

Słownik pojęć¹ dla modułu analiz programu Teleskop online:

PARAMETRY WSPÓLNE²

1. Liczba wydań
2. Nakład poniedziałki, wtorki, środy, czwartki, piątki, soboty, niedziele
3. Nakład
4. Średni nakład jednorazowy

PISMA PŁATNE

5. Sprzedaż egzemplarzowa wydań drukowanych
6. Prenumerata wydawnicza indywidualna wydań drukowanych
7. Prenumerata wydawnicza wielu egzemplarzy wydań drukowanych
8. Prenumerata kolporterska wydań drukowanych
9. *Prenumerata (od 2006)*
10. Sprzedaż wydań drukowanych
11. Inne płatne formy rozpowszechniania wydań drukowanych
12. Rozpowszechnianie wydań drukowanych
13. Rozpowszechnianie bezpłatne wydań drukowanych
14. Zwroty
15. Egzemplarze nieskierowane do rozpowszechniania
16. Sprzedaż egzemplarzowa e-wydań
17. Prenumerata pojedynczych e-wydań
18. Prenumerata hurtowa e-wydań
19. Prenumerata e-wydań
20. Sprzedaż e-wydań
21. Inna płatna dystrybucja e-wydań
22. Rozpowszechnianie e-wydań
23. Bezpłatna dystrybucja e-wydań
24. Detaliczne dostępy cyfrowe
25. Hurtowe dostępy cyfrowe
26. Sprzedaż dostępów cyfrowych
27. Inna płatna dystrybucja dostępów cyfrowych

¹ Treść zamieszczonych definicji jest zgodna z *Regulaminem kontroli ZKDP* (obowiązującym od stycznia 2020 roku), po za szczególnymi przypadkami oznaczonymi odpowiednimi przypisami.

² Pojęcia w słowniku zostały przedstawiona zgodnie z kolejnością występowania w deklaracjach.

28. Sprzedaż cyfrowych form rozpowszechniania
29. Sprzedaż wydań ogółem
30. Rozpowszechnianie płatne razem
31. Rozpowszechnianie bezpłatne razem
32. Rozpowszechnianie ogółem
33. Rozpowszechnianie płatne: poniedziałki, wtorki, środy, czwartki, piątki, soboty, niedziele

PISMA BEZPŁATNE

34. Egzemplarze rozpowszechnione poprzez dystrybucję adresową imienną do odbiorców indywidualnych
35. Egzemplarze rozpowszechnione poprzez dystrybucję adresową do odbiorców hurtowych
36. Egzemplarze rozpowszechnione poprzez dystrybucję bezimienną do odbiorców indywidualnych
37. Egzemplarze rozpowszechnione poprzez dystrybucję przez gazeciarzy, hostessy
38. Egzemplarze rozpowszechnione z nośników/miejsc ekspozycyjnych
39. Egzemplarze rozpowszechnione poprzez dystrybucję w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego
40. Egzemplarze rozpowszechnione poprzez inną dystrybucję
41. Dystrybucja e-wydań
42. Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem
43. *Egzemplarze nierozpowszechnione (zob. pkt. od 34 do 42)*
44. Egzemplarze nierozpowszechnione ogółem
45. Egzemplarze nieskierowane do dystrybucji
46. Egzemplarze skierowane do dystrybucji o nieustalonej wielkości rozpowszechniania

PISMA BRANŻOWE

PARAMETRY ARCHIWALNE

PISMA PŁATNE

47. Sprzedaż egzemplarzy archiwalnych
48. *Prenumerata (do 2005)*
49. Dystrybucja bezpłatnych e-wydań
50. Inna dystrybucja e-wydań
51. Sprzedaż egzemplarzowa mutacji cyfrowych
52. Prenumerata pojedynczych mutacji cyfrowych
53. Prenumerata hurtowa mutacji cyfrowych
54. Prenumerata mutacji cyfrowych
55. Sprzedaż mutacji cyfrowych
56. Inna płatna dystrybucja mutacji cyfrowych
57. Rozpowszechnianie mutacji cyfrowych
58. Bezpłatna dystrybucja mutacji cyfrowych
59. Rozpowszechnianie płatne wydań cyfrowych
60. Bezpłatna dystrybucja wydań cyfrowych
61. Rozpowszechnianie bezpłatne

62. Egzemplarze rozesłane bezpłatnie
63. Egzemplarze rozdane bezpłatnie
64. Egzemplarze rozdane lub rozesłane bezpłatnie

PISMA BEZPŁATNE

65. Egzemplarze rozesłane bezpłatnie, Egzemplarze rozdane bezpłatnie
66. Egzemplarze rozpowszechnione dystrybucja adresowa bezimienna do odbiorców indywidualnych
67. Egzemplarze nieskierowane do rozpowszechniania
68. Egzemplarze rozpowszechnione z oznakowanych nośników/miejsc ekspozycyjnych
69. Dystrybucja mutacji cyfrowych

RODZAJE ANALIZ

1. Analiza zwykła
2. Analiza wydań
3. Analiza wydań z podziałem na dni tygodnia
4. Analiza cen
5. Analiza PDS
6. Analiza geograficzna struktura rozpowszechniania

ŚREDNIE I SUMY W ANALIZACH

PARAMETRY WSPÓLNE

1. **Liczba wydań** – jest to liczba Wydań Kontrolowanego Tytułu Prasowego w danym okresie. O zaliczeniu Wydania do danego okresu decyduje data wydawnicza. Jeżeli numer był opatrzony datą obejmującą przełom miesiąca (np. 25 września – 1 października) zalicza się go do wcześniejszego miesiąca. Numery podwójne są traktowane jak jedno Wydanie.

