowszechnianie bezpłatne razem*, na które składa się:
  - 3.1.2.1 *rozpowszechnianie bezpłatne wydań drukowanych*,
  - 3.1.2.2 *bezpłatna dystrybucja e-wydań*;
- 3.1.3 *rozpowszechnianie ogółem* (dotyczy wyłącznie Pism Płatnych Branżowych), na które składa się:
  - 3.1.3.1 *rozpowszechnianie płatne razem* (pkt 3.1.1),
  - 3.1.3.2 *rozpowszechnianie bezpłatne wydań drukowanych* (pkt 3.1.2.1);
- 3.1.4 *cyfrowe formy rozpowszechniania*, na które składa się:
  - 3.1.4.1 *rozpowszechnianie e-wydań* (pkt 3.1.1.2),
  - 3.1.4.2 Dostępów Cyfrowych, na które składa się:
    - 3.1.4.2.1 *sprzedaż dostępów cyfrowych*, na którą składają się:
      - 3.1.4.2.1.1 *detaliczne dostępy cyfrowe*;
      - 3.1.4.2.1.2 *hurtowe dostępy cyfrowe*;
    - 3.1.4.2.2 *inna płatna dystrybucja dostępów cyfrowych*,
  - 3.1.4.3 *bezpłatna dystrybucja e-wydań* (pkt 3.1.2.2).

*Sprzedaż dostępów cyfrowych i sprzedaż e-wydań tworzą w sumie sprzedaż cyfrowych form rozpowszechniania.*

- 3.2 Do żadnej z form rozpowszechniania wchodzących w skład *sprzedaży wydań ogółem* (będącej sumą *sprzedaży wydań drukowanych* i *sprzedaży e-wydań*) lub *sprzedaży dostępów cyfrowych* (będącej sumą *detalicznych dostępów cyfrowych* i *hurtowych dostępów cyfrowych*) nie zalicza się egzemplarzy:
  - 3.2.1 rozliczonych, choćby częściowo, w formie Barteru;
  - 3.2.2 sprzedanych przez wydawcę lub za jego wiedzą przez inny podmiot, w tym Kolportera, a następnie rozpowszechnionych w ramach ceny sprzedawanych towarów lub usług bądź rozpowszechnionych nieodpłatnie (np. dodane przy zakupie, rozdane w środkach komunikacji, hotelach, udostępnione do czytania w punktach usługowych, lokalach gastronomicznych, kawiarenkach internetowych, przychodniach i innych miejscach powszechnie dostępnych, itp.).
- 3.3 Do *sprzedaży egzemplarzowej wydań drukowanych* zalicza się:
  - 3.3.1 egzemplarze sprzedane po Cenie Egzemplarzowej osobom prawnym, fizycznym

i jednostkom organizacyjnym niemającym osobowości prawnej, w okresie przewidzianym do Sprzedaży egzemplarzowej Wydania będącego przedmiotem Sprzedaży:

3.3.1.1 przez wydawcę,

3.3.1.2 za pośrednictwem Kolporterów;

3.3.2 w przypadku egzemplarzy sprzedanych w Pakiecie dwóch albo większej liczby aktualnych Wydań Kontrolowanych Tytułów Prasowych – Sprzedaż tylko tego Kontrolowanego Tytułu Prasowego wchodzącego w skład Pakietu, pod którego nazwą Pakiet wprowadzany jest do kolportażu, z zastrzeżeniem, że Sprzedaż dokonywana jest przez wydawcę lub Kolportera osobom fizycznym, osobom prawnym i jednostkom organizacyjnym niemającym osobowości prawnej w okresie przewidzianym dla Sprzedaży egzemplarzowej tego tytułu i w cenie będącej sumą Ceny Egzemplarzowej najdroższego z nich oraz co najmniej 30% Ceny Egzemplarzowej pozostałych pism Pakietu; Sprzedaż pozostałych pism Pakietu, z uwzględnieniem postanowień pkt 2.11 - 2.14, zalicza się do *innych płatnych form rozpowszechnienia wydań drukowanych* nawet wówczas, gdy rozpowszechnianie części albo wszystkich pozostałych pism tworzących Pakiet następuje po ich pełnej Cenie Egzemplarzowej;

3.3.3 w przypadku Sprzedaży:

3.3.3.1 Wydania drukowanego wspólnie z E-wydaniem tego samego lub innego Kontrolowanego Tytułu Prasowego – wyłącznie Sprzedaż Wydania drukowanego, jeżeli nastąpiła po cenie nie niższej niż Cena Egzemplarzowa tego Wydania,

3.3.3.2 Wydań drukowanych wspólnie z E-wydaniem tego samego lub innego Kontrolowanego Tytułu Prasowego – należy stosować się do zasad, o których mowa w pkt 3.3.2;

3.3.4 w przypadkach, o których mowa w pkt 3.3.3.1 i 3.3.3.2 cena E-wydania nie ma wpływu na spełnienie wymogu cenowego, zaś E-wydania nie stanowią żadnej z form rozpowszechniania Kontrolowanego Tytułu Prasowego w rozumieniu niniejszego regulaminu, a jedynie egzemplarze spełniające wymogi, o których mowa w pkt 3.12, mogą być wykazywane jako *bezpłatna dystrybucja e-wydań*.

3.4 Do *sprzedaży egzemplarzowej e-wydań* zalicza się:

3.4.1 pojedyncze egzemplarze sprzedane i udostępnione przez wydawcę (także za pośrednictwem podmiotu dystrybuującego E-wydania) osobom prawnym, fizycznym i jednostkom organizacyjnym niemającym osobowości prawnej z zachowaniem łącznie poniższych zasad:

3.4.1.1 transakcja dotyczy jednego egzemplarza danego Wydania, przy czym w przypadku gdy jeden płatnik dokonuje kolejnych transakcji zakupu danego Wydania, do *sprzedaży egzemplarzowej e-wydań* zalicza się tylko jeden egzemplarz danego Wydania, a pozostałe zakupione w ten sposób egzemplarze nie stanowią żadnej formy rozpowszechniania Kontrolowanego Tytułu Prasowego, o których mowa w pkt 3.1 niniejszego regulaminu,

3.4.1.2 po cenie nie niższej niż 20% Ceny Egzemplarzowej odpowiedniego Wydania drukowanego,

- 3.4.1.3 według zasad, o których mowa w pkt 2.11 niniejszego regulaminu,
- 3.4.1.4 w odniesieniu do egzemplarzy sprzedanych przez wydawcę lub za jego wiedzą rozpowszechnionych w jakikolwiek sposób przez inny podmiot, w przypadku gdy jeden płatnik dokonuje kolejnych transakcji zakupu danego Wydania, a wydawca nie zakwalifikuje do *sprzedaży egzemplarzowej e-wydań* tylko jednego egzemplarza danego Wydania zgodnie z pkt 3.4.1.1 powyżej, żaden egzemplarz danego Wydania podlegający tym transakcjom nie może zostać przez wydawcę zakwalifikowany do żadnej formy rozpowszechniania Kontrolowanego Tytułu Prasowego, o których mowa w pkt 3.1 niniejszego regulaminu;
- 3.4.2 w przypadku Sprzedaży i udostępnienia Pakietu E-wydań różnych tytułów – Sprzedaż tylko jednego wybranego E-wydania wchodzącego w skład Pakietu, z zastrzeżeniem, że Sprzedaż nastąpiła po cenie nie niższej niż 40% sumy Cen Egzemplarzowych pism Pakietu; pozostałe E-wydania z Pakietu zalicza się do *innej płatnej dystrybucji e-wydań*;
- 3.4.3 w przypadku Sprzedaży Pakietów składających się z Wydań drukowanych i E-wydań – stosuje się zasady, o których mowa w pkt 3.3.3 niniejszego regulaminu.
- 3.5 Do *prenumeraty wydań drukowanych* zalicza się *prenumeratę wydawniczą indywidualną wydań drukowanych*, *prenumeratę wydawniczą wielu egzemplarzy wydań drukowanych* oraz *prenumeratę kolporterską wydań drukowanych*:
  - 3.5.1 do poszczególnych form prenumeraty zalicza się egzemplarze sprzedane osobom fizycznym, osobom prawnym i jednostkom organizacyjnym niemającym osobowości prawnej, z zachowaniem łącznie poniższych zasad:
    - 3.5.1.1 na podstawie zamówienia, obejmującego dostawę co najmniej jednego Cyklu Wydawniczego,
    - 3.5.1.2 po cenie znanej zamawiającemu w momencie składania zamówienia i niezmiennej w okresie opłaconej prenumeraty, z zastrzeżeniem, że średnia cena jednego egzemplarza w tej prenumeracie nie będzie niższa niż 40% średniej Ceny Egzemplarzowej z ostatnich sześciu miesięcy bezpośrednio poprzedzających termin rozpoczęcia realizacji prenumeraty zamówionej Mutacji Cenowej, a jeśli jest to niemożliwe z uwagi na krótki okres wydawania, na podstawie średniej Ceny Egzemplarzowej dotychczasowych Wydań; w przypadku gdy dany tytuł prasowy lub jego mutacja rozpowszechniany jest wyłącznie w prenumeracie, obowiązuje cena prenumeraty wydrukowana na egzemplarzu lub w egzemplarzu,
    - 3.5.1.3 w zależności od formy prenumeraty wydawca powinien:
      - 3.5.1.3.1 przy *prenumeracie wydawniczej indywidualnej wydań drukowanych* – wykazać, że liczba egzemplarzy objętych zamówieniami opłaconymi przez jeden podmiot nie przekracza dziewięciu;
      - 3.5.1.3.2 przy *prenumeracie wydawniczej wielu egzemplarzy wydań drukowanych* – wykazać, że liczba egzemplarzy objętych zamówieniami opłaconymi przez jeden podmiot nie jest mniejsza niż dziesięć, a w przypadku zamówień złożonych przez jeden

podmiot i obejmujących więcej niż pięćdziesiąt egzemplarzy danego tytułu – wykazać, że prenumerowane egzemplarze przeznaczone są dla stałych i dających się zidentyfikować ostatecznych odbiorców:

3.5.1.3.2.1 powiązanych służbowo lub organizacyjnie z zamawiającym w następujący sposób:

3.5.1.3.2.1.1 są osobami fizycznymi pozostającymi z zamawiającym w stosunku pracy lub innym podobnym w skutkach do stosunku pracy opartym na umowie-zlecenia, umowie o dzieło, kontrakcie menedżerskim lub umowie o świadczenie usług, w tym w ramach prowadzonej przez zleceniobiorcę działalności gospodarczej, w ramach której osoba fizyczna świadczy na rzecz zamawiającego usługi lub pracę osobiście bądź poprzez jedną inną osobę fizyczną, która działa w imieniu takiej osoby; lub

3.5.1.3.2.1.2 są członkami, akcjonariuszami lub udziałowcami zamawiającego na podstawie ogólnie obowiązujących przepisów prawa; lub

3.5.1.3.2.1.3 są członkami organów zamawiającego lub osobami zajmującymi inne stanowiska funkcyjne powołane do życia na podstawie aktu założycielskiego zamawiającego,

3.5.1.3.2.2 będących dobrowolnymi uczestnikami programu lojalnościowego, rozumianego jako działanie marketingowe zamawiającego, kierowane do osób fizycznych, służące do budowania oraz podtrzymywania relacji z uczestnikami tego programu, pod warunkiem że zasady uczestnictwa w programie umożliwiają wybór świadczenia w postaci prenumeraty i spełniają łącznie następujące warunki:

3.5.1.3.2.2.1 prenumerata jest jedną z nie mniej niż dwudziestu pięciu nagród (różnych towarów lub usług) oferowanych w programie;

3.5.1.3.2.2.2 uprawnienia o określonej wartości przyznawane są w zamian za środki pieniężne wydane w ramach programu,

3.5.1.3.3 przy prenumeracie *kolporterskiej wydań drukowanych* – posiadać

dokumenty księgowo potwierdzające Sprzedaż egzemplarzy Poczcie Polskiej lub innym Kolporterom z przeznaczeniem na realizację przyjętych przez tych przedsiębiorców zamówień, w tym na prenumeraty, którą wydawca skierował do realizacji Poczcie Polskiej lub innemu Kolporterowi w formie złożenia i opłacenia zamówienia na prenumeratę oraz przekazania bazy adresowej (tzw. prenumerata przekazana). Ponadto musi nastąpić odpowiednie zmniejszenie stanu prenumeraty wydawniczej;

3.5.2 w przypadku prenumeraty Pakietów dwóch albo więcej egzemplarzy aktualnych Wydań drukowanych Kontrolowanych Tytułów Prasowych zalicza się je do odpowiedniej formy prenumeraty pod warunkiem, że spełnione zostaną warunki określone w pkt 3.5.1.1 i 3.5.1.3, a ponadto cena Pakietu nie będzie niższa niż 40% sumy średnich Cen Egzemplarzowych z ostatnich sześciu miesięcy bezpośrednio poprzedzających termin rozpoczęcia realizacji prenumeraty zamówionej Mutacji Cenowej; w przypadku niespełnienia tego wymogu wszystkie egzemplarze wchodzące w skład Pakietu zalicza się do *innych płatnych form rozpowszechniania wydań drukowanych* lub do *rozpowszechniania bezpłatnego wydań drukowanych*, jeśli cena Pakietu jest niższa niż 30% średniej Cen Egzemplarzowych z ostatnich sześciu miesięcy bezpośrednio poprzedzających termin rozpoczęcia realizacji prenumeraty zamówionej Mutacji Cenowej;

3.5.3 w przypadku prenumeraty:

3.5.3.1 Wydania drukowanego łącznie z E-wydaniem tego samego lub innego Kontrolowanego Tytułu Prasowego – wyłącznie Sprzedaż Wydania drukowanego, jeżeli nastąpiła po cenie Pakietu nie niższej niż określona w pkt 3.5.1.2,

3.5.3.2 Wydań drukowanych łącznie z E-wydaniami tego samego lub innego Kontrolowanego Tytułu Prasowego – należy stosować się do zasad, o których mowa w pkt 3.5.2;

3.5.4 w przypadkach, o których mowa w pkt 3.5.3.1 oraz 3.5.3.2, cena E-wydań nie ma wpływu na spełnienie wymogu cenowego, zaś E-wydania nie stanowią żadnej z form rozpowszechniania Kontrolowanego Tytułu Prasowego w rozumieniu niniejszego regulaminu, a jedynie egzemplarze spełniające wymogi, o których mowa w pkt 3.12, mogą być wykazywane jako *bezpłatna dystrybucja e-wydań*.