2. **Nakład poniedziałki, wtorki, środy, czwartki, piątki, soboty, niedziele** (tylko dla dzienników) – jest to *średni nakład jednorazowy* w poszczególnych dniach tygodnia, np. *średni nakład jednorazowy* w poniedziałki oblicza się dodając Nakłady ze wszystkich poniedziałków danego miesiąca i dzieląc otrzymaną sumę przez liczbę poniedziałków w danym miesiącu. Wydawcy pism ukazujących się np. dwa razy w tygodniu wpisują dane w rubryki odpowiadające tym dniom tygodnia, w których ukazują się Wydania pisma.

3. **Nakład** (w latach 1994-2004) – jest to liczba wydrukowanych egzemplarzy Wydania Kontrolowanego Tytułu Prasowego opatrzonego tą samą datą wydawniczą oraz tym samym numerem. W latach 2005-2010 do Nakładu Pism Płatnych zaliczało się egzemplarze Nakładu wydrukowanego oraz sprzedane przez wydawcę E-wydania. Od 2011 roku do Nakładu Pism Płatnych zalicza się wyłącznie egzemplarze Nakładu wydrukowanego. Wysokość Nakładu wydrukowanego ustala się na podstawie dokumentacji drukarni.

4. **Średni nakład jednorazowy** – oblicza się dodając Nakłady wszystkich Wydań Kontrolowanego Tytułu Prasowego w danym okresie i dzieląc otrzymaną sumę przez liczbę Wydań w danym okresie.

PISMA PŁATNE

5. **Sprzedaż egzemplarzowa wydań drukowanych** (pojęcie wprowadzone w 2011 roku, w latach 1994-1999 – sprzedaż detaliczna, w latach 2000-2010 – sprzedaż egzemplarzowa) – obejmuje egzemplarze sprzedane po Cenie Egzemplarzowej osobom prawnym, fizycznym i jednostkom organizacyjnym nie mającym osobowości prawnej, w okresie przewidzianym do Sprzedaży egzemplarzowej Wydania będącego przedmiotem Sprzedaży:

- przez wydawcę,
- za pośrednictwem Kolporterów.

W przypadku egzemplarzy sprzedanych w Pakiecie dwóch albo większej liczby aktualnych Wydań Kontrolowanych Tytułów Prasowych – do **Sprzedazy egzemplarzowej wydań drukowanych** zalicza się 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 nie mającym 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 do 2.14 *Regulaminu kontroli ZKDP*, zalicza się do *innych płatnych form rozpowszechniania wydań drukowanych* nawet wówczas, gdy rozpowszechnianie części albo wszystkich pozostałych pism tworzących Pakiet następuje po ich pełnej Cenie Egzemplarzowej.

W przypadku Sprzedaży jednego Wydania drukowanego wspólnie z Wydaniem Cyfrowym tego samego lub innego Kontrolowanego Tytułu Prasowego – do **Sprzedazy egzemplarzowej wydań drukowanych** zalicza się wyłącznie Sprzedaż Wydania drukowanego, jeżeli nastąpiła po cenie nie niższej niż Cena Egzemplarzowa tego Wydania.

W przypadku Sprzedaży kilku Wydań drukowanych wspólnie z Wydaniem Cyfrowym tego samego lub innego Kontrolowanego Tytułu Prasowego – należy stosować się do zasad przewidzianych dla Pakietu Wydań drukowanych (zob. powyżej).

6. Prenumerata wydawnicza indywidualna wydań drukowanych (*pojęcie wprowadzone w 2006 roku*) – przy tej formie prenumeraty wydawca powinien wykazać, że liczba egzemplarzy objętych zamówieniami, opłaconymi przez jeden podmiot, nie przekracza dziewięciu.

7. Prenumerata wydawnicza wielu egzemplarzy wydań drukowanych (*pojęcie wprowadzone w 2006 roku*) – przy tej formie prenumeraty wydawca powinien 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:

a) powiązanych służbowo lub organizacyjnie z zamawiającym w następujący sposób:

- 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 menadżerskim 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
- są członkami, akcjonariuszami lub udziałowcami zamawiającego na podstawie ogólnie obowiązujących przepisów prawa; lub
- są członkami organów zamawiającego lub osobami zajmującymi inne stanowiska funkcyjne powołane do życia na podstawie aktu założycielskiego zamawiającego,

b) 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:

- prenumerata jest jedną z nie mniej niż dwudziestu pięciu nagród (różnych towarów lub usług) oferowanych w programie;
- uprawnienia o określonej wartości przyznawane są w zamian za środki pieniężne wydane w ramach programu.

8. Prenumerata kolporterska wydań drukowanych (pojęcie wprowadzone w 2006 roku) – przy tej formie prenumeraty wydawca powinien wykazać, że posiada dokumenty księgowe 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.

9. Prenumerata (od 2006 roku) – obejmuje **prenumeratę wydawniczą indywidualną wydań drukowanych, prenumeratę wydawniczą wielu egzemplarzy wydań drukowanych oraz prenumeratę kolporterską wydań drukowanych**. Do poszczególnych form prenumeraty zalicza się egzemplarze sprzedane osobom fizycznym, osobom prawnym i jednostkom organizacyjnym nie mającym osobowości prawnej z zachowaniem łącznie poniższych zasad:

1. na podstawie zamówienia, obejmującego dostawę, co najmniej jednego Cyklu Wydawniczego,
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.

Za cykl wydawniczy w przypadku prenumeraty przyjmuje się:

- dla dzienników – okres jednego miesiąca kalendarzowego lub 30 następujących po sobie dni, również w przypadku wybranych Wydań, np. wyłącznie Wydań magazynowych,
- dla tygodników, dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu – cztery kolejne Wydania,
- dla miesięczników, pism ukazujących się nie rzadziej niż dziesięć razy w roku i dwumiesięczników – trzy kolejne Wydania,
- dla pozostałych publikacji periodycznych ukazujących się rzadziej niż dziesięć razy w roku i wydawnictw o nieregularnej częstotliwości ukazywania się – co najmniej dwa kolejne Wydania.

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 powyższych punktach 1 i 2, 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.

W przypadku prenumeraty jednego Wydania drukowanego łącznie z Wydaniem Cyfrowym - **zob. Sprzedaż egzemplarzowa wydań drukowanych**.

Średnią prenumeratę jednorazową w danym okresie oblicza się dodając liczbę wszystkich egzemplarzy sprzedanych w ramach danej kategorii prenumeraty w ciągu danego okresu i dzieląc uzyskaną sumę przez liczbę Wydań.

10. Sprzedaż wydań drukowanych (pojęcie wprowadzone w 2011 roku) – suma *sprzedaży egzemplarzowej wydań drukowanych* i wszystkich form prenumeraty Wydań drukowanych.

Wszystkich parametrów, opisanych w punktach od 5 do 10, dotyczy następujące zastrzeżenie:

do żadnej z wyżej wymienionych form nie zalicza się egzemplarzy:

- rozliczonych, choćby częściowo, w formie Barteru,

- 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.).

11. Inne płatne formy rozpowszechniania wydań drukowanych (pojęcie wprowadzone w 2003 roku) – obejmuje egzemplarze, kwalifikowane do tej formy rozpowszechniania na podstawie innych postanowień *Regulaminu kontroli ZKDP* oraz egzemplarze, za które wydawca przy Sprzedaży lub na podstawie Umów Barterowych, otrzymał nie mniej niż 30% Ceny Egzemplarzowej danego Wydania:

- niespełniające warunków dla *sprzedaży egzemplarzowej wydań drukowanych* i wszystkich form prenumeraty Wydań drukowanych.
- sprzedane innemu odbiorcy w celu dodania do innego Kontrolowanego Tytułu Prasowego – w liczbie nie większej niż zadeklarowane rozpowszechnianie tego tytułu;
- sprzedane innemu odbiorcy w celu dodania do niekontrolowanego tytułu prasowego – w liczbie nie większej niż udokumentowane, w sposób przewidziany w pkt 5.17 *Regulaminu kontroli ZKDP*, rozpowszechnianie tego tytułu;
- dostarczone z odroczonym terminem potwierdzenia zamówienia (zapłaty);
- 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.);
- dostarczone przez wydawcę na podstawie Umów Barterowych w zamian za towary lub usługi.

12. Rozpowszechnianie wydań drukowanych (pojęcie wprowadzone w 2011 roku) – suma *sprzedaży wydań drukowanych i innych płatnych form rozpowszechniania wydań drukowanych*.

13. Rozpowszechnianie bezpłatne wydań drukowanych (pojęcie wprowadzone w 2011 roku dla pism płatnych) – obejmuje 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. Do *rozpowszechniania bezpłatnego* nie wlicza się rozdanych bezpłatnie lub rozesłanych egzemplarzy pochodzących ze zwrotów.

14. Zwroty – obejmują 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 aktualności Wydania (zob. pkt 2.11 do 2.13 *Regulaminu kontroli ZKDP*).

Średnie zwroty jednorazowe w danym okresie oblicza się dodając liczbę wszystkich zwrotów w ciągu danego okresu i dzieląc uzyskaną sumę przez liczbę Wydań.

15. Egzemplarze nieskierowane do rozpowszechniania – obejmują egzemplarze Pism Płatnych, w tym Pism Branżowych, które nie zostały skierowane do dystrybucji lub nie spełniają wymogów opisanych w pkt 5.17 *Regulaminu kontroli ZKDP*.

Średnią jednorazową *egzemplarzy nieskierowanych do rozpowszechniania* w danym okresie oblicza się dodając liczbę wszystkich egzemplarzy nieskierowanych do rozpowszechniania w ciągu danego okresu i dzieląc uzyskaną sumę przez liczbę Wydań.

16. Sprzedaż egzemplarzowa e-wydań (pojęcie wprowadzone w 2005 roku) – obejmuje pojedyncze egzemplarze sprzedane i udostępnione przez wydawcę (także za pośrednictwem Kolportera Wydań Cyfrowych) osobom prawnym, fizycznym i jednostkom organizacyjnym nie mającym osobowości prawnej, z zachowaniem łącznie poniższych zasad:

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 rozpowszechnienia Kontrolowanego Tytułu Prasowego,

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

3. w okresie aktualności Wydania (zob. pkt 2.11 *Regulaminu kontroli ZKDP*),

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 1 powyżej, wówczas żaden egzemplarz danego Wydania podlegający tym transakcjom nie może zostać przez wydawcę zakwalifikowany do żadnej formy rozpowszechniania Kontrolowanego Tytułu Prasowego.