3.6 Do *prenumeraty e-wydań* zalicza się:

3.6.1 egzemplarze sprzedane i udostępnione przez wydawcę (także za pośrednictwem podmiotu dystrybuującego E-wydania) osobom fizycznym, osobom prawnym i jednostkom organizacyjnym niemającym osobowości prawnej z zachowaniem łącznie poniższych zasad:

3.6.1.1 na podstawie zamówienia obejmującego dostawę co najmniej jednego Cyklu Wydawniczego,

3.6.1.2 po cenie znanej zamawiającemu w momencie składania zamówienia i niezmiennej w okresie opłaconej prenumeraty, z zastrzeżeniem, że średnia cena jednego egzemplarza w tej prenumeracie nie będzie niższa niż 20% średniej Ceny Egzemplarzowej z ostatnich sześciu miesięcy bezpośrednio

poprzedzających termin rozpoczęcia realizacji prenumeraty zamówionej Mutacji Cenowej, a jeśli jest to niemożliwe z uwagi na krótki okres wydawania, na podstawie średniej Ceny Egzemplarzowej dotychczasowych Wydań,

3.6.1.3 w zależności od formy prenumeraty wydawca powinien:

3.6.1.3.1 przy *prenumeracie pojedynczych e-wydań* – wykazać, że liczba egzemplarzy objętych zamówieniami i udostępniana zamawiającemu lub wskazanym przez niego dającym się zidentyfikować w chwili dokonywania zakupu użytkownikom nie przekracza dziewięciu;

3.6.1.3.2 przy *prenumeracie hurtowej e-wydań* obejmującej zamówienia powyżej dziewięciu egzemplarzy, jedynie w przypadku zamówień złożonych przez ten sam podmiot, a obejmujących więcej niż pięćdziesięciu egzemplarzy danego tytułu – wykazać poprzez pisemne oświadczenie zamawiającego, zapis w umowie zawartej z zamawiającym lub inne metody zaakceptowane przez Zarząd ZKDP, że prenumerowane egzemplarze przeznaczone są dla stałych i dających się zidentyfikować ostatecznych odbiorców:

3.6.1.3.2.1 powiązanych służbowo lub organizacyjnie z zamawiającym w następujący sposób:

3.6.1.3.2.1.1 są osobami fizycznymi pozostającymi z zamawiającym w stosunku pracy lub innym podobnym w skutkach do stosunku pracy opartym na umowie-zlecenia, umowie o dzieło, kontrakcie menedżerskim lub umowie o świadczenie usług, w tym w ramach prowadzonej przez zleceniobiorcę działalności gospodarczej, w ramach której osoba fizyczna świadczy na rzecz zamawiającego usługi lub pracę osobiście bądź poprzez jedną inną osobę fizyczną, która działa w imieniu takiej osoby; lub

3.6.1.3.2.1.2 są członkami organów zamawiającego lub osobami zajmującymi inne stanowiska funkcyjne powołane do życia na podstawie aktu założycielskiego zamawiającego; lub

3.6.1.3.2.1.3 są członkami organizacji zamawiającej prenumeratę,

3.6.1.3.2.2 będących dobrowolnymi uczestnikami programu lojalnościowego, rozumianego jako działanie marketingowe zamawiającego, kierowane do osób

fizycznych, służące do budowania oraz podtrzymywania relacji z uczestnikami tego programu, pod warunkiem że zasady uczestnictwa w programie umożliwiają wybór świadczenia w postaci prenumeraty i spełniają łącznie następujące warunki:

3.6.1.3.2.2.1 prenumerata jest jedną z nie mniej niż dwudziestu pięciu nagród (różnych towarów lub usług) oferowanych w programie;

3.6.1.3.2.2.2 uprawnienia o określonej wartości przyznawane są w zamian za środki pieniężne wydane w ramach programu.

3.6.1.4 W przypadku zamówienia obejmującego kilka Kontrolowanych Tytułów Prasowych przeznaczonych dla odbiorców opisanych w pkt 3.6.1.3.2.1 nie ma wymogu dokumentowania, dla kogo przeznaczone są zakupione egzemplarze, jeżeli tytuły objęte zamówieniem wydawane są przez:

3.6.1.4.1 co najmniej czterech, ale nie więcej niż ośmiu wydawców, o ile na żadnego z wydawców (lub Grupę w rozumieniu „Statutu ZKDP”) nie przypada więcej niż 50% ogólnej liczby prenumerat objętych zamówieniem lub więcej niż dwieście prenumerat którejkolwiek z tytułów, a na każdego z co najmniej dwóch wydawców przypada nie mniej niż po 10% ogólnej liczby prenumerat objętych takim zamówieniem; lub

3.6.1.4.2 co najmniej dziewięciu wydawców, o ile na żadnego z wydawców (lub Grupę, w rozumieniu „Statutu ZKDP”) nie przypada więcej niż 50% ogólnej liczby prenumerat objętych zamówieniem lub więcej niż dwieście prenumerat którejkolwiek z tytułów; lub

3.6.1.4.3 co najmniej trzech wydawców, jeśli zamówienie zostało złożone przez podmioty wymienione w art. 3 ust. 1 pkt 1), 2), 3) oraz 3a) Ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych wskutek przeprowadzenia przetargu ograniczonego lub przetargu nieograniczonego na podstawie przepisów tej ustawy;

3.6.1.4.4 mniej niż trzech wydawców, a zamówienie zostało złożone przez podmioty wymienione w art. 3 ust. 1 pkt 1), 2), 3) oraz 3a) Ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku Prawo zamówień publicznych wskutek przeprowadzenia przetargu ograniczonego lub nieograniczonego na podstawie przepisów tej ustawy, pod warunkiem że informacje o liczbie zamówionych egzemplarzy poszczególnych tytułów prasowych oraz o ich przeznaczeniu dla pracowników zamawiającego w takim przetargu zostały udostępnione publicznie.

3.6.2 W przypadku prenumeraty Pakietów E-wydań różnych tytułów – Sprzedaż i udostępnienie tylko jednego wybranego E-wydania wchodzącej w skład Pakietu, z zastrzeżeniem, że cena Pakietu nie będzie niższa niż 40% sumy średnich Cen Egzemplarzowych z ostatnich sześciu miesięcy bezpośrednio poprzedzających termin



rozpoczęcia realizacji prenumeraty i spełnione są warunki, o których mowa w pkt 3.6.1.1 i 3.6.1.3; pozostałe E-wydania z Pakietu zalicza się do *innej płatnej dystrybucji e-wydań*; w przypadku niespełnienia któregokolwiek z tych warunków wszystkie egzemplarze wchodzące w skład Pakietu zalicza się do *innej płatnej dystrybucji e-wydań* pod warunkiem spełnienia wymogu cenowego, o którym mowa w pkt 3.10, zaś w przypadku niespełnienia wymogu cenowego, o którym mowa w pkt 3.10, E-wydania nie stanowią żadnej z form rozpowszechniania Kontrolowanego Tytułu Prasowego w rozumieniu niniejszego regulaminu i jako takie nie mogą być wykazywane w deklaracjach ZKDP.

3.6.3 W przypadku prenumeraty Pakietów składających się z Wydań drukowanych i E-wydań stosuje się zasady, o których mowa w pkt 3.5.3 niniejszego regulaminu.

3.7 W przypadku obniżenia Ceny Egzemplarzowej w okresie objętym prenumeratą w takim stopniu, że wartość egzemplarzy dostarczonych zamawiającemu w tym okresie jest niższa niż cena prenumeraty, oraz przedłużenia prenumeraty przez wydawcę w stopniu koniecznym do wyczerpania powstałej nadwyżki dostarczone egzemplarze można zaliczyć do odpowiedniej formy prenumeraty.

3.8 Do *innych płatnych form rozpowszechniania wydań drukowanych* zalicza się egzemplarze kwalifikowane do tej formy rozpowszechniania na podstawie innych postanowień niniejszego regulaminu oraz egzemplarze, za które wydawca, przy Sprzedaży lub na podstawie Umów Barterowych, otrzymał nie mniej niż 30% Ceny Egzemplarzowej danego Wydania:

3.8.1 niespełniające warunków określonych w pkt 3.3.1 i 3.5.1;

3.8.2 sprzedane innemu odbiorcy w celu dodania do innego Kontrolowanego Tytułu Prasowego – w liczbie nie większej niż zadeklarowane rozpowszechnianie tego tytułu;

3.8.3 sprzedane innemu odbiorcy w celu dodania do niekontrolowanego tytułu prasowego – w liczbie nie większej niż udokumentowane, w sposób przewidziany w pkt 5.17, rozpowszechnianie tego tytułu;

3.8.4 dostarczone z odroczonym terminem potwierdzenia zamówienia (zapłaty);

3.8.5 sprzedane przez wydawcę lub za jego wiedzą przez inny podmiot, w tym Kolportera, a następnie rozpowszechnione w ramach ceny sprzedawanych towarów lub usług bądź rozpowszechnione nieodpłatnie (np. dodane przy zakupie, rozdane w środkach komunikacji, hotelach, udostępnione do czytania w punktach usługowych, lokalach gastronomicznych, przychodniach i innych miejscach powszechnie dostępnych, itp.);

3.8.6 dostarczone przez wydawcę na podstawie Umów Barterowych w zamian za towary lub usługi.

3.9 Przez *rozpowszechnianie bezpłatne wydań drukowanych* Pism Płatnych rozumie się egzemplarze promocyjne, rozpowszechnione bezpłatnie oraz egzemplarze, za które wydawca otrzymał mniej niż 30% Ceny Egzemplarzowej danego Wydania. Do *rozpowszechniania bezpłatnego* wlicza się egzemplarze rozdane lub rozesłane bezpłatnie pod warunkiem przedstawienia sposobu dystrybucji. W odniesieniu do Pism Branżowych oraz w przypadku, o którym mowa w pkt 2.7.6, spełnione muszą być warunki określone w pkt 3.16 do 3.25 oraz pkt 5.15 do 5.18. Do *rozpowszechniania bezpłatnego* nie wlicza się rozdanych bezpłatnie lub rozesłanych egzemplarzy pochodzących ze zwrotów.

3.10 Do *innej płatnej dystrybucji e-wydań* zalicza się egzemplarze sprzedane i udostępnione wg

zasady jeden egzemplarz danego E-wydania na jednego unikalnego ostatecznego odbiorcę, z zachowaniem wymogów, o których mowa w pkt 2.11 niniejszego regulaminu, za które wydawca, przy Sprzedaży lub na podstawie Umów Barterowych, otrzymał nie mniej niż 20% Ceny Egzemplarzowej odpowiedniego Wydania drukowanego, i które:

- 3.10.1 zostały dostarczone przez wydawcę na podstawie Umów Barterowych w zamian za towary albo usługi lub choćby częściowo rozliczone w Barterze; lub
  - 3.10.2 zostały sprzedane innemu odbiorcy w celu dodania do E-wydania innego Kontrolowanego Tytułu Prasowego – w liczbie nie większej niż zadeklarowane rozpowszechnianie tego tytułu; lub
  - 3.10.3 zostały sprzedane innemu odbiorcy w celu dodania do E-wydania niekontrolowanego tytułu prasowego – w liczbie nie większej niż rozpowszechnianie tego tytułu udokumentowane w sposób przewidziany w pkt 5.17; lub
  - 3.10.4 zostały sprzedane przez wydawcę lub za jego wiedzą przez inny podmiot, w tym przedsiębiorców specjalizujących się w Sprzedaży E-wydań, a następnie rozpowszechnione w ramach ceny sprzedawanych towarów lub usług bądź rozpowszechnione nieodpłatnie (np. dodane przy zakupie, udostępnione do czytania w kawiarenkach internetowych i innych miejscach powszechnie dostępnych); lub
  - 3.10.5 zostały sprzedane w Pakietach, o których mowa w pkt 3.4.2 i 3.6.2.
- 3.11 Jeżeli łączna liczba wykazanych egzemplarzy, o których mowa w pkt 3.10.1-3.10.4, przekracza 10% *sprzedaży wydań ogółem* danego Wydania, wydawca powinien:
- 3.11.1 umożliwić weryfikację dystrybucji z pkt 3.10.1- 3.10.4 do unikalnych ostatecznych odbiorców, którym zapewniono dostęp do E-wydania albo
  - 3.11.2 wykazać, że liczba deklarowanych egzemplarzy z pkt 3.10.1- 3.10.4 jest zgodna z liczbą pobrań E-wydania.
- 3.12 Do *bezpłatnej dystrybucji e-wydań* Pism Płatnych zalicza się takie egzemplarze E-wydań, które zostały rozpowszechnione bezpłatnie lub za cenę niższą niż 20% Ceny Egzemplarzowej:
- 3.12.1 udostępnione i spełniające łącznie poniższe warunki:
    - 3.12.1.1 wszystkie egzemplarze bezpłatnych E-wydań zostały zamówione przez odbiorcę (jeden egzemplarz na jednego odbiorcę),
    - 3.12.1.2 znany jest adres e-mail odbiorcy,
    - 3.12.1.3 w zamówieniu określono maksymalny okres zamówienia, który nie może przekraczać jednego Cyklu Wydawniczego,
    - 3.12.1.4 skutecznie przesłano do odbiorcy, np. pocztą elektroniczną, informację o dostępności bezpłatnego E-wydania, przynajmniej na początku okresu zamówienia,
    - 3.12.1.5 aktualne bezpłatne E-wydanie jest dostępne do przeglądania lub zapisania dla odbiorcy;
  - 3.12.2 pobrania E-wydań udostępnione i spełniające łącznie poniższe warunki:
    - 3.12.2.1 znany jest identyfikator odbiorcy (np. adres e-mail) lub unikalny identyfikator urządzenia odbiorcy,

3.12.2.2 wszystkie egzemplarze bezpłatnych E-wydań zostały pobrane przez odbiorcę (jeden egzemplarz na jeden identyfikator),

3.12.2.3 pobranie nastąpiło w okresie rozpowszechniania danego E-wydania;

3.12.3 pobrania E-wydań, które zostały zrealizowane na rzecz użytkowników, zweryfikowane metodami zaakceptowanymi przez Zarząd ZKDP. Zarząd w drodze uchwały wskaże metody weryfikacji pobrań E-wydań, które pozwolą na ustalenie, czy pobrania zostały zrealizowane na rzecz użytkowników.

3.12.4 W przypadku gdy odbiorcy udostępniono to samo E-wydanie zarówno płatne, jak i bezpłatne, do odpowiedniej formy rozpowszechniania zalicza się wyłącznie egzemplarze sprzedanych E-wydań, pod warunkiem spełnienia wymogów określonych w niniejszym regulaminie właściwych dla danej formy, zaś egzemplarze bezpłatnych E-wydań nie będą wykazane w deklaracji.

3.13 Do *detalicznych dostępów cyfrowych* zalicza się:

3.13.1 dostępy sprzedane osobom prawnym, fizycznym i jednostkom organizacyjnym niemającym osobowości prawnej z zachowaniem łącznie poniższych zasad:

3.13.1.1 transakcje dokonywane w danym dniu dotyczą nabycia nie więcej niż dziewięciu dostępów przez jednego płatnika,

3.13.1.2 po cenie nie niższej niż 20% od Cennika,

3.13.1.3 aktywne, czyli wykupione dostępy w okresie aktualności danego Wydania (od 1 do ostatniego dnia Sprzedaży danych Wydań) będące zaokrąglonym do liczby całkowitej ilorazem sumy dostępów w okresie aktualności danych Wydań i liczby dni kalendarzowych w okresie aktualności tych Wydań,

3.13.1.4 do których, dzięki technologii pozostającej w stałej dyspozycji podmiotu dystrybuującego, zapewniony jest dostęp na rzecz ostatecznych odbiorców.

3.13.2 W przypadku łącznej Sprzedaży *detalicznych dostępów cyfrowych* z Wydaniem drukowanymi lub E-wydaniem Kontrolowanego Tytułu Prasowego należy stosować się do zasad, o których mowa w pkt 3.3.3, 3.4.2, 3.5.3 i 3.6.2 niniejszego regulaminu, a Dostępy Cyfrowe nie stanowią żadnej z form rozpowszechniania Kontrolowanego Tytułu Prasowego.

3.14 Do *hurtowych dostępów cyfrowych* zalicza się:

3.14.1 dostępy sprzedane osobom prawnym, fizycznym i jednostkom organizacyjnym niemającym osobowości prawnej z zachowaniem łącznie poniższych zasad:

3.14.1.1 transakcje dokonywane w danym dniu dotyczą nabycia więcej niż dziewięciu dostępów przez jednego płatnika,

3.14.1.2 po cenie nie niższej niż 20% od Cennika,

3.14.1.3 aktywne, czyli wykupione dostępy w okresie aktualności danego Wydania (od 1 do ostatniego dnia Sprzedaży danych Wydań) będące zaokrąglonym do liczby całkowitej ilorazem sumy dostępów w okresie aktualności danych Wydań i liczby dni kalendarzowych w okresie aktualności tych Wydań,

3.14.1.4 do których, dzięki technologii pozostającej w stałej dyspozycji podmiotu

dystrybuującego, zapewniony jest dostęp na rzecz ostatecznych odbiorców,

3.14.1.5 w przypadku nabycia więcej niż pięćdziesięciu Dostępów Cyfrowych przez ten sam podmiot – wykazać poprzez pisemne oświadczenie płatnika, zapis w umowie zawartej z płatnikiem lub inne metody zaakceptowane przez Zarząd ZKDP, że dostępy przeznaczone są dla stałych i dających się zidentyfikować ostatecznych odbiorców:

3.14.1.5.1 powiązanych służbowo lub organizacyjnie z płatnikiem w następujący sposób:

3.14.1.5.1.1 są osobami fizycznymi pozostającymi z płatnikiem w stosunku pracy lub innym podobnym w skutkach do stosunku pracy opartym na umowie-zlecenia, umowie o dzieło, kontrakcie menedżerskim lub umowie o świadczenie usług, w tym w ramach prowadzonej przez zleceniobiorcę działalności gospodarczej, w ramach której osoba fizyczna świadczy na rzecz zamawiającego usługi lub pracę osobiście bądź poprzez jedną inną osobę fizyczną, która działa w imieniu takiej osoby; lub

3.14.1.5.1.2 są członkami organów płatnika lub osobami zajmującymi inne stanowiska funkcyjne powołane do życia na podstawie aktu założycielskiego płatnika; lub

3.14.1.5.1.3 są członkami organizacji płatnika,

3.14.1.5.2 będących dobrowolnymi uczestnikami programu lojalnościowego, rozumianego jako działanie marketingowe płatnika, kierowane do osób fizycznych, służące do budowania oraz podtrzymywania relacji z uczestnikami tego programu, pod warunkiem że zasady uczestnictwa w programie umożliwiają wybór świadczenia w postaci Dostępów Cyfrowych i spełniają łącznie następujące warunki:

3.14.1.5.2.1 Dostęp Cyfrowy jest jedną z nie mniej niż dwudziestu pięciu nagród (różnych towarów lub usług) oferowanych w programie;

3.14.1.5.2.2 uprawnienia o określonej wartości przyznawane są w zamian za środki pieniężne wydane w ramach programu.

3.14.1.6 W przypadku łącznej Sprzedaży *hurtowych dostępów cyfrowych* z Wydaniem drukowanymi lub E-wydaniem Kontrolowanego Tytułu Prasowego należy stosować się do zasad, o których mowa w pkt 3.3.3, 3.4.2, 3.5.3 i 3.6.2 niniejszego regulaminu, a Dostępy Cyfrowe nie stanowią żadnej z form rozpowszechniania Kontrolowanego Tytułu Prasowego.

3.15 Do *innej płatnej dystrybucji dostępów cyfrowych* zalicza się:

- 3.15.1 każdy dostęp sprzedany, po cenie nie niższej niż 1 grosz, osobom prawnym, fizycznym i jednostkom organizacyjnym niemającym osobowości prawnej, w tym na podstawie Umów Barterowych w zamian za towary albo usługi lub choćby częściowo rozliczony w Barterze, z zachowaniem łącznie poniższych zasad:
  - 3.15.1.1 jeden dostęp dla unikalnego ostatecznego odbiorcy,
  - 3.15.1.2 aktywne, czyli wykupione dostępy w okresie aktualności danego Wydania (od 1 do ostatniego dnia Sprzedaży danych Wydań) będące zaokrąglonym do liczby całkowitej ilorazem sumy dostępow w okresie aktualności danych Wydań i liczby dni kalendarzowych w okresie aktualności tych Wydań,
  - 3.15.1.3 do których, dzięki technologii pozostającej w stałej dyspozycji podmiotu dystrybuującego, zapewniony jest dostęp na rzecz ostatecznych odbiorców.
- 3.16 Do *egzemplarzy rozpowszechnionych bezpłatnie ogółem* Pism Bezpłatnych, w tym Pism Branżowych Bezpłatnych, zalicza się:
  - 3.16.1 *dystrybucję adresową imienną do odbiorców indywidualnych;*
  - 3.16.2 *dystrybucję adresową do odbiorców hurtowych;*
  - 3.16.3 *dystrybucję bezimienną do odbiorców indywidualnych;*
  - 3.16.4 *dystrybucję przez gazeciarzy, hostessy;*
  - 3.16.5 *dystrybucję z nośników/miejsc ekspozycyjnych;*
  - 3.16.6 *dystrybucję w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego;*
  - 3.16.7 *inną dystrybucję;*
  - 3.16.8 *dystrybucję e-wydań.*
- 3.17 Do *dystrybucji adresowej imiennej do odbiorców indywidualnych* zalicza się egzemplarze rozpowszechnione w formie przesyłek adresowych z podaniem na przesyłce nazwiska lub nazwy (firmy) odbiorcy, według zasady jeden egzemplarz dla jednego adresata. Jedynie w przypadku podania na przesyłce większej liczby odbiorców wymienionych z imienia i nazwiska lub stanowiska dopuszcza się możliwość zaliczenia do dystrybucji adresowej imiennej do odbiorców indywidualnych wysyłki pod jeden adres większej liczby egzemplarzy. W przypadku wysyłki dwóch lub więcej egzemplarzy do jednego odbiorcy (na przesyłce podany jeden odbiorca), do *dystrybucji adresowej imiennej do odbiorców indywidualnych* można zaliczyć wyłącznie 1 egzemplarz, pozostałe należy wykazać w *innej dystrybucji*, zgodnie z pkt 3.23.
- 3.18 Do *dystrybucji adresowej do odbiorców hurtowych* zalicza się egzemplarze rozpowszechnione w formie przesyłek adresowych w celu dalszej dystrybucji.
- 3.19 Do *dystrybucji bezimiennej do odbiorców indywidualnych* zalicza się egzemplarze rozpowszechnione w formie przesyłek/dostaw na wybranym obszarze lub do wybranej kategorii odbiorców, według zasady jeden egzemplarz dla jednego odbiorcy.
- 3.20 Do *dystrybucji przez gazeciarzy, hostessy* zalicza się egzemplarze rozdane osobom fizycznym.
- 3.21 Do *dystrybucji z nośników/miejsc ekspozycyjnych* zalicza się egzemplarze rozpowszechnione ze stojaków i innych nośników ekspozycyjnych.

- 3.22 Do *dystrybucji w formie dołączania do innego Kontrolowanego Tytułu Prasowego* zalicza się rozpowszechnione egzemplarze aktualnego Wydania w liczbie nie większej niż zadeklarowane rozpowszechnianie tytułu, do którego zostały dołączone.
- 3.23 Do *innej dystrybucji* zalicza się egzemplarze rozpowszechnione w innych formach niż opisane w pkt 3.16.1 – 3.16.6, udokumentowane przez wydawcę, w tym egzemplarze dołączane do niekontrolowanego tytułu prasowego w liczbie nie większej niż rozpowszechnianie tytułu, do którego zostały dołączone.
- 3.24 Do *dystrybucji e-wydań* Pism Bezpłatnych zalicza się E-wydania spełniające łącznie warunki, o których mowa w pkt 3.12.1 lub 3.12.2, lub takie pobrania E-wydań, które zostały zrealizowane na rzecz użytkowników, zweryfikowane metodami zaakceptowanymi przez Zarząd ZKDP. Zarząd w drodze uchwały wskaże metody weryfikacji pobrań E-wydań, które pozwolą na ustalenie, czy pobrania zostały zrealizowane na rzecz użytkowników.
- 3.25 W przypadku gdy wydawca niekontrolowanego tytułu prasowego odmówi (w formie pisemnego oświadczenia) udostępnienia dokumentacji potwierdzającej wyniki Sprzedaży, o której mowa w pkt 5.17, egzemplarze dołączone do tego niekontrolowanego tytułu prasowego zalicza się do *egzemplarzy skierowanych do dystrybucji o nieustalonej wielkości rozpowszechniania*.
- 3.26 W przypadku wątpliwości co do formy rozpowszechniania (dla Pism Płatnych) lub kwalifikacji formy dystrybucji (dla Pism Bezpłatnych) – rozstrzyga Zarząd ZKDP. Od decyzji Zarządu przysługuje odwołanie do Sądu Koleżeńskiego.

#### **4 ZWROTY I EGZEMPLARZE NIEROZPOWSZECHNIONE**

- 4.1 *Zwroty* to egzemplarze Pism Płatnych, w tym Pism Branżowych, zwrócone fizycznie wydawcy przez Kolportera lub rozliczone na podstawie protokołu zwrotów/raportu Sprzedaży wystawionego przez Kolportera po okresie rozpowszechniania danego Wydania Kontrolowanego Tytułu Prasowego. Wyjątek stanowią egzemplarze danego Wydania wycofane ze Sprzedaży i skierowane do dalszego rozpowszechniania w formie Sprzedaży egzemplarzowej lub prenumeraty w okresie zgodnym z wymogami pkt 2.11 do 2.13 niniejszego regulaminu.
- 4.2 *Egzemplarze nierozpowszechnione* to egzemplarze Pism Bezpłatnych, w tym Pism Branżowych, pozostałe po zakończeniu dystrybucji.
- 4.3 Egzemplarze, które nie zostały skierowane do dystrybucji lub nie spełniają wymogów opisanych w pkt 5.17, zalicza się do *egzemplarzy nieskierowanych do rozpowszechniania*.

#### **5 ZASADY KONTROLI**

- 5.1 Kontroli zwyczajnej Nakładu i rozpowszechniania podlegają co najmniej raz na 3 lata wszystkie Kontrolowane Tytuły Prasowe, z wyłączeniem Pism Branżowych, które poddawane są kontroli raz w roku. Kontrola zwyczajna obejmuje rok kalendarzowy poprzedzający wyznaczony termin kontroli.
- 5.2 Kontroli zwyczajnej nie podlegają Kontrolowane Tytuły Prasowe, jeżeli kontrola wstępna, o której mowa w pkt 2.7.9, lub kontrola nadzwyczajna, o której mowa w pkt 5.9, objęła wszystkie deklaracje złożone przez wydawcę za rok kalendarzowy, którego dotyczyłaby kontrola zwyczajna.
- 5.3 Kontrola odbywa się przy zachowaniu zasad poufności i ochrony danych, określonych

w porozumieniu zawierającym pomiędzy wydawcą a Audytorem.

- 5.4 Zarząd ZKDP dokonuje wyboru Audytorów na zasadach konkursowych ustalonych w załączniku F do niniejszego regulaminu.
- 5.5 Zarząd ZKDP zawiera z Audytorem umowę na przeprowadzenie kontroli określonych tytułów prasowych i kieruje go do wydawcy, który zobowiązany jest zawrzeć z nim odrębne porozumienie, będące załącznikiem do wyżej wymienionej umowy. Termin kontroli ustala Zarząd ZKDP, który może upoważnić Audytora (Audytorów) do samodzielnego ustalenia terminu z wydawcą. Kontrole zwyczajne powinny zakończyć się do 30 czerwca roku, w którym się odbywają.
- 5.6 Członek ZKDP ma prawo zgłosić do Zarządu ZKDP zastrzeżenia co do bezstronności Audytora. W przypadku uznania przez Zarząd ZKDP zasadności zastrzeżeń Zarząd ZKDP dokonuje zmiany Audytora.
- 5.7 Zarząd ZKDP zatwierdza „Wytyczne do kontroli” do końca roku poprzedzającego rok, którego dotyczą Wytyczne, „Cennik opłat za kontrole” na dany rok kalendarzowy i listę tytułów prasowych objętych kontrolą zwyczajną.
- 5.8 Wydawca przygotowuje dokumentację uprawniającą do kwalifikacji do zadeklarowanej formy rozpowszechniania zgodnie z „Wytycznymi do kontroli” na rok objęty kontrolą.
- 5.9 Gdy Zarząd ZKDP otrzyma wiarygodne informacje podważające rzetelność kontroli zwyczajnej lub deklaracji wydawcy, zarządza kontrolę nadzwyczajną w zakresie, który uzna za niezbędny. Kontrola nadzwyczajna może być także przeprowadzona na wniosek wydawcy lub innego członka ZKDP. Kontrolę nadzwyczajną wykonują Audytorzy w terminie ustalonym przez Zarząd. Wydawca nie może sprzeciwić się dokonaniu kontroli.
- 5.10 Wydawca jest zobowiązany do posiadania dokumentacji (w tym archiwizacji egzemplarzy okazowych wydań drukowanych E-wydań i Cennika) umożliwiającej weryfikację rzetelności deklaracji. Audytor przeprowadzający kontrolę sprawdza prawidłowość zadeklarowanych danych przez kontrolę Nakładu, rozpowszechniania i struktury geograficznej, obejmującą co najmniej dwa miesiące kontrolowanego okresu.
- 5.11 Audytor przeprowadza kontrolę dwóch innych, dowolnie wybranych miesięcy, jeżeli kontrola wykaże rozbieżności przewyższające:
  - 5.11.1 1% danych wykazanych w którejkolwiek z rubryk deklaracji dotyczących: Nakładu (w tym Pism Bezpłatnych), rozpowszechniania (z wyłączeniem rozpowszechniania bezpłatnego), zwrotów, bądź Dostępów Cyfrowych; lub
  - 5.11.2 5% danych wykazanych w pozostałych rubrykach deklaracji Pism Bezpłatnych i dotyczących egzemplarzy Pism Płatnych rozpowszechnionych bezpłatnie; lub
  - 5.11.3 5% danych wykazanych w którejkolwiek z rubryk deklaracji dotyczących geograficznej struktury rozpowszechniania, o której mowa w pkt 2.10.
- 5.12 Jeśli w wyniku kontroli przeprowadzonej na podstawie pkt 5.11 w którymkolwiek z kontrolowanych miesięcy stwierdzone zostaną rozbieżności, Audytor przeprowadza kontrolę pozostałych miesięcy kontrolowanego okresu. Na pisemny wniosek wydawcy oraz po zasięgnięciu opinii Audytora Zarząd ZKDP ma prawo odstąpienia od kontroli kolejnych miesięcy.
- 5.13 Kontrolę wysokości Nakładu wydrukowanego przeprowadza się na podstawie dokumentacji drukarni. Jeżeli Nakład wydrukowany podany w deklaracji jest różny od wynikającego

z dokumentacji drukarni, Audytor wyjaśni tę różnicę na podstawie dokumentów stwierdzających rzeczywistą wielkość tego Nakładu skierowanego do rozpowszechniania.