W przypadku Sprzedaży i udostępnienia Pakietu Wydań Cyfrowych różnych tytułów – do **Sprzedaży egzemplarzowej e-wydań** zalicza się 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*.

W przypadku Sprzedaży Pakietu Wydania lub Wydań drukowanych wspólnie z E-wydaniem tego samego lub innego Kontrolowanego Tytułu Prasowego, E-wydania nie stanowią żadnej z form rozpowszechniania Kontrolowanego Tytułu Prasowego. Po spełnieniu określonych wymagań, mogą być wykazywane jedynie, jako *bezpłatna dystrybucja e-wydań*.

17. Prenumerata pojedynczych e-wydań (pojęcie wprowadzone w 2010 roku) – przy tej formie prenumeraty wydawca powinien wykazać, że liczba egzemplarzy objętych zamówieniami i udostępniana zamawiającemu lub wskazanym przez niego dającym się zidentyfikować w chwili dokonywania zakupu użytkownikom nie przekracza dziewięciu.

18. Prenumerata hurtowa e-wydań (pojęcie wprowadzone w 2010 roku) – obejmuje zamówienia powyżej dziewięciu egzemplarzy, jedynie w przypadku zamówień złożonych przez ten sam podmiot a obejmujących więcej niż pięćdziesięciu egzemplarzy danego tytułu należy 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:

a) powiązanych służbowo lub organizacyjnie z zamawiającym w następujący sposób:

- 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 menadżerskim 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
- są członkami organów zamawiającego lub osobami zajmującymi inne stanowiska funkcyjne powołane do życia na podstawie aktu założycielskiego zamawiającego; lub
- są członkami organizacji zamawiającej prenumeratę,

b) 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:

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

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

19. Prenumerata e-wydań (pojęcie wprowadzone w 2005 roku) – obejmuje egzemplarze sprzedane i udostępnione przez wydawcę (także za pośrednictwem Kolportera Wydań Cyfrowych) osobom fizycznym, osobom prawnym i jednostkom organizacyjnym niemającym osobowości prawnej z zachowaniem łącznie poniższych zasad:

1. na podstawie zamówienia obejmującego dostawę co najmniej jednego Cyklu Wydawniczego,

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.

W przypadku prenumeraty Pakietów Wydań Cyfrowych różnych tytułów – do **Prenumeraty e-wydań** można zaliczyć Sprzedaż i udostępnienie tylko jednego wybranego E-wydania wchodzącego 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 powyższych punktach 1 i 2. 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 *Regulaminu*, zaś w przypadku nie spełnienia wymogu cenowego nie stanowią żadnej z form rozpowszechniania Kontrolowanego Tytułu Prasowego w rozumieniu *Regulaminu kontroli ZKDP* i jako takie, nie mogą być wykazywane w deklaracjach ZKDP.

W przypadku prenumeraty Wydania lub Wydań drukowanych wspólnie z e-wydaniem – **zob. Sprzedaż egzemplarzowa e-wydań**.

Za cykl wydawniczy przyjmuje się:

- dla dzienników – okres jednego miesiąca kalendarzowego lub 30 następujących po sobie dni, również w przypadku wybranych Wydań, np. wyłącznie Wydań magazynowych,
- dla tygodników, dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu – cztery kolejne Wydania,
- dla miesięczników, pism ukazujących się nie rzadziej niż dziesięć razy w roku i dwumiesięczników – trzy kolejne Wydania,
- dla pozostałych publikacji periodycznych ukazujących się rzadziej niż dziesięć razy w roku i wydawnictw o nieregularnej częstotliwości ukazywania się – co najmniej dwa kolejne Wydania.

20. Sprzedaż e-wydań (pojęcie wprowadzone w 2010 roku) – obejmuje egzemplarze wykazane w *sprzedaży egzemplarzowej e-wydań* i *prenumeracie e-wydań*.

Wszystkich parametrów, opisanych w punktach od 16 do 20, dotyczy następujące zastrzeżenie:

do żadnej z wyżej wymienionych form nie zalicza się egzemplarzy:

- rozliczonych, choćby częściowo, w formie Barteru,
- 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.).

21. Inna płatna dystrybucja e-wydań (pojęcie wprowadzone w 2010 roku) – obejmuje egzemplarze, sprzedane i udostępnione w okresie aktualności Wydania wg. zasady jeden egzemplarz danego E-wydania na jednego unikalnego ostatecznego odbiorcę (zob. pkt 2.11 *Regulaminu kontroli ZKDP*), za które wydawca, przy Sprzedaży lub na podstawie Umów Barterowych, otrzymał nie mniej niż 20% Ceny Egzemplarzowej odpowiedniego Wydania drukowanego, i które:

- zostały dostarczone przez wydawcę na podstawie Umów Barterowych w zamian za towary albo usługi lub choćby częściowo rozliczonych w Barterze; lub
- zostały sprzedane innemu odbiorcy w celu dodania do E-wydania innego Kontrolowanego Tytułu Prasowego – w liczbie nie większej niż zadeklarowane rozpowszechnianie tego tytułu; lub
- 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 *Regulaminu kontroli ZKDP*; lub
- 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
- zostały sprzedane w Pakietach, o których mowa w pkt 3.4.2 i 3.6.2 *Regulaminu kontroli ZKDP*.