- 5.14 Kontrolę wysokości Sprzedaży, w tym E-wydań i Dostępów Cyfrowych, przeprowadza się na podstawie dokumentacji wydawcy, a w przypadku gdy transakcja odbywa się za pośrednictwem Kolporterów lub podmiotów dystrybuujących E-wydania – z możliwością wykorzystania dokumentacji udostępnionej przez te podmioty lub innych metod zaakceptowanych przez Zarząd ZKDP.
- 5.15 Kontrola rozpowszechniania Pism Bezpłatnych, w tym Pism Branżowych, obejmuje wysokość Nakładu, geograficzną strukturę rozpowszechniania oraz formy dystrybucji.
- 5.16 Wydawca Pisma Bezpłatnego zobowiązany jest do udostępnienia Audytorowi następujących dokumentów (z zachowaniem zasad pkt 5.3 i z zastrzeżeniem, że dokumentacja wymieniona w pkt 5.16.3 - 5.16.5 nie dotyczy druku we własnej drukarni wydawcy):
- 5.16.1 zleceń/zamówień/umowy na druk;
  - 5.16.2 pokwitowanych przez odbiorcę dokumentów wydania Nakładu z drukarni (specyfikacje, WZ itp.) zawierających informacje o liczbie wydanych egzemplarzy oraz tytuł i numer Wydania;
  - 5.16.3 faktur za papier, druk lub wydrukowane egzemplarze, zawierających informacje o liczbie wydrukowanych egzemplarzy, tytuł i numer Wydania;
  - 5.16.4 umowy z pośrednikiem (zamówienia) wraz z kserokopiami dokumentów pośrednika, o których mowa w pkt 5.16.1 - 5.16.3 powyżej, z wyłączeniem informacji o cenie;
  - 5.16.5 dowodów zapłaty należności na podstawie otrzymanych faktur, o których mowa w pkt 5.16.3 lub 5.16.4, lub wezwań do zapłaty.
- 5.17 Wydawca Pisma Bezpłatnego zobowiązany jest ponadto udostępnić Audytorowi dokumenty wymienione w „Wytocznych do kontroli” na dany rok, potwierdzające odpowiednie formy dystrybucji, o których mowa w pkt 3.16.
- 5.18 W przypadku rozpowszechniania w formie *dystrybucji adresowej imiennej do odbiorców indywidualnych* i *dystrybucji adresowej do odbiorców hurtowych* Audytor przeprowadza weryfikację ostatecznych odbiorców prasy. Powyższa weryfikacja powinna przebiegać zgodnie z procedurą opisaną w „Wytocznych do kontroli” na dany rok kalendarzowy.
- 5.19 W przypadku rozpowszechniania w formie *innej płatnej dystrybucji e-wydań*, przy deklarowaniu liczby egzemplarzy większej niż 10% *sprzedaży wydań ogółem* danego Wydania, wydawca ma obowiązek spełnić warunki określone w pkt 5.19.1 lub w pkt 5.19.2 poniżej:
- 5.19.1 Liczba wykazanych egzemplarzy E-wydania powinna być zgodna z raportem, zawierającym dla każdego Udostępnionego Egzemplarza E-wydania następujące informacje, które mogą podlegać dodatkowej weryfikacji przez Audytora:
    - 5.19.1.1 dane kontaktowe umożliwiające identyfikację użytkownika i weryfikację udostępnienia, zgodne ze sposobem dystrybucji: adres e-mail, numer telefonu lub nazwa użytkownika w serwisie społecznościowym;
    - 5.19.1.2 data i godzina udostępnienia, np. powiadomienia w formie wiadomości e-mail, SMS, itp.;



- 5.19.1.3 tytuł pisma z określeniem ewentualnej Mutacji Wydawniczej;
  - 5.19.1.4 data lub numer pierwszego Wydania;
  - 5.19.1.5 data lub numer ostatniego Wydania lub liczba Wydań,
- 5.19.2 Liczba wykazanych egzemplarzy E-wydania powinna być zgodna z liczbą pobrań przez unikalnych ostatecznych odbiorców, które można zweryfikować metodami zaakceptowanymi przez Zarząd ZKDP. W tym celu wydawca, przed pierwszym udostępnieniem E-wydań, które zamierza wykazać w deklaracji – winien zgłosić ten fakt Zarządowi ZKDP i uzyskać jednorazowo potwierdzenie spełnienia wymagań. Zarząd ZKDP wyda decyzję w terminie trzydziestu dni kalendarzowych od daty zgłoszenia.
- 5.20 Przy ponownym zgłoszeniu tytułu prasowego do rejestru ZKDP Zarząd zleca objęcie kontrolą okresu dwunastu miesięcy poprzedzających datę wniosku o ponowne wpisanie do rejestru. W uzasadnionych przypadkach Zarząd może wyznaczyć inny okres, który zostanie poddany tej kontroli. Wydawca zobowiązany jest do przygotowania dokumentacji umożliwiającej przeprowadzenie kontroli. Zarząd odstąpi od zlecenia kontroli przy ponownym zgłoszeniu tytułu, gdy wydawca wykaże, że przygotowanie dokumentacji nie jest możliwe. Zarząd może również odstąpić od zlecenia kontroli przy ponownym zgłoszeniu tytułu, jeśli wszystkie dane zostały lub/i zostaną poddane kontroli zwyczajnej lub tytuł nie ukazywał się. Jeśli wydawca podda się kontroli przy ponownym zgłoszeniu tytułu lub dane zostały lub/i zostaną poddane kontroli zwyczajnej, Zarząd ZKDP może, na wniosek wydawcy, zwolnić go z kontroli wstępnej.
- 5.21 W przypadku odstąpienia od kontroli przy ponownym przyjęciu tytułu, a także w przypadku ustania członkostwa w ZKDP (par. 13 „Statutu ZKDP”) Zarząd ZKDP jest zobowiązany usunąć wszelkie Dane ZKDP, które nie zostaną poddane kontroli, z wyłączeniem Danych ZKDP, za określony rok kalendarzowy, dla tych tytułów, które nie znalazły się na liście, o której mowa w pkt 5.7 niniejszego regulaminu.
- 5.22 Po zakończeniu kontroli Audytor sporządza protokół kontroli, który potwierdza zgodność lub wskazuje na niezgodność stanu faktycznego z deklaracjami wydawcy i nie może zawierać informacji, które wykraczałyby ponad dane zawarte w tych deklaracjach. W przypadku niezgodności w protokole należy opisać ich przyczyny. Protokół musi zawierać:
- 5.22.1 termin przeprowadzenia kontroli wraz z dokładną nazwą i adresem Audytora;
  - 5.22.2 oznaczenie Kontrolowanego Tytułu Prasowego, częstotliwość jego ukazywania się, nazwę wydawcy i jego adres, podstawę prawną przeprowadzenia kontroli (pkt 2.7.9, pkt 5.1 w zw. z pkt 2.7.8, pkt 5.9, pkt 5.11 lub pkt 5.20) oraz stwierdzenie zgodności danych z deklaracji z wynikami kontroli;
  - 5.22.3 informację o sprawdzeniu wysokości Nakładu i rozpowszechniania z uwzględnieniem struktury geograficznej w podziale na województwa w co najmniej dwóch miesiącach kontrolowanego okresu oraz informację o zgodności Nakładu opublikowanego w Kontrolowanym Tytule Prasowym z wynikami kontroli;
  - 5.22.4 jako załączniki – wyniki kontroli, w tym stwierdzone rozbieżności w stosunku do deklaracji wydawcy;
  - 5.22.5 podpisy Audytora i wydawcy.

5.23 Jeżeli z przyczyn leżących po stronie wydawcy kontrola nie została wszczęta albo nie została zakończona w terminie, o którym mowa w pkt 5.5 lub w terminie zakreślonym przez Zarząd ZKDP w przypadku przeprowadzania którejkolwiek kontroli, w tym kontroli zwyczajnej, jeśli Zarząd przedłuży termin jej zakończenia, protokół kontroli sporządzony przez Audytora musi zawierać:

5.23.1 jeżeli kontrola nie została wszczęta:

5.23.1.1 dokładną nazwę i adres Audytora i wydawcy,

5.23.1.2 planowaną datę rozpoczęcia i zakończenia kontroli,

5.23.1.3 oznaczenie Kontrolowanego Tytułu Prasowego,

5.23.1.4 omówienie przyczyn, które uniemożliwiły przeprowadzenie kontroli,

5.23.1.5 podpis Audytora;

5.23.2 jeżeli kontrola pomimo jej wszczęcia nie została zakończona:

5.23.2.1 dane i informacje, o których mowa w pkt 5.22, znane Audytorowi lub zebrane przez niego w trakcie niezakończonych kontroli,

5.23.2.2 omówienie przyczyn, które uniemożliwiły zakończenie kontroli, w tym sposób utrudniania przez wydawcę przeprowadzenia kontroli, jeżeli takie zdarzenie(-a) wystąpiło(-y),

5.23.2.3 podpis Audytora.

5.24 Przeprowadzając kontrole, o których mowa w rozdziale ZASADY KONTROLI, Audytor jest zobowiązany stosować niniejszy regulamin w brzmieniu obowiązującym w okresie(-ach) objętym(-ych) daną kontrolą.

5.25 W przypadku, o którym mowa w pkt 5.22, Audytor dostarcza Zarządowi ZKDP protokół kontroli podpisany przez wydawcę. Wydawca może w terminie dwudziestu jeden dni od daty doręczenia protokołu zgłosić do niego zastrzeżenia lub wyjaśnienia. Wyniki kontroli zatwierdza Zarząd i kieruje je do publikacji. Dla tytułów prasowych nieobjętych kontrolą zwyczajną za dany rok kalendarzowy dane z deklaracji zyskują status wyników kontroli.

5.26 W przypadku, o którym mowa w pkt 5.23 Audytor dostarcza Zarządowi ZKDP protokół kontroli bez podpisu wydawcy. Wydawca może, w terminie czternastu dni od daty doręczenia mu przez Zarząd protokołu, zgłosić do niego zastrzeżenia lub wyjaśnienia. Po otrzymaniu zastrzeżeń lub wyjaśnień wydawcy albo bezskutecznym upływie powyższego terminu na ich zgłoszenie Zarząd podejmuje dalsze działania przewidziane w Statucie ZKDP lub niniejszym regulaminie.

## **6 POSŁUGIWANIE SIĘ DANymi I ZNAK ZKDP**

6.1 Wydawca będący członkiem ZKDP ma prawo umieszczać w Kontrolowanym Tytule Prasowym oraz materiałach reklamowych dotyczących tego tytułu prasowego znak (logo) ZKDP. Znak ten może być reprodukowany bez naruszeń w piśmie i materiałach reklamowych po otrzymaniu przez wydawcę pisemnego potwierdzenia o zarejestrowaniu tytułu prasowego w rejestrze ZKDP. Nieuprawnione użycie znaku stanowi naruszenie „Statutu ZKDP”.

6.2 Członkowie ZKDP posługując się Danymi ZKDP lub Danymi Opracowanymi – niezależnie od przestrzegania reguł poprawnego wnioskowania oraz reguł ustawowych dotyczących zasad

zapobiegania i zwalczania nieuczciwej konkurencji – powinni stosować się do zasad określonych w niniejszym regulaminie.