Jeśli łączna liczba wykazanych egzemplarzy, o których mowa powyżej, przekracza 10% sprzedaży wydań ogółem danego Wydania, wydawca ma obowiązek spełnić warunki określone w punkcie a) lub w punkcie b) poniżej:

a) umożliwić weryfikację dystrybucji do unikalnych ostatecznych odbiorców, którym zapewniono dostęp do E-wydania, przy czym liczba wykazanych egzemplarzy E-wydania powinna być zgodna z raportem, zawierającym dla każdego Udostępnionego Egzemplarza E-wydania następujące informacje:

- dane kontaktowe umożliwiające identyfikację użytkownika i weryfikację udostępnienia, zgodne ze sposobem dystrybucji: adres e-mail, numer telefonu lub nazwa użytkownika w serwisie społecznościowym,
- data i godzina udostępnienia, np. powiadomienia w formie wiadomości e-mail, SMS, itp.,
- tytuł pisma z określeniem ewentualnej Mutacji Wydawniczej,
- data lub numer pierwszego Wydania,
- data lub numer ostatniego Wydania lub liczba Wydań.

Raport ten może podlegać dodatkowej weryfikacji przez Audytora, zgodnie z procedurą opisaną w „Wytocznych do kontroli” na dany rok kalendarzowy.

b) wykazać, że liczba deklarowanych egzemplarzy jest zgodna z liczbą pobrań E-wydania 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.

22. Rozpowszechnianie e-wydań (pojęcie wprowadzone w 2011 roku) – suma sprzedaży e-wydań i innej płatnej dystrybucji e-wydań.

23. Bezpłatna dystrybucja e-wydań (pojęcie wprowadzone w 2010) – do tej formy dystrybucji zalicza się takie egzemplarze E-wydań, które zostały rozpowszechnione bezpłatnie lub za cenę niższą niż 20% Ceny Egzemplarzowej:

a) udostępnione i spełniające łącznie poniższe warunki:

- wszystkie egzemplarze bezpłatnych E-wydań zostały zamówione przez odbiorcę (jeden egzemplarz na jednego odbiorcę);
- znany jest adres e-mail odbiorcy;
- w zamówieniu określono maksymalny okres zamówienia, który nie może przekraczać jednego Cyklu Wydawniczego;
- skutecznie przesłano do odbiorcy np. pocztą elektroniczną, informację o dostępności bezpłatnego E-wydania, przynajmniej na początku okresu zamówienia;
- aktualne bezpłatne E-wydanie jest dostępne do przeglądania lub zapisania dla odbiorcy,

b) pobrania E-wydań udostępnione i spełniające łącznie poniższe warunki:

- znany jest identyfikator odbiorcy (np. adres e-mail) lub unikalny identyfikator urządzenia odbiorcy,

- wszystkie egzemplarze bezpłatnych E-wydań zostały pobrane przez jednego odbiorcę (jeden egzemplarz na jeden identyfikator),
- pobranie nastąpiło w okresie rozpowszechniania danego E-wydania,

c) pobrania E-wydań, które zostały zrealizowane na rzecz odbiorców, 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 odbiorców.

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 *Regulaminie kontroli ZKDP* właściwych dla danej formy, zaś egzemplarze bezpłatnych E-wydań nie będą wykazywane w deklaracji.

24. Detaliczne dostępy cyfrowe (*pojęcie wprowadzone w 2018 roku*) – zalicza się dostępy sprzedane osobom prawnym, fizycznym i jednostkom organizacyjnym niemającym osobowości prawnej z zachowaniem łącznie poniższych zasad:

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

2. po cenie nie niższej niż 20% od Cennika, (Cennik” to informacja o sugerowanej cenie danej wersji Dostępu Cyfrowego w danym dniu, opublikowana w miejscu Sprzedaży Dostępów Cyfrowych),

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,

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

5. 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 *Regulaminu kontroli ZKDP*, a Dostępy Cyfrowe nie stanowią żadnej z form rozpowszechniania Kontrolowanego Tytułu Prasowego.

25. Hurtowe dostępy cyfrowe (*pojęcie wprowadzone w 2018 roku*) – zalicza się dostępy sprzedane osobom prawnym, fizycznym i jednostkom organizacyjnym niemającym osobowości prawnej z zachowaniem łącznie poniższych zasad:

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

2. po cenie nie niższej niż 20% od Cennika,

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,

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

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:

a) powiązanych służbowo lub organizacyjnie z płatnikiem w następujący sposób:

- 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

- są członkami organów płatnika lub osobami zajmującymi inne stanowiska funkcyjne powołane do życia na podstawie aktu założycielskiego płatnika; lub
 - są członkami organizacji płatnika,
- b) 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:
- Dostęp Cyfrowy jest jedną z nie mniej niż dwudziestu pięciu nagród (różnych towarów lub usług) oferowanych w programie;
 - uprawnienia o określonej wartości przyznawane są w zamian za środki pieniężne wydane w ramach programu.

W przypadku łącznej Sprzedaży *hurtowych dostępów cyfrowych* z Wydaniem drukowanymi lub E-wydaniem – **zob. Detaliczne dostępy cyfrowe.**

26. Sprzedaż dostępów cyfrowych (*pojęcie wprowadzone w 2018 roku*) – suma *detalicznych dostępach cyfrowych i hurtowych dostępach cyfrowych.*

Wszystkich parametrów, opisanych w punktach od 24 do 26, dotyczy następujące zastrzeżenie: do żadnej z wyżej wymienionych form nie zalicza się egzemplarzy:

- rozliczonych, choćby częściowo, w formie Barteru,

- 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.).

27. Inna płatna dystrybucja dostępów cyfrowych (*pojęcie wprowadzone w 2018 roku*) – zalicza się 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:

1. jeden dostęp dla unikalnego ostatecznego odbiorcy,

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 dostępów w okresie aktualności danych Wydań i liczby dni kalendarzowych w okresie aktualności tych Wydań,

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

28. Sprzedaż cyfrowych form rozpowszechniania (*pojęcie wprowadzone w 2018 roku*) - suma *sprzedaży e-wydań i sprzedaży dostępów cyfrowych.*

29. Sprzedaż wydań ogółem w latach 2005-2010 – suma *sprzedaży egzemplarzowej, sprzedaży egzemplarzowej e-wydań, wszystkich form prenumeraty i prenumeraty e-wydań. Od 2011 roku* – suma

sprzedaży egzemplarzowej wydań drukowanych, sprzedaży egzemplarzowe e-wydań, wszystkich form prenumeraty wydań drukowanych i prenumeraty e-wydań.

Do sprzedaży wydań ogółem nie zalicza się egzemplarzy:

- rozliczonych, choćby częściowo, w formie Barteru,

- 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.).

Średnią Sprzedaż wydań ogółem w danym okresie oblicza się dodając liczbę wszystkich egzemplarzy sprzedanych wydań ogółem w ciągu danego okresu i dzieląc uzyskaną sumę przez liczbę Wydań.

30. Rozpowszechnianie płatne razem – suma wszystkich parametrów dotyczących rozpowszechniania płatnego: w latach 2005-2009 – sprzedaży wydań ogółem i innych płatnych formy rozpowszechniania; w 2010 roku – sprzedaży wydań ogółem, innych płatnych form rozpowszechniania i innej płatnej dystrybucji e-wydań; od 2011 roku – rozpowszechniania wydań drukowanych i rozpowszechniania e-wydań.

31. Rozpowszechnianie bezpłatne razem (dla pism płatnych branżowych) – w latach 2006-2008) – suma egzemplarzy rozesłanych bezpłatnie i egzemplarzy rozdanych bezpłatnie; od 2009 roku – suma dystrybucji adresowej imiennej do odbiorców indywidualnych, dystrybucji adresowej do odbiorców hurtowych, dystrybucji adresowej bezimiennej do odbiorców indywidualnych, dystrybucji przez gazeciarzy, hostessy, dystrybucji z oznakowanych nośników/miejsc ekspozycyjnych, dystrybucji w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu i innej dystrybucji; od 2011 roku (dla pism płatnych) – suma rozpowszechniania bezpłatnego wydań drukowanych i bezpłatnej dystrybucji e-wydań.

32. Rozpowszechnianie ogółem (pojęcie wprowadzone w 1994 roku do grudnia 2004 roku dla wszystkich pism płatnych, od 2006 roku – wyłącznie dla pism branżowych płatnych – stanowi sumę rozpowszechniania płatnego i rozpowszechniania bezpłatnego.

Średnie jednorazowe dla egzemplarzy rozpowszechnionych ogółem, w danym okresie oblicza się dodając liczbę wszystkich egzemplarzy rozpowszechnionych ogółem w ciągu danego okresu i dzieląc uzyskaną sumę przez liczbę Wydań.

33. Rozpowszechnianie płatne: poniedziałki, wtorki, środy, czwartki, piątki, soboty, niedziele – średnie rozpowszechnianie płatne w poszczególnych dniach tygodnia, np. rozpowszechnianie płatne w poniedziałki oblicza się dodając sprzedaż wydań ogółem i inne płatne formy rozpowszechniania ze wszystkich poniedziałków danego miesiąca i dzieląc otrzymaną sumę przez liczbę poniedziałków w danym miesiącu. Wydawcy pism ukazujących się np. dwa razy w tygodniu wpisują dane w rubryki odpowiadające tym dniom tygodnia, w których ukazują się Wydania pisma.

PISMA BEZPŁATNE

34. Egzemplarze rozpowszechnione dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych* (pojęcie wprowadzone w 2006 roku) – obejmuje 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 ilości 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 Regulaminu kontroli ZKDP.

35. Egzemplarze rozpowszechnione dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych* (pojęcie wprowadzone w 2006 roku) – obejmuje egzemplarze rozpowszechnione w formie przesyłek adresowych w celu dalszej dystrybucji.

36. Egzemplarze rozpowszechnione dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych* (pojęcie wprowadzone w 2006 roku) – od 2017 roku - obejmuje egzemplarze rozpowszechnione w formie przesyłek/dostaw na wybranym obszarze lub do wybranej kategorii odbiorców, według zasady jeden egzemplarz dla jednego odbiorcy.

37. Egzemplarze rozpowszechnione dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy* (pojęcie wprowadzone w 2006 roku) – obejmuje egzemplarze rozdane osobom fizycznym.

38. Egzemplarze rozpowszechnione z nośników/miejsc ekspozycyjnych* (pojęcie wprowadzone w 2014 roku) – obejmuje egzemplarze rozpowszechnione ze stojaków i innych nośników ekspozycyjnych.

39. Egzemplarze rozpowszechnione dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego* (pojęcie wprowadzone w 2006 roku) – obejmuje egzemplarze aktualnego Wydania w liczbie nie większej niż zadeklarowane rozpowszechnianie tytułu do którego zostały dołączone.

40. Egzemplarze rozpowszechnione inna dystrybucja* (pojęcie wprowadzone w 2006 roku) – obejmuje egzemplarze rozpowszechnione w innych formach niż opisane powyżej, udokumentowane przez wydawcę, w tym egzemplarze dołączane do niekontrolowanego tytułu prasowego w liczbie nie większej niż rozpowszechnianie tytułu do którego zostały dołączone.