- 6.3 Członkowie ZKDP powinni dołożyć należytej staranności w celu zapewnienia, że inne podmioty działające na ich zlecenie będą przy Posługiwaniu się Danymi ZKDP lub Danymi Opracowanymi stosować się do zasad określonych w niniejszym regulaminie.
- 6.4 Rekomendacje zawarte w niniejszym regulaminie nie mają zastosowania do:
  - 6.4.1 dziennikarskich materiałów prasowych – w stosunku do takich materiałów, członkom ZKDP oraz Zarządowi ZKDP przysługują środki prawne przewidziane w powszechnie obowiązujących przepisach Prawa prasowego, w tym w szczególności prawo do wniosku o opublikowanie sprostowania; oraz
  - 6.4.2 danych wykorzystywanych w materiałach wewnętrznych wydawnictwa lub Grupy w rozumieniu „Statutu ZKDP”.
- 6.5 Członkowie ZKDP powinni posługiwać się Danymi ZKDP lub Danymi Opracowanymi w formie Prezentacji lub Porównania zgodnie z rekomendacjami zawartymi w niniejszym regulaminie.
- 6.6 Członkowie ZKDP nie powinni wykorzystywać jednocześnie różnych form posługiwania się danymi (tj. Prezentacji lub Porównania w jednostce przekazu rozumianej jako np. strona w wersji drukowanej lub elektronicznej, odsłona internetowa, slajd multimedialny, spot radiowy, telewizyjny lub multimedialny).
- 6.7 Przy Posługiwaniu się Danymi ZKDP lub Danymi Opracowanymi członkowie ZKDP powinni przestrzegać łącznie poniższych zasad:
  - 6.7.1 stosować przyjętą w niniejszym regulaminie terminologię (pojęcia);
  - 6.7.2 przy wykorzystaniu w jednym przekazie różnych form (Prezentacji, Porównania) oznaczyć nazwą formy każdą jednostkę tego przekazu;
  - 6.7.3 wskazać pełną nazwę tytułu/tytułów;
  - 6.7.4 wskazać okres, którego te dane dotyczą;
  - 6.7.5 wymienić obszar dystrybucji tytułu/tytułów dla tych danych w przypadku wykorzystania danych z tabeli geograficznej struktury rozpowszechniania;
  - 6.7.6 wskazać źródło informacji, w tym nazwę rubryki deklaracji (np. ZKDP, *rozpowszechnianie płatne razem*, lipiec 2013 lub opracowano na podstawie Danych ZKDP, *sprzedaż wydań ogółem*, lipiec 2013 lub *rozpowszechnianie bezpłatne ogółem*, lipiec 2013);
  - 6.7.7 przy posługiwaniu się średnią jednorazową lub sumą egzemplarzy wskazać w opisie liczbę Wydań dla każdego z tytułów w analizowanym okresie, a w przypadku wykorzystania danych dla tytułów o łączonej numeracji uzupełnić opis o liczbę Wydań łączonych (np. ZKDP, *rozpowszechnianie płatne razem*, styczeń - czerwiec 2013, 24 Wydania, w tym 2 Wydania łączone);
  - 6.7.8 w przypadku gdy dla danego tytułu udział E-wydań w danej formie rozpowszechniania, wykorzystanej w danym przekazie, jest większy niż 5%, posługując się Danymi ZKDP oraz Danymi Opracowanymi, na które składają się dane dotyczące Wydań drukowanych i E-wydań danego tytułu prasowego lub tytułów

prasowych, członkowie ZKDP powinni:

6.7.8.1 wskazać, jaki procentowy udział oraz ile egzemplarzy E-wydań obejmuje liczba bezwzględna określająca daną formę rozpowszechniania danego tytułu prasowego i/lub danych tytułów prasowych,

6.7.8.2 w przypadku przekazów graficznych wyraźnie odznaczyć część przekazu, tak aby oznaczenie odzwierciedlało udział E-wydań danego tytułu prasowego i/lub danych tytułów prasowych w ogólnej liczbie odnoszącej się do danych form rozpowszechniania danego tytułu prasowego i/lub danych tytułów prasowych.

6.8 Przy opracowywaniu danych członkowie ZKDP powinni przestrzegać łącznie poniższych zasad:

6.8.1 dane powinny pochodzić z tych samych, odpowiadających sobie pól deklaracji, z zastrzeżeniem pkt 6.9;

6.8.2 dane powinny dotyczyć tego samego typu pisma (albo płatne, albo bezpłatne, albo branżowe), z wyłączeniem sytuacji, o której mowa w ostatnim zdaniu pkt 2.7.6 niniejszego regulaminu;

6.8.3 dane powinny dotyczyć tego samego okresu rozpowszechniania, za wyjątkiem pism wprowadzonych/wycofanych w trakcie tego okresu, przy czym taki niepełny okres powinien zostać odpowiednio opisany;

6.8.4 dane powinny dotyczyć tej samej częstotliwości ukazywania się;

6.8.5 dane powinny być opisane w sposób umożliwiający ich weryfikację;

6.8.6 wyniki opracowania danych mogą być zaokrąglane, przy czym rekomendowane jest dokonywanie zaokrągleń w następujący sposób:

6.8.6.1 przy wielkościach poniżej 100 000 egzemplarzy – do pełnych setek,

6.8.6.2 przy wielkościach powyżej 100 000 egzemplarzy – do pełnych tysięcy.

6.9 W przypadku Prezentacji, przy opracowywaniu danych różnych typów pism, za odpowiadające sobie uznaje się następujące rubryki:

6.9.1 Średni Nakład Jednorazowy – dla wszystkich typów pism; oraz

6.9.2 suma *rozpowszechniania płatnego razem* i *rozpowszechniania bezpłatnego* – dla Pism Płatnych odpowiada *rozpowszechnianiu ogółem* – dla Pism Płatnych Branżowych i *rozpowszechnianiu bezpłatnemu ogółem* – dla Pism Bezpłatnych.

6.10 Przy Prezentacji dane powinny dotyczyć tego samego okresu rozpowszechniania, przy czym możliwe jest wykorzystanie danych tytułów wprowadzonych/wycofanych w trakcie tego okresu, z zastrzeżeniem, że taki niepełny okres powinien zostać odpowiednio opisany.

6.11 Przy Prezentacji możliwe jest:

6.11.1 wykorzystanie danych różniących się ze względu na typ pisma przy zastosowaniu następujących rubryk: Nakład, suma *rozpowszechniania płatnego razem* i *rozpowszechniania bezpłatnego* – dla Pism Płatnych, *rozpowszechnianie ogółem* – dla Pism Płatnych Branżowych i *rozpowszechnianie bezpłatne* – dla Pism Bezpłatnych, a ponadto wskazania typów;

- 6.11.2 wykorzystanie danych różniących się ze względu na częstotliwość, przy czym rekomendowane jest wskazanie tych częstotliwości;
- 6.11.3 wykorzystanie danych różniących się ze względu na obszar dystrybucji, przy czym rekomendowane jest wskazanie tych obszarów.
- 6.12 Przy dokonywaniu Porównania członkowie ZKDP powinni przestrzegać łącznie poniższych zasad:
- 6.12.1 dane powinny dotyczyć tego samego okresu rozpowszechniania, przy czym możliwe jest wykorzystanie danych tytułów wprowadzonych/wycofanych w trakcie tego okresu, z zastrzeżeniem, że takie niepełne okresy powinny zostać opisane;
- 6.12.2 dane powinny dotyczyć tego samego typu pisma (albo płatne, albo bezpłatne, albo branżowe), z wyłączeniem sytuacji, o której mowa w ostatnim zdaniu pkt 2.7.6 niniejszego regulaminu;
- 6.12.3 dane powinny dotyczyć tych samych obszarów dystrybucji (tzn. można porównywać pisma ogólnopolskie z ogólnopolskimi, regionalne/lokalne z regionalnymi/lokalnymi rozpowszechnianymi na takim samym obszarze, regionalne/lokalne z ogólnopolskimi w części dotyczącej rozpowszechniania pism ogólnopolskich na obszarze dystrybucji porównywanych pism regionalnych/lokalnych, jak również można porównywać jeden tytuł z sumą tytułów, sumę tytułów z sumą tytułów).
- 6.13 W przypadku wykorzystania przy dokonywaniu Porównania danych różniących się ze względu na częstotliwość rekomendowane jest wskazanie tych częstotliwości oraz postępowanie się:
- 6.13.1 wyłącznie średnimi jednorazowymi (przez co rozumie się iloraz sumy egzemplarzy przez liczbę Wydań w danym okresie); oraz
- 6.13.2 Porównanie pojedynczych tytułów.
- 6.14 Przy Porównaniu nie powinno się wykorzystywać danych z tabeli „Nakład i rozpowszechnianie w podziale na Mutacje Cenowe”.
- 6.15 Informacja o Nakładzie drukowana na egzemplarzu lub w egzemplarzu nie powinna różnić się więcej niż o 10% od danych przekazanych w deklaracjach.
- 6.16 W sprawach nie określonych w pkt od 6.2 do 6.15 oraz w sprawach wykładni zawartych w nich postanowieniach rozstrzyga Zarząd ZKDP, podejmując decyzje w drodze uchwał. Zarząd może podjąć uchwałę z własnej inicjatywy lub na wniosek członka ZKDP.
- 6.17 ZKDP udostępnia swoim członkom oprogramowanie do korzystania z Danych ZKDP. Zasady korzystania z oprogramowania określa Zarząd ZKDP w drodze uchwały.

## **7 KOSZTY KONTROLI**

- 7.1 Koszty kontroli, o której mowa w pkt 2.7.9 oraz pkt 5.1 w zw. z pkt 2.7.8, pkt 5.9, pkt 5.11 lub pkt 5.20, pokrywa w całości wydawca, przy czym w przypadku kontroli, o której mowa w pkt 5.9, tylko wtedy, jeżeli w jej wyniku stwierdzono, że deklaracje, kontrola zwyczajna lub opublikowane dane były nierzetelne. W razie niepotwierdzenia się zarzutów koszty kontroli pokrywa wnioskodawca.
- 7.2 W przypadku gdy wydawca nie udostępni Audytorowi dokumentacji w wyznaczonym w harmonogramie terminie lub nie ureguluje zapłaty za kontrolę w wyznaczonym terminie, zobowiązany będzie do zapłaty dodatkowych 20% pełnych kosztów kontroli.

- 7.3 W przypadku gdy Audytor z własnej winy nie przystąpi do kontroli w wyznaczonym w harmonogramie terminie lub nie dotrzyma terminu zakończenia audytu, wydawcy przysługuje prawo do 20% zniżki liczonej od pełnych kosztów kontroli.
- 7.4 Na wniosek wydawcy Kontrolowany Tytuł Prasowy wykreśla się z rejestru ZKDP. Wydawca traci wówczas prawo używania znaku (logo) ZKDP dla tego tytułu.

## **8 DANE OSOBOWE**

- 8.1 Ilekroć przeprowadzenie kontroli będzie się wiązać z przetwarzaniem Danych Osobowych przez Audytora, Administrator zawrze z Audytorem stosowną umowę o przetwarzanie Danych Osobowych.
- 8.2 W przypadku, gdy w kontroli bierze udział przedstawiciel Zarządu ZKDP, Administrator zawrze umowę o przetwarzanie Danych Osobowych również z ZKDP. Zarząd ZKDP może umocować przedstawiciela Zarządu ZKDP do zawarcia umowy w imieniu ZKDP.
- 8.3 Przetwarzanie Danych Osobowych, o którym mowa w pkt 8.1 i 8.2 będzie miało na celu wyłącznie administrację i kontrolę deklaracji i danych o których mowa w pkt 8.1.
- 8.4 Umowa o przetwarzanie Danych Osobowych, o której mowa w pkt 8.1 i 8.2, zawierać będzie w szczególności sposób, cel i środki techniczne ochrony i przetwarzania Danych Osobowych.
- 8.5 Jeżeli jest to możliwe, przetwarzanie Danych Osobowych, o którym mowa w pkt 8.1 i 8.2, odbywać się będzie przy użyciu środków technicznych i urządzeń wydawcy-członka lub Administratora.

## **9 ZAŁĄCZNIKI**

Następujące załączniki stanowią integralną część niniejszego regulaminu:

- A-1 Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości Nakładu i dystrybucji dla dzienników płatnych,
- A-2 Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości Nakładu i dystrybucji dla tygodników, dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu (Pisma Płatne),
- A-3 Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości Nakładu i dystrybucji dla miesięczników, pism ukazujących się nie rzadziej niż dziesięć razy w roku, publikacji periodycznych ukazujących się rzadziej niż dziesięć razy w roku oraz wydawnictw o nieregularnej częstotliwości ukazywania się (Pisma Płatne),
- B-1 Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości Nakładu i dystrybucji dla dzienników bezpłatnych.
- B-2 Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości Nakładu i dystrybucji dla tygodników, dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu (Pisma Bezpłatne),
- B-3 Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości Nakładu i dystrybucji dla miesięczników, pism ukazujących się nie rzadziej niż dziesięć razy w roku, publikacji periodycznych ukazujących się rzadziej niż dziesięć razy w roku oraz wydawnictw o nieregularnej częstotliwości ukazywania się (Pisma Bezpłatne),
- C-1 Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości Nakładu i dystrybucji dla dzienników branżowych płatnych,

- C- 2 Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości Nakładu i dystrybucji dla tygodników, dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu (Pisma Branżowe Płatne),
- C- 3 Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości Nakładu i dystrybucji dla miesięczników, pism ukazujących się nie rzadziej niż dziesięć razy w roku, publikacji periodycznych ukazujących się rzadziej niż dziesięć razy w roku oraz wydawnictw o nieregularnej częstotliwości ukazywania się (Pisma Branżowe Płatne),
- D- 1 Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości Nakładu i dystrybucji dla dzienników branżowych bezpłatnych,
- D- 2 Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości Nakładu i dystrybucji dla tygodników, dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu (Pisma Branżowe Bezpłatne),
- D- 3 Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości Nakładu i dystrybucji dla miesięczników, pism ukazujących się nie rzadziej dziesięć razy w roku, publikacji periodycznych ukazujących się rzadziej niż dziesięć razy w roku oraz wydawnictw o nieregularnej częstotliwości ukazywania się (Pisma Branżowe Bezpłatne),
- E Zgłoszenie tytułu prasowego do rejestru ZKDP,
- F Regulamin wyboru Audytorów.