41. Dystrybucja e-wydań (pojęcie wprowadzone w 2009 roku) – do tej formy dystrybucji zalicza się egzemplarze E-wydań, które zostały rozpowszechnione bezpłatnie:

a) udostępnione i spełniające łącznie poniższe warunki:

- wszystkie egzemplarze bezpłatnych E-wydań zostały zamówione przez odbiorcę (jeden egzemplarz na jednego odbiorcę);
- znany jest adres e-mail odbiorcy;
- w zamówieniu określono maksymalny okres zamówienia, który nie może przekraczać jednego Cyklu Wydawniczego;
- skutecznie przesłano do odbiorcy np. pocztą elektroniczną, informację o dostępności bezpłatnego E-wydania, przynajmniej na początku okresu zamówienia;
- aktualne bezpłatne E-wydanie jest dostępne do przeglądania lub zapisania dla odbiorcy,

* Od stycznia 2009 roku parametry te występują również w deklaracjach Pism Płatnych Branżowych oraz w deklaracjach uzupełniających dotyczących rozpowszechniania bezpłatnego dla Pism Płatnych nie branżowych.

b) pobrania E-wydań udostępnione i spełniające łącznie poniższe warunki:

- znany jest identyfikator odbiorcy (np. adres e-mail) lub unikalny identyfikator urządzenia odbiorcy,
- wszystkie egzemplarze bezpłatnych E-wydań zostały pobrane przez jednego odbiorcę (jeden egzemplarz na jeden identyfikator),
- pobranie nastąpiło w okresie rozpowszechniania danego E-wydania,

c) pobrania E-wydań, które zostały zrealizowane na rzecz odbiorców, 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 odbiorców.

42. Egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem – to suma wszystkich egzemplarzy rozpowszechnionych bezpłatnie.

Średnie jednorazowe dla egzemplarzy rozpowszechnionych bezpłatnie w danej formie, w danym okresie oblicza się dodając liczbę wszystkich egzemplarzy rozpowszechnionych w danej formie w ciągu danego okresu i dzieląc uzyskaną sumę przez liczbę Wydań.

43. Egzemplarze nierozpowszechnione dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych, Egzemplarze nierozpowszechnione dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych, Egzemplarze nierozpowszechnione dystrybucja bezimienna do odbiorców

indywidualnych, Egzemplarze nierozpowszechnione dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy, Egzemplarze nierozpowszechnione dystrybucja z nośników/miejsc ekspozycyjnych, Egzemplarze nierozpowszechnione dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego, Egzemplarze nierozpowszechnione inna dystrybucja (pojęcia wprowadzone w 2006 roku) – obejmują egzemplarze Pism Bezpłatnych, w tym Pism Branżowych, pozostałych po zakończeniu dystrybucji, dla poszczególnych form dystrybucji.

Średnie jednorazowe egzemplarzy nierozpowszechnionych w danej formie, w danym okresie oblicza się dodając liczbę wszystkich egzemplarzy nierozpowszechnionych w danej formie w ciągu danego okresu i dzieląc uzyskaną sumę przez liczbę Wydań.

44. Egzemplarze nierozpowszechnione ogółem (pojęcie wprowadzone w 2006 roku) – obejmuje egzemplarze Pism Bezpłatnych, w tym Pism Branżowych, z poszczególnych form dystrybucji, które pozostały po zakończeniu dystrybucji.

45. Egzemplarze nieskierowane do dystrybucji (pojęcie wprowadzone w 2006 roku) – obejmuje egzemplarze, które nie zostały skierowane do dystrybucji lub nie spełniają regulaminowych wymogów (opisanych w pkt 5.17 Regulaminu kontroli ZKDP).

Średnią jednorazową egzemplarzy nieskierowanych do rozpowszechniania w danym okresie obliczano dodając liczbę wszystkich egzemplarzy nieskierowanych do rozpowszechniania w ciągu danego okresu i dzieląc uzyskaną sumę przez liczbę Wydań.

46. Egzemplarze skierowane do dystrybucji o nieustalonej wielkości rozpowszechniania (pojęcie wprowadzone w 2008 roku, tylko dla pism bezpłatnych nie zgłoszonych jako branżowe) – obejmuje egzemplarze dołączone do niekontrolowanego tytułu prasowego. W przypadku, gdy wydawca niekontrolowanego tytułu prasowego odmówi (w formie pisemnego oświadczenia) udostępnienia dokumentacji potwierdzającej wyniki Sprzedaży.

PISMA BRANŻOWE

Kategoria pism branżowych (zarówno płatnych, jak i bezpłatnych) została wprowadzona od stycznia 2006 roku. Definicje poszczególnych parametrów dla tej kategorii pism zostały przedstawione powyżej. Jeśli dany parametr występuje tylko w deklaracjach dla pism branżowych, został opatrzony odpowiednim komentarzem. Od stycznia 2009 roku do deklaracji pism branżowych płatnych zostały wprowadzone następujące parametry (do tego momentu dotyczące wyłącznie pism bezpłatnych):

- **Egzemplarze rozpowszechnione dystrybucja adresowa imienna do odbiorców indywidualnych**
- **Egzemplarze rozpowszechnione dystrybucja adresowa do odbiorców hurtowych**
- **Egzemplarze rozpowszechnione dystrybucja bezimienna do odbiorców indywidualnych**
- **Egzemplarze rozpowszechnione dystrybucja przez gazeciarzy, hostessy**
- **Egzemplarze rozpowszechnione z nośników/miejsc ekspozycyjnych**
- **Egzemplarze rozpowszechnione dystrybucja w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego**
- **Egzemplarze rozpowszechnione inna dystrybucja**
- **Rozpowszechnianie bezpłatne razem** - suma egzemplarzy wykazanych w wyżej wymienionych kategoriach).