Załącznik A2 do Regulaminu kontroli nakładu i dystrybucji prasy zarejestrowanej w ZKDP - wzór deklaracji dla tygodników, dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu (Pisma Płatne)

DEKLARACJA WYDAWCY O WYSOKOŚCI NAKŁADU I DYSTRYBUCJI PRASY

Tytuł pisma:  
Wydawca:  
Okres:

Częstotliwość ukazwania się:  
Cena egz.:  
Cena prenumeraty:

TABELA A: SPRZEDAŻ WYDAŃ DRUKOWANYCH, E-WYDAŃ I DOSTĘPÓW CYFROWYCH

Miesiąc	Sprzedaz wydań drukowanych	Sprzedaz e-wydań	Sprzedaz wydań ogółem	Sprzedaz dostępów cyfrowych
	Tabela C kol. 15	Tabela F kol. 7	(1+2)	Tabela F kol. 13
0	1	2	3	4

TABELA B: FORMY ROZPOWSZECHNIANIA PISM PŁATNYCH

Miesiąc	Sprzedaz wydań drukowanych	Sprzedaz e-wydań	Sprzedaz wydań ogółem	Rozpowszechnianie wydań drukowanych	Rozpowszechnianie e-wydań	Rozpowszechnianie wydań ogółem	Rozpowszechnianie bezpłatne wydań drukowanych	Bezpłatna dystrybucja e-wydań	Rozpowszechnianie bezpłatne wydań ogółem
	Tabela C kol. 15	Tabela F kol. 7	1+2	Tabela C kol. 17	Tabela F kol. 9	4+5	Tabela C kol. 18	Tabela F kol. 10	7+8
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

TABELA C: ŚREDNIE ROZPOWSZECHNIANIE WYDAŃ DRUKOWANYCH

Miesiąc	Liczba wydań	Nakład								Formy rozpowszechniania wydań drukowanych								Zwroty	Egzemplarze nieskerowane do rozpowszechniania			
		3	4	5	6	7	8	9	Średni nakład jednorazowy	Sprzedaz egzemplarzowa wydań drukowanych	Prenumerata wydawnicza indywidualna wydań drukowanych	Prenumerata wydawnicza wielu egzemplarzy wydań drukowanych	Prenumerata koperterska wydań drukowanych	Sprzedaz wydań drukowanych (11+12+13+14)	Inne płatne formy rozpowszechniania wydań drukowanych	Rozpowszechnianie wydań drukowanych (15+16)	Rozpowszechnianie bezpłatne wydań drukowanych					
1	2																					

TABELA D: NAKŁAD I ROZPOWSZECHNIANIE WYDAŃ DRUKOWANYCH W PODZIALE NA WYDANIA

Numer tygodnia w roku	Pierwszy dzień sprzedaży	Nakład								Formy rozpowszechniania wydań drukowanych								Zwroty	Egzemplarze nieskerowane do rozpowszechniania				
		10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24							
1	2																						

TABELA E: NAKŁAD I ROZPOWSZECHNIANIE WYDAŃ DRUKOWANYCH W PODZIALE NA MUTACJE CENOWE

Numer tygodnia w roku	Pierwszy dzień sprzedaży	Cena	Nakład								Formy rozpowszechniania wydań drukowanych								Zwroty	Egzemplarze nieskerowane do rozpowszechniania			
			10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24						
1	2	3																					

TABELA F: CYFROWE FORMY ROZPOWSZECHNIANIA

Numer tygodnia w roku	Pierwszy dzień sprzedaży	E-wydania								Dostępły cyfrowe				
		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	2													
Srednio														

TABELA G: GEOGRAFICZNA STRUKTURA ROZPOWSZECHNIANIA

województwo	rozpowszechnianie płatne razem	procent	województwo	rozpowszechnianie płatne razem	procent	województwo	rozpowszechnianie płatne razem	procent
1. Dolnośląskie			7. Mazowieckie			13. Świętokrzyskie		
2. Kujawsko-pomorskie			8. Opolskie			14. Warmińsko-mazurskie		
3. Lubelskie			9. Podkarpackie			15. Wielkopolskie		
4. Lubuskie			10. Podlaskie			16. Zachodniopomorskie		
5. Łódzkie			11. Pomorskie			17. Eksport		
6. Małopolskie			12. Śląskie			18. Nieustalone		
						RAZEM		

Załącznik A3 do Regulaminu kontroli nakładu i dystrybucji prasy zarejestrowanej w ZKDP - wzór deklaracji dla miesięczników, pism ukazujących się nie rzadziej niż dziesięć razy w roku, publikacji periodycznych ukazujących się rzadziej niż dziesięć razy w roku oraz wydawnictw o nieregularnej częstotliwości ukazywania się (Pisma Płatne)

**DEKLARACJA WYDAWCY O WYSOKOŚCI NAKŁADU I DYSTRYBUCJI PRASY**

Tytuł pisma:  
Wydawca:  
Okres:

Częstotliwość ukazywania się:  
Cena egz.:  
Cena prenumeraty:

**TABELA A: SPRZEDAŻ WYDAŃ DRUKOWANYCH, E-WYDAŃ I DOSTĘPÓW CYFROWYCH**

Miesiąc	Sprzedaż wydań drukowanych	Sprzedaż e-wydań	Sprzedaż wydań ogółem	Sprzedaż dostępów cyfrowych
	Tabela C kol. 15	Tabela F kol. 7	(1+2)	Tabela F kol. 13
0	1	2	3	4

**TABELA B: FORMY ROZPOWSZECZNIANIA PISM PŁATNYCH**

Miesiąc	Sprzedaż wydań drukowanych	Sprzedaż e-wydań	Sprzedaż wydań ogółem	Rozpowszechnianie wydań drukowanych	Rozpowszechnianie e-wydań	Rozpowszechnianie płatne razem	Rozpowszechnianie bezpłatne wydań drukowanych	Bezpłatna dystrybucja e-wydań	Rozpowszechnienie bezpłatne razem
	Tabela C kol. 15	Tabela F kol. 7	1+2	Tabela C kol. 17	Tabela F kol. 9	4+5	Tabela C kol. 18	Tabela F kol. 10	7+8
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

**TABELA C: ŚREDNIE ROZPOWSZECZNIENIE WYDAŃ DRUKOWANYCH**

Miesiąc	Liczba wydań	Nakład								Formy rozpowszechniania wydań drukowanych								Zwroty	Egzemplarze nieskierowane do rozpowszechniania	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16			17
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20

**TABELA D: NAKŁAD I ROZPOWSZECZNIENIE WYDAŃ DRUKOWANYCH W PODZIALE NA WYDANIA**

Numer	Pierwszy dzień sprzedaży	Nakład								Formy rozpowszechniania wydań drukowanych								Zwroty	Egzemplarze nieskierowane do rozpowszechniania										
		10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25			26	27	28							
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

**TABELA E: NAKŁAD I ROZPOWSZECZNIENIE WYDAŃ DRUKOWANYCH W PODZIALE NA MUTACJE CENOWE**

Numer	Cena	Nakład								Formy rozpowszechniania wydań drukowanych								Zwroty	Egzemplarze nieskierowane do rozpowszechniania										
		10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25			26	27	28							
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

**TABELA F: CYFROWE FORMY ROZPOWSZECZNIANIA**

Numer	Pierwszy dzień sprzedaży	E-wydania								Dostęp cyfrowy				Sprzedaż cyfrowych form rozpowszechniania (7-13)
		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Średnio														

**TABELA G: GEOGRAFICZNA STRUKTURA ROZPOWSZECZNIANIA**

województwo	rozpowszechnienie płatne razem	procent	województwo	rozpowszechnienie płatne razem	procent	województwo	rozpowszechnienie płatne razem	procent
1. Dolnośląskie			7. Mazowieckie			13. Świętokrzyskie		
2. Kujawsko-pomorskie			8. Opolskie			14. Warmińsko-mazurskie		
3. Lubelskie			9. Podkarpackie			15. Wielkopolskie		
4. Lubuskie			10. Podlaskie			16. Zachodniopomorskie		
5. Łódzkie			11. Pomorskie			17. Elpasa		
6. Małopolskie			12. Śląskie			18. Neustalone		
RAZEM								





Załącznik B-2 do Regulaminu kontroli nakładu i dystrybucji prasy zarejestrowanej w ZKDP - wzór deklaracji dla tygodników, dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu (Pisma Bezpłatne).

DEKLARACJA WYDAWCY O WYSOKOŚCI NAKŁADU I DYSTRYBUCJI PRASY

Tytuł pisma:  
Wydawca:  
Okres:

stacjonarność ukazywania:

Miesiąc	Liczba wydań	Średni nakład jednorazowy	EGZEMPLARZE ROZPOWSZECHNIONE								EGZEMPLARZE NIEROZPOWSZECHNIONE										
			Dystrybucja adresowa inna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy	Dystrybucja z nośników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie delegowania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Dystrybucja ewydań	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Dystrybucja adresowa inna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy	Dystrybucja z nośników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie delegowania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Egzemplarze nierozpowszechnione ogółem	Egzemplarze niesklerowane do dystrybucji	Egzemplarze skierowane do dystrybucji o nieustalonej wielkości rozpowszechniania
1	2	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29

NAKŁAD I DYSTRYBUCJA W PODZIALE NA WYDANIA

Numer tygodnia w roku	Nakład	EGZEMPLARZE ROZPOWSZECHNIONE								EGZEMPLARZE NIEROZPOWSZECHNIONE										
		Dystrybucja adresowa inna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy	Dystrybucja z nośników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie delegowania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Dystrybucja ewydań	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Dystrybucja adresowa inna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy	Dystrybucja z nośników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie delegowania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Egzemplarze nierozpowszechnione ogółem	Egzemplarze niesklerowane do dystrybucji	Egzemplarze skierowane do dystrybucji o nieustalonej wielkości rozpowszechniania
1	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29

GEOGRAFICZNA STRUKTURA ROZPOWSZECHNIANIA

Województwo	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Procent	Województwo	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Procent	Województwo	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Procent
1. Dolnośląskie			7. Mazowieckie			13. Świętokrzyskie		
2. Kujawsko-pomorskie			8. Opolskie			14. Warmińsko-mazurskie		
3. Lubelskie			9. Podkarpackie			15. Wielkopolskie		
4. Lubuskie			10. Podlaskie			16. Zachodniopomorskie		
5. Łódzkie			11. Pomorskie			17. Ekspert		
6. Małopolskie			12. Śląskie			18. Nieustalone		
RAZEM								

**Załącznik B-3 do Regulaminu kontroli nakładu i dystrybucji prasy zarejestrowanej w ZKDP - wzór deklaracji dla miesięczników, pism ukazujących się nie rzadziej niż dziesięć razy w roku, publikacji periodycznych ukazujących się rzadziej niż dziesięć razy w roku oraz wydawnictw o nieregularnej częstotliwości ukazywania się (Pisma Bezpłatne)**

**DEKLARACJA WYDAWCY O WYSOKOŚCI NAKŁADU I DYSTRYBUCJI PRASY**

Tytuł pisma:  
Wydawca:  
Okres:

Częstotliwość ukazywania się:

Miesiąc	Liczba wydań	NAKLAD	EGZEMPLARZE ROZPOWSZECHNIONE								EGZEMPLARZE NIEROZPOWSZECHNIONE								Egzemplarze skierowane do dystrybucji o niestalonej wielkości rozpowszechniania		
		Średni nakład jednorazowy	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostlessy	Dystrybucja z nośników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Dystrybucja e-wydań	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostlessy	Dystrybucja z nośników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja		Egzemplarze nierozpowszechnione ogółem	
1	2	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29

**NAKLAD I DYSTRYBUCJA W PODZIALE NA WYDANIA**

Numer	NAKLAD	EGZEMPLARZE ROZPOWSZECHNIONE								EGZEMPLARZE NIEROZPOWSZECHNIONE								Egzemplarze skierowane do dystrybucji o niestalonej wielkości rozpowszechniania		
	Nakład	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostlessy	Dystrybucja z nośników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Dystrybucja e-wydań	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostlessy	Dystrybucja z nośników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja		Egzemplarze nierozpowszechnione ogółem	
1	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29

**GEOGRAFICZNA STRUKTURA ROZPOWSZECHNIANIA**

Województwo	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Procent	Województwo	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Procent	Województwo	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Procent
1. Dolnośląskie			7. Mazowieckie			13. Świętokrzyskie		
2. Kujawsko-pomorskie			8. Opolskie			14. Warmińsko-mazurskie		
3. Lubelskie			9. Podkarpackie			15. Wielkopolskie		
4. Lubuskie			10. Podlaskie			16. Zachodniopomorskie		
5. Łódzkie			11. Pomorskie			17. Ekspert		
6. Małopolskie			12. Śląskie			18. Nieustalone		
						RAZEM		



Załącznik C2 do Regulaminu kontroli nakładu i dystrybucji prasy zarejestrowanej w ZKDP - wzór deklaracji dla tygodników, dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu (Pisma Branżowe Płatne)

DEKLARACJA WYDAWCY O WYSOKOŚCI NAKŁADU I DYSTRYBUCJI PRASY

Tytuł pisma:  
Wydawca:  
Okres:

Częstotliwość ukazwania się:  
Cena egz.:  
Cena prenumeraty:

TABELA A: SPRZEDAŻ WYDAŃ DRUKOWANYCH, E-WYDAŃ I DOSTĘPÓW CYFROWYCH

Miesiąc	Sprzedż wydań drukowanych	Sprzedż e-wydań	Sprzedż wydań ogółem	Sprzedż dostępów cyfrowych
	Tabela C kol. 15	Tabela F kol. 6	(1+2)	Tabela F kol. 12
0	1	2	3	4

TABELA B: FORMY ROZPOWSZECZNIANIA PISM PŁATNYCH

Miesiąc	Sprzedż wydań drukowanych	Sprzedż e-wydań	Sprzedż wydań ogółem	Rozpowszechnianie wydań drukowanych	Rozpowszechnianie e-wydań	Rozpowszechnianie e i płatne razem	Rozpowszechnianie bezpłatne wydań drukowanych	Bezpłatna dystrybucja e-wydań	Rozpowszechnianie e i bezpłatne razem	Rozpowszechnianie ogółem
	Tabela C kol. 15	Tabela F kol. 6	1+2	Tabela C kol. 17	Tabela F kol. 8	4+5	Tabela C kol. 25	Tabela F kol. 9	7+8	6+7
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

TABELA C: ŚREDNIE ROZPOWSZECZNIANIE WYDAŃ DRUKOWANYCH

Miesiąc	Liczba wydań	Nakład								Formy rozpowszechniania płatnego wydań drukowanych					Formy rozpowszechniania bezpłatnego wydań drukowanych											
		3	4	5	6	7	8	9	10	Sredni nakład jednorazowy	Sprzedż egzemplarzowa wydań drukowanych	Prenumerata wydawnicza indywidualna wydań drukowanych	Prenumerata wydawnicza wielu egzemplarzy wydań drukowanych	Prenumerata kopertowa wydań drukowanych	Sprzedż wydań drukowanych (11+12+13+14)	Inne płatne formy rozpowszechniania wydań drukowanych	Rozpowszechnianie wydań drukowanych (+16)	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy	Dystrybucja z notników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączanej do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Rozpowszechnianie bezpłatne wydań drukowanych (18+19+20+21+22+23+24)	Zwroty
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27

TABELA D: NAKŁAD I ROZPOWSZECZNIANIE WYDAŃ DRUKOWANYCH W PODZIALE NA WYDANIA

Numer tygodnia w roku	Nakład									Formy rozpowszechniania płatnego wydań drukowanych					Formy rozpowszechniania bezpłatnego wydań drukowanych									
	10	Sprzedż egzemplarzowa wydań drukowanych	Prenumerata wydawnicza indywidualna wydań drukowanych	Prenumerata wydawnicza wielu egzemplarzy wydań drukowanych	Prenumerata kopertowa wydań drukowanych	Sprzedż wydań drukowanych (11+12+13+14)	Inne płatne formy rozpowszechniania wydań drukowanych	Rozpowszechnianie wydań drukowanych (15+16)	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy	Dystrybucja z notników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączanej do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Rozpowszechnianie bezpłatne wydań drukowanych (18+19+20+21+22+23+24)	Zwroty	Egzemplarze nieskierowane do rozpowszechniania						
1	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27						

TABELA E: NAKŁAD I ROZPOWSZECZNIANIE WYDAŃ DRUKOWANYCH W PODZIALE NA MUTACJE CENOWE

Numer tygodnia w roku	Cena	Nakład									Formy rozpowszechniania płatnego wydań drukowanych					Formy rozpowszechniania bezpłatnego wydań drukowanych									
		10	Sprzedż egzemplarzowa wydań drukowanych	Prenumerata wydawnicza indywidualna wydań drukowanych	Prenumerata wydawnicza wielu egzemplarzy wydań drukowanych	Prenumerata kopertowa wydań drukowanych	Sprzedż wydań drukowanych (11+12+13+14)	Inne płatne formy rozpowszechniania wydań drukowanych	Rozpowszechnianie wydań drukowanych (15+16)	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy	Dystrybucja z notników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączanej do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Rozpowszechnianie bezpłatne wydań drukowanych (18+19+20+21+22+23+24)	Zwroty	Egzemplarze nieskierowane do rozpowszechniania						
1	2	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27						

TABELA F: CYFROWE FORMY ROZPOWSZECZNIANIA

Numer tygodnia w roku	E-wydania							Dostęp cyfrowy				Sprzedż cyfrowych form rozpowszechniania (6+12)	
	Sprzedż egzemplarzowa e-wydań	Prenumerata pojedynczych e-wydań	Prenumerata hurtowa e-wydań	Prenumerata e-wydań (3+4)	Sprzedż e-wydań (2+5)	Inna płatna dystrybucja e-wydań	Rozpowszechnianie e-wydań (6-7)	Bezpłatna dystrybucja e-wydań	Detaliczne dostęp cyfrowe	Hurtowe dostęp cyfrowe	Sprzedż dostępów cyfrowych (10+11)		Inna płatna dystrybucja dostępów cyfrowych
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Średnio													

GEOGRAFICZNA STRUKTURA ROZPOWSZECZNIANIA

Województwo	Rozpowszechnianie ogółem	Procent	Województwo	Rozpowszechnianie ogółem	Procent	Województwo	Rozpowszechnianie ogółem	Procent
1. Dolnośląskie			7. Mazowieckie			13. Świętokrzyskie		
2. Kujawsko-pomorskie			8. Opolskie			14. Warmińsko-mazurskie		
3. Lubelskie			9. Podkarpackie			15. Wielkopolskie		
4. Lubuskie			10. Podlaskie			16. Zachodniopomorskie		
5. Łódzkie			11. Pomorskie			17. Eksport		
6. Małopolskie			12. Śląskie			18. Nieważalne		
RAZEM								



Załącznik C-3 do Regulaminu kontroli nakładu i dystrybucji prasy zarejestrowanej w ZKDP - wzór deklaracji dla miesięczników, pism ukazujących się nie rzadziej niż dziesięć razy w roku, publikacji periodycznych ukazujących się rzadziej niż dziesięć razy w roku oraz wydawnictw o nieregularnej częstotliwości ukazywania się (Pisma Branżowe Płatne)

DEKLARACJA WYDAWCY O WYSOKOŚCI NAKŁADU I DYSTRYBUCJI PRASY

Tytuł pisma:  
Wydawca:  
Okres:

Częstotliwość ukazowania się:  
Cena egz:  
Cena prenumeraty:

TABELA A: SPRZEDAŻ WYDAŃ DRUKOWANYCH, E-WYDAŃ I DOSTĘPÓW CYFROWYCH

	Sprzedaz wydań drukowanych	Sprzedaz e-wydań	Sprzedaz wydań ogółem	Sprzedaz dostępów cyfrowych
Miesiąc:	Tabela C kol. 15	Tabela F kol.6	(1+2)	Tabela F kol. 12
0	1	2	3	4

TABELA B: FORMY ROZPOWSZECHNIANIA PISM PŁATNYCH

	Sprzedaz wydań drukowanych	Sprzedaz e-wydań	Sprzedaz wydań ogółem	Rozpowszechnienie wydań drukowanych	Rozpowszechnienie e-wydań	Rozpowszechnienie e i płatne razem	Rozpowszechnienie e bezpłatne wydań drukowanych	Bezpłatna dystrybucja e-wydań	Rozpowszechnienie e bezpłatne razem	Rozpowszechnienie ogółem
Miesiąc:	Tabela C kol. 15	Tabela F kol. 6	1+2	Tabela C kol. 17	Tabela F kol. 8	4+5	Tabela C kol. 25	Tabela F kol. 9	7+8	6+7
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

TABELA C: ŚREDNIE ROZPOWSZECHNIENIE WYDAŃ DRUKOWANYCH

Miesiąc	Liczba wydań	Nakład								Formy rozpowszechniania płatnego wydań drukowanych						Formy rozpowszechniania bezpłatnego wydań drukowanych										
		1	2	3	4	5	6	7	8	Średni nakład jednorazowy	Sprzedaz egzemplarzowa wydań drukowanych	Prenumerata wydawnicza indywidualna wydań drukowanych	Prenumerata wydawnicza wielu egzemplarzy wydań drukowanych	Prenumerata kolporterska wydań drukowanych	Sprzedaz wydań drukowanych (11+12+13+14)	Inne płatne formy rozpowszechniania wydań drukowanych	Rozpowszechnienie wydań drukowanych (15+16)	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazecarzy, hostesy	Dystrybucja z notników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Rozpowszechnienie bezpłatne wydań drukowanych (18+19+20+21+22+23+24)	Zwroty
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27

TABELA D: NAKŁAD I ROZPOWSZECHNIENIE WYDAŃ DRUKOWANYCH W PODZIALE NA WYDANIA

Numer	Nakład									Formy rozpowszechniania płatnego wydań drukowanych						Formy rozpowszechniania bezpłatnego wydań drukowanych										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Nakład	Sprzedaz egzemplarzowa wydań drukowanych	Prenumerata wydawnicza indywidualna wydań drukowanych	Prenumerata wydawnicza wielu egzemplarzy wydań drukowanych	Prenumerata kolporterska wydań drukowanych	Sprzedaz wydań drukowanych (11+12+13+14)	Inne płatne formy rozpowszechniania wydań drukowanych	Rozpowszechnienie wydań drukowanych (15+16)	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazecarzy, hostesy	Dystrybucja z notników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Rozpowszechnienie bezpłatne wydań drukowanych (18+19+20+21+22+23+24)	Zwroty
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27

TABELA E: NAKŁAD I ROZPOWSZECHNIENIE WYDAŃ DRUKOWANYCH W PODZIALE NA MUTACJE CENOWE

Numer	Cena	Nakład									Formy rozpowszechniania płatnego wydań drukowanych						Formy rozpowszechniania bezpłatnego wydań drukowanych									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	Nakład	Sprzedaz egzemplarzowa wydań drukowanych	Prenumerata wydawnicza indywidualna wydań drukowanych	Prenumerata wydawnicza wielu egzemplarzy wydań drukowanych	Prenumerata kolporterska wydań drukowanych	Sprzedaz wydań drukowanych (11+12+13+14)	Inne płatne formy rozpowszechniania wydań drukowanych	Rozpowszechnienie wydań drukowanych (15+16)	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazecarzy, hostesy	Dystrybucja z notników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Rozpowszechnienie bezpłatne wydań drukowanych (18+19+20+21+22+23+24)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27

TABELA F: CYFROWE FORMY ROZPOWSZECHNIANIA

Numer	E-wydania							Dostęp cyfrowy					Sprzedaż cyfrowych form rozpowszechniania (6-12)
	Sprzedaz egzemplarzowa e-wydań	Prenumerata pojedynczych e-wydań	Prenumerata hurtowa e-wydań	Prenumerata e-wydań (3+4)	Sprzedaz e-wydań (2+5)	Inna płatna dystrybucja e-wydań	Rozpowszechnienie e-wydań (6+7)	Bezpłatna dystrybucja e-wydań	Detaliczne dostępy cyfrowe	Hurtowe dostępy cyfrowe	Sprzedaz dostępów cyfrowych (10+11)	Inna płatna dystrybucja dostępów cyfrowych	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Średnio													

GEOGRAFICZNA STRUKTURA ROZPOWSZECHNIANIA

Województwo	Rozpowszechnienie ogółem	Procent	Województwo	Rozpowszechnienie ogółem	Procent	Województwo	Rozpowszechnienie ogółem	Procent
1. Dolnośląskie			7. Mazowieckie			13. Świętokrzyskie		
2. Kujawsko-pomorskie			8. Opolskie			14. Warmińsko-mazurskie		
3. Lubelskie			9. Podkarpackie			15. Wielkopolskie		
4. Lubuskie			10. Podlaskie			16. Zachodniopomorskie		
5. Łódzkie			11. Pomorskie			17. Ekspert		
6. Małopolskie			12. Śląskie			18. Neustalone		
RAZEM								

Załącznik D-1 do Regulaminu kontroli nakładu i dystrybucji prasy zarejestrowanej w ZKDP - wzór deklaracji dla dzienników branżowych bezpłatnych

DEKLARACJA WYDAWCY O WYSOKOŚCI NAKŁADU I DYSTRYBUCJI PRASY

Tytuł pisma:  
Wydawca:  
Okres:

Częstotliwość ukazywania się:

1	2	NAKLAD								EGZEMPLARZE ROZPOWSZECHNIONE								EGZEMPLARZE NIEROZPOWSZECHNIONE									
		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
Miesiąc	Liczba wydań	Poniedziałki	Wtorki	Środy	Czwanki	Piątki	Soboty	Niedziele	<b>Średni nakład jednorazowy</b>	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy	Dystrybucja z nośników / miejsce ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Dystrybucja e-wydań	<b>Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem</b>	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy	Dystrybucja z nośników / miejsce ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	<b>Egzemplarze nierozpowszechnione ogółem</b>	Egzemplarze nieskierowane do dystrybucji

NAKLAD I DYSTRYBUCJA W PODZIALE NA WYDANIA

1	2	NAKLAD								EGZEMPLARZE ROZPOWSZECHNIONE								EGZEMPLARZE NIEROZPOWSZECHNIONE							
		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
Data wydania		<b>Nakład</b>	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy	Dystrybucja z nośników / miejsce ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Dystrybucja e-wydań	<b>Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem</b>	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy	Dystrybucja z nośników / miejsce ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	<b>Egzemplarze nierozpowszechnione ogółem</b>	Egzemplarze nieskierowane do dystrybucji					



DEKLARACJA WYDAWCY O WYSOKOŚCI NAKŁADU I DYSTRYBUCJI PRASY

Tytuł pisma:  
Wydawca:  
Okres:

Częstotliwość ukazywania

Miesiąc	Liczba wydań	Średni nakład jednorazowy	EGZEMPLARZE ROZPOWSZECHNIONE							EGZEMPLARZE NIEROZPOWSZECHNIONE								
			Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostesy	Dystrybucja z nośników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączenia do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Dystrybucja e-wydań	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostesy	Dystrybucja z nośników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączenia do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja
1																		
2																		
10																		
11																		
12																		
13																		
14																		
15																		
16																		
17																		
18																		
19																		
20																		
21																		
22																		
23																		
24																		
25																		
26																		
27																		
28																		

NAKŁAD I DYSTRYBUCJA W PODZIALE NA WYDANIA

Numer tygodnia w roku	Nakład	EGZEMPLARZE ROZPOWSZECHNIONE							EGZEMPLARZE NIEROZPOWSZECHNIONE									
		Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostesy	Dystrybucja z nośników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączenia do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Dystrybucja e-wydań	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostesy	Dystrybucja z nośników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączenia do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Egzemplarze nierozpowszechnione ogółem
1																		
10																		
11																		
12																		
13																		
14																		
15																		
16																		
17																		
18																		
19																		
20																		
21																		
22																		
23																		
24																		
25																		
26																		
27																		
28																		

GEOGRAFICZNA STRUKTURA ROZPOWSZECHNIANIA

Województwo	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Procent	Województwo	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Procent	Województwo	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Procent
1. Dolnośląskie			7. Mazowieckie			13. Świętokrzyskie		
2. Kujawsko-pomorskie			8. Opolskie			14. Warmińsko-mazurskie		
3. Lubelskie			9. Podkarpackie			15. Wielkopolskie		
4. Lubuskie			10. Podlaskie			16. Zachodniopomorskie		
5. Łódzkie			11. Pomorskie			17. Ekspert		
6. Małopolskie			12. Śląskie			18. Nieustalone		
RAZEM								

**Załącznik D-3 do Regulaminu kontroli nakładu i dystrybucji prasy zarejestrowanej w ZKDP - wzór deklaracji dla miesięczników, pism ukazujących się nie rzadziej niż dziesięć razy w roku, publikacji periodycznych ukazujących się rzadziej niż dziesięć razy w roku oraz wydawnictw o nieregularnej częstotliwości ukazywania się (Pisma Branżowe Bezplatne)**

**DEKLARACJA WYDAWCY O WYSOKOŚCI NAKŁADU I DYSTRYBUCJI PRASY**

Tytuł pisma:  
Wydawca:  
Okres:

Częstotliwość ukazywania się:

Miesiąc	Liczba wydań	NAKLAD	EGZEMPLARZE ROZPOWSZECHNIONE							EGZEMPLARZE NIEROZPOWSZECHNIONE							Egzemplarze nieskierowane do dystrybucji			
		Średni nakład jednorazowy	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy	Dystrybucja z nośników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Dystrybucja e-wydań	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy	Dystrybucja z nośników / miejsc ekspozycyjnych		Dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Egzemplarze nierozpowszechnione ogółem
1	2	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28

**NAKLAD I DYSTRYBUCJA W PODZIALE NA WYDANIA**

Numer	NAKLAD	EGZEMPLARZE ROZPOWSZECHNIONE							EGZEMPLARZE NIEROZPOWSZECHNIONE							Egzemplarze nieskierowane do dystrybucji			
	Nakład	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy	Dystrybucja z nośników / miejsc ekspozycyjnych	Dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Dystrybucja e-wydań	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych	Dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych	Dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy	Dystrybucja z nośników / miejsc ekspozycyjnych		Dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego	Inna dystrybucja	Egzemplarze nierozpowszechnione ogółem
1	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28

**GEOGRAFICZNA STRUKTURA ROZPOWSZECHNIANIA**

Województwo	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Procent	Województwo	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Procent	Województwo	Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem	Procent
1. Dolnośląskie			7. Mazowieckie			13. Świętokrzyskie		
2. Kujawsko-pomorskie			8. Opolskie			14. Warmińsko-mazurskie		
3. Lubelskie			9. Podkarpackie			15. Wielkopolskie		
4. Lubuskie			10. Podlaskie			16. Zachodniopomorskie		
5. Łódzkie			11. Pomorskie			17. Ekspert		
6. Małopolskie			12. Śląskie			18. Nieustalone		
						RAZEM		

pieczęć firmowa

miejsowość i data

Związek Kontroli Dystrybucji Prasy  
Warszawa

## ZGŁOSZENIE TYTUŁU PRASOWEGO DO REJESTRU ZWIĄZKU KONTROLI DYSTRYBUCJI PRASY

Po zapoznaniu się z *Regulaminem kontroli nakładu i dystrybucji prasy zarejestrowanej w ZKDP* zgłaszamy i poddajemy wynikającym z niego obowiązkom tytułu prasowy:

.....  
/nazwa tytułu prasowego<sup>1</sup> zgłoszonego do kontroli/

numer Rejestru Dzienników i Czasopism tytułu<sup>2</sup>: Pr. ....

częstotliwość ukazywania się<sup>3</sup>: .....

Pismo: Płatne[ ] Bezpłatne[ ] Branżowe[ ] ogólnopolskie[ ] regionalne[ ] lokalne[ ]<sup>4</sup>  
(proszę zaznaczyć odpowiednio)

sposoby dystrybucji Pism Płatnych<sup>5</sup>:

Sprzedaż za pośrednictwem firm dystrybucyjnych

prenumerata

E-wydania

Dostępny Cyfrowe

inne płatne formy rozpowszechniania

inne (proszę wymienić jakie):.....

sposoby dystrybucji Pism Bezpłatnych<sup>6</sup>:

adresowa imienna do odbiorców indywidualnych

adresowa do odbiorców hurtowych

bezimienna do odbiorców indywidualnych

przez gazeciarzy, hostessy

z nośników/miejsc ekspozycyjnych

w formie dołączania do innego Kontrolowanego Tytułu Prasowego

inne (proszę wymienić jakie): .....

osoba odpowiedzialna: .....

tel./fax., e-mail: .....

Pieczętka i podpis

Informujemy, że:

1. Administratorem danych osobowych jest Związek Kontroli Dystrybucji Prasy z siedzibą przy ul. Foksal 3/5, 00-366 w Warszawie, tel.: 22 828 40 50, adres e-mail: [zkdp@zkdp.pl](mailto:zkdp@zkdp.pl).

2. Celem zbierania danych jest nabycie oraz realizacja członkostwa w Związku Kontroli Dystrybucji Prasy na warunkach opisanych w Statucie. Podstawą prawną przetwarzania jest konieczność przetwarzania danych do zawarcia i wykonania umowy.

3. Przysługuje Państwu prawo dostępu do treści danych oraz ich sprostowania, usunięcia lub ograniczenia przetwarzania, a także prawo sprzeciwu, zażądania zaprzestania przetwarzania i przeniesienia danych. Jeśli chcieliby Państwo zgłosić sprzeciw co do jakiegokolwiek aspektu przetwarzania danych osobowych podanych w zgłoszeniu prosimy o bezpośredni kontakt z Pełnomocnikiem ds. danych osobowych w ZKDP pod adresem [zkdp@zkdp.pl](mailto:zkdp@zkdp.pl).

4. Osoba, której dane dotyczą, ma prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego (tj.: Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych),

5. Podanie danych jest dobrowolne, lecz niezbędne do realizacji celu wymienionego w pkt. 2,

6. Dane udostępnione przez Państwa będą podlegały udostępnieniu podmiotom przetwarzającym dane osobowe na zlecenie Administratora m.in. dostawcom usług IT, podmiotom przetwarzającym dane w celu księgowym. Podmioty te przetwarzają dane na podstawie umowy z Administratorem i wyłącznie zgodnie z jego poleceniami. Odbiorcami danych będą również instytucje upoważnione z mocy prawa,

7. Dane udostępnione przez Państwa nie będą podlegały profilowaniu,

8. Administrator danych nie ma zamiaru przekazywać danych osobowych do państwa trzeciego lub organizacji międzynarodowej.

9. Dane osobowe będą przechowywane do momentu przedawnienia roszczeń z tytułu umowy lub do momentu wygaśnięcia obowiązku przechowywania danych wynikających z przepisu prawa w szczególności obowiązku przechowywania dokumentów księgowych dotyczących umowy.

Zarząd Związku Kontroli Dystrybucji Prasy na posiedzeniu w dniu .....  
postanowił wpisać tytuł do rejestru ZKDP pod numerem .....<sup>7</sup>

Podpisy

<sup>1</sup> zgodna z Rejestrem Dzienników i Czasopism. W przypadku Wydania Specjalnego zgłaszanego do rejestru ZKDP należy podać jego stały tytuł – zgodnie z pkt 1.1 Regulaminu kontroli ZKDP. O każdej zmianie należy niezwłocznie poinformować ZKDP.

<sup>2</sup> w przypadku Wydania Specjalnego zgłaszanego do rejestru ZKDP należy podać nazwę tytułu prasowego zarejestrowanego w ZKDP, którego dotyczy Wydanie Specjalne wraz z jego numerem Rejestru Dzienników i Czasopism

<sup>3</sup> zgodna z Rejestrem Dzienników i Czasopism. O każdej zmianie należy niezwłocznie poinformować ZKDP

<sup>4</sup> o każdej zmianie należy niezwłocznie poinformować ZKDP

<sup>5</sup> dotyczy wyłącznie pism oznaczonych powyżej jako Pisma Płatne

<sup>6</sup> dotyczy wyłącznie pism oznaczonych powyżej jako Pisma Bezpłatne

<sup>7</sup> wypełnia Biuro ZKDP

## Załącznik F do „Regulaminu kontroli nakładu i dystrybucji prasy zarejestrowanej w ZKDP” - Regulamin wyboru Audytorów

### § 1

#### Zasady ogólne

- 1.1 Związek Kontroli Dystrybucji Prasy ustanawia Regulamin wyboru Audytorów.
- 1.2 Zadaniem Audytora jest kontrola Nakładu i rozpowszechniania wszystkich Kontrolowanych Tytułów Prasowych z uwzględnieniem struktury geograficznej i sposobów dystrybucji, zgodnie z postanowieniami Statutu i Regulaminu kontroli nakładu i dystrybucji prasy zarejestrowanej w Związku Kontroli Dystrybucji Prasy (dalej: **Regulamin kontroli**).
- 1.3 Zarząd zgodnie z niniejszym regulaminem jest uprawniony do przeprowadzenia procedury mającej na celu wybór Audytora na zasadach poniżej określonych. W szczególności Zarząd w celu zebrania ofert, według swego uznania, jest uprawniony do kierowania do ogółu lub do poszczególnych osób ogłoszeń i innych informacji. Przedmiotowe ogłoszenia lub informacje nie stanowią oferty, lecz są zaproszeniem do zawarcia umowy w myśl przepisów ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 roku Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93).
- 1.4 Zarządowi przysługuje prawo, według swego uznania, odwołania, anulowania, przedterminowego zakończenia, ponownego przeprowadzenia, a także przeprowadzenia uzupełniającego konkursu składania ofert.
- 1.5 Zarządowi przysługuje prawo, według swego uznania, wyboru najlepszej z ofert, a także prawo prowadzenia negocjacji tylko z wybranymi, zgodnie z warunkami niniejszego regulaminu, składającymi ofertę.
- 1.6 Zarząd uprawniony jest do opracowywania szczegółowych wewnętrznych procedur o charakterze pomocniczym regulujących niniejsze kwestie.

### § 2

#### Wymagania stawiane Audytorowi

- 2.1 Zarząd uprawniony jest do analizy ofert na wykonywanie audytu od następujących podmiotów:
  - 1) biegłych rewidentów prowadzących działalność gospodarczą w zakresie m.in. badania sprawozdań finansowych we własnym imieniu i na własny rachunek;
  - 2) spółek cywilnych, spółek jawnych, spółek partnerskich lub spółek komandytowych z wyłącznym udziałem biegłych rewidentów;
  - 3) osób prawnych, które spełniają łącznie następujące wymagania:
    - a) zatrudniają do badania sprawozdań finansowych biegłych rewidentów,
    - b) większość członków zarządu stanowią biegli rewidenty, a jeżeli zarząd składa się z nie więcej niż 2 osób, to jedna z nich jest biegłym rewidentem,
    - c) większość głosów w organach nadzorczych (radach nadzorczych, komisjach rewizyjnych) posiadają biegli rewidenty, a w przypadku braku organów nadzorczych większość głosów posiadają wspólnicy lub udziałowcy będący biegłymi rewidentami,
    - d) opinie i raport z badania (przeгляdu) sprawozdania finansowego podpisują, w imieniu podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych, wyłącznie członkowie zarządu będący biegłymi rewidentami.
- 2.2 Oferty muszą zawierać następujące dane i załączniki, przy czym wszelkie załączniki muszą być w oryginałach lub kopiach poświadczonych za zgodność przez osoby sprawujące zawód zaufania publicznego (Radca prawny, Adwokat, Notariusz):
  - 1) proponowaną cenę podstawową (x), z uwzględnieniem schematu wyliczania kosztów, o którym mowa w § 4 niniejszego regulaminu;
  - 2) określenie liczby tytułów, które składający ofertę jest w stanie skontrolować, w terminie od 1 marca do 30 czerwca danego roku kalendarzowego, przy zachowaniu kryteriów określonych w ogłoszeniu;
  - 3) określenie obszaru działania z uwzględnieniem filii, firm partnerskich, podwykonawców;
  - 4) odpis aktualny z Krajowego Rejestru Sądowego (z datą nie wcześniejszą niż 1 miesiąc od dnia rozpoczęcia terminu składania ofert), lub zaświadczenie o wpisie do ewidencji gospodarczej;
  - 5) REGON
  - 6) zaświadczenie o braku zaległości podatkowych;
  - 7) listę najważniejszych (lub stałych) klientów

### § 3

#### Procedura weryfikacji ofert i wyboru Audytorów

- 3.1 Ocena kwalifikacji stanowiącej podstawę ustalenia listy Audytorów dokonywana jest przez Zarząd w drodze konkursu.
- 3.2 Oferty Audytorów pozyskiwane będą przez Zarząd poprzez wysłanie imiennych ogłoszeń o konkursie, lub zamieszczenie ogłoszenia w prasie, a także poprzez umieszczenie na stronie internetowej Związku Kontroli Dystrybucji Prasy.
- 3.3 Zarząd określa treść ogłoszenia o konkursie, które powinno zawierać przede wszystkim: termin, miejsce przyjmowania zgłoszeń, a także szczegółową informację o oczekiwaniach przyjmującego ofertę.
- 3.4 Ostateczna lista Audytorów ustalona będzie zgodnie z postanowieniami niniejszego regulaminu.
- 3.5 Zarząd w celu wybrania najkorzystniejszej z ofert uprawniony jest do prowadzenia negocjacji bez ograniczeń.
- 3.6 W przypadku wybrania najkorzystniejszej oferty (ofert) Zarząd stwierdza kwalifikację Audytora, zatwierdza listę Audytorów, w tym także cennik opłat za kontrole za dany rok kalendarzowy, odpowiadający wymaganiom Związku Kontroli Dystrybucji Prasy.
- 3.7 Umowę z Audytorem zawiera się na czas określony.

### § 4

#### Schemat wyliczania kosztów audytu

	koszt audytu (netto) w PLN	koszt audytu (netto) w PLN	koszt audytu (netto) w PLN
częstotliwość ukazowania się/ zasięg	ogólnopolski	regionalny	lokalny
dziennik	100% X	60% X	40% X
tygodnik (oraz Wydanie Niedzielne dziennika)	60% X	45% X	30% X
dwutygodnik i pismo ukazujące się dwa lub trzy razy w miesiącu	50% X	40% X	25% X
miesięcznik i pismo ukazujące się nie rzadziej niż dziesięć razy w roku	30% X	25% X	25% X
pismo ukazujące się rzadziej niż dziesięć razy w roku (oraz Wydanie Specjalne lub Nadzwyczajne nie będące Kontrolowanym Tytułem Prasowym)	25% X	25% X	25% X

Koszty dodatkowe (liczone od podstawy dla danej częstotliwości i zasięgu z tabeli powyżej):

- + 20% za kontrolę E-wydań;
- + 5% za weryfikację ostatecznych odbiorców *innej płatnej dystrybucji e-wydań*, zgodnie z Procedurą z załącznika nr 4 do *Wytycznych do kontroli*;
- + 20% za kontrolę Dostępów Cyfrowych;
- + 25% za kontrolę tytułu w przypadku wystąpienia Mutacji Cenowych lub Wydawniczych;
- + 20% za I etap weryfikacji ostatecznych odbiorców prasy bezpłatnej, rozpowszechniania bezpłatnego prasy płatnej branżowej oraz rozpowszechniania bezpłatnego prasy płatnej, w przypadku, o którym mowa w pkt 2.7.6 Regulaminu kontroli;
- + 10% za każdą z dwóch procedur (weryfikacja bazy pod kątem dublowania się rekordów lub ich części, kontrola poprawności adresów) II-ego etapu weryfikacji ostatecznych odbiorców prasy bezpłatnej, rozpowszechniania bezpłatnego prasy płatnej branżowej oraz rozpowszechniania bezpłatnego prasy płatnej, w przypadku, o którym mowa w pkt 2.7.6 Regulaminu kontroli;
- + 50% za kontrolę szczegółową kolejnych dwóch miesięcy oraz



- + 10% za każdy dodatkowo skontrolowany miesiąc, w przypadku konieczności kontrolowania pozostałego okresu (zgodnie z pkt 5.11 Regulaminu kontroli);
- + 10% za każdy dodatkowo skontrolowany (zgodnie z pkt 5.9 lub 5.20 Regulaminu kontroli) miesiąc;
- + 50% za kontrolę uzupełniających deklaracji Pism Płatnych (zgodnie z pkt 2.7.6 Regulaminu kontroli);
- + 20% za kontrolę Pism Branżowych Płatnych;
- + 40% za kontrolę zwyczajną po 30 czerwca danego roku kalendarzowego;
- + 10% w przypadku odstąpienia od kontroli kolejnych miesięcy (zgodnie z pkt 5.12 Regulaminu kontroli) i konieczności poprawienia danych, ze względu na wystąpienie błędu systemowego w niekontrolowanym szczegółowo okresie (dotyczy pism ukazujących się częściej niż raz w miesiącu);
- + 100% za kontrolę nadzwyczajną.

W przypadku kontroli wstępnej, o której mowa w pkt 2.7.9 Regulaminu kontroli, dla pism ukazujących się nie rzadziej niż dziesięć razy w roku koszty kontroli wyliczone są według powyższego schematu; jeśli kontrola wstępna obejmuje cztery deklaracje (zgodnie z pkt 2.7.9.1.2) koszty podwyższone są o 20%. W przypadku tytułów ukazujących się rzadziej niż dziesięć razy w roku koszty wyliczone według powyższego schematu obniżane są o połowę, z wyłączeniem sytuacji, o której mowa w pkt 5.2 Regulaminu kontroli.