Definicje powyższych parametrów zostały zawarte w dziale PISMA BEZPŁATNE.

PARAMETRY ARCHIWALE

PISMA PŁATNE

47. Sprzedaż egzemplarzy archiwalnych³ (parametr wprowadzony w 1994 do grudnia 2004 roku) – obejmowała wszystkie egzemplarze archiwalne sprzedane w danym okresie. Przez sprzedaż egzemplarzy archiwalnych rozumiano sprzedaż egzemplarzy tych numerów, które zostały wycofane z bieżącej dystrybucji. Średnią sprzedaż jednorazową egzemplarzy archiwalnych w danym okresie obliczano dodając liczbę wszystkich sprzedanych w ciągu danego okresu egzemplarzy pisma i dzieląc uzyskaną sumę przez liczbę Wydań dla danego okresu z deklaracji.

48. Prenumerata (do 2005 roku) – obejmowała egzemplarze:

- sprzedane przez wydawcę: na podstawie zamówienia odbiorcy, obejmującego dostawę co najmniej jednego cyklu wydawniczego, po cenie określonej przy składaniu zamówienia, nie niższej jednak niż 40% sumy Cen Egzemplarzowych za okres objęty prenumeratą i niezmiennej w okresie opłaconej prenumeraty, ostatecznemu odbiorcy (osobie fizycznej lub prawnej) – bez prawa dalszej odsprzedaży oraz Poczcie Polskiej lub innym firmom kolportażowym z przeznaczeniem na realizację przyjętych przez te firmy zamówień prenumeraty,

- sprzedane przez wydawcę w Pakiecie dwóch lub więcej tytułów kontrolowanych, na podstawie zamówienia odbiorcy, obejmującego dostawę co najmniej jednego cyklu wydawniczego, po cenie określonej przy składaniu zamówienia, nie niższej jednak niż 50% sumy Cen Egzemplarzowych pism wchodzących w skład Pakietu za okres objęty prenumeratą i niezmiennej w okresie opłaconej prenumeraty, ostatecznemu odbiorcy (osobie fizycznej lub prawnej) – bez prawa dalszej odsprzedaży oraz Poczcie Polskiej lub innym firmom kolportażowym z przeznaczeniem na realizację przyjętych przez te firmy zamówień prenumeraty.

Za cykl wydawniczy w przypadku prenumeraty przyjmuje się:

- dla dzienników – okres jednego miesiąca, również w przypadku poszczególnych Wydań,
- dla tygodników, dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu – cztery kolejne Wydania,
- dla miesięczników, pism ukazujących się nie rzadziej niż dziesięć razy w roku i dwumiesięczników – trzy kolejne Wydania,
- dla pozostałych publikacji periodycznych ukazujących się rzadziej niż dziesięć razy w roku i wydawnictw o nieregularnej częstotliwości ukazywania się – co najmniej dwa kolejne Wydania.

Średnią prenumeratę jednorazową w danym okresie oblicza się dodając liczbę wszystkich egzemplarzy sprzedanych w ramach prenumeraty w ciągu danego okresu i dzieląc uzyskaną sumę przez liczbę Wydań.

49. Dystrybucja bezpłatnych e-wydań⁴ (w 2009 roku) – do tej formy dystrybucji zaliczono takie e-wydania pism płatnych (w tym branżowych), które zostały rozpowszechnione bezpłatnie lub nie spełniały wymogów określonych w par. 9 *Regulaminu kontroli ZKDP* w części dotyczącej e-wydań. W przypadku, gdy odbiorcy udostępniono zarówno płatne, jak i bezpłatne aktualne e-wydania tego samego kontrolowanego tytułu prasowego, do odpowiedniej formy rozpowszechniania zaliczono wyłącznie:

- a. egzemplarze sprzedanych e-wydań, po cenie nie niższej niż określona w *Regulaminie kontroli ZKDP*, zaś egzemplarze bezpłatnych e-wydań nie będą wykazane w deklaracji;
- b. egzemplarze bezpłatnych e-wydań, jeśli sprzedaż płatnych egzemplarzy e-wydań nastąpiła po cenie niższej niż określona w par. 9 ust. 3 i ust. 5 *Regulaminu kontroli ZKDP*.

Do *dystrybucji bezpłatnych e-wydań* zaliczono e-wydania spełniające łącznie poniższe warunki:

- a. wszystkie egzemplarze bezpłatnych e-wydań zostały zamówione przez odbiorcę;
- b. znany jest adres e-mail odbiorcy, z którego zostało wysłane zamówienie;
- c. określony jest minimalny okres zamówienia, zgodnie z par. 1 ust. 2 lit. k) *Regulaminu kontroli ZKDP* oraz maksymalny okres zamówienia, który nie może przekraczać jednego roku;
- d. skutecznie przesłano do odbiorcy, pocztą elektroniczną, informację o dostępności bezpłatnego e-wydania, przynajmniej na początku każdego cyklu wydawniczego;
- e. aktualne bezpłatne e-wydanie jest dostępne do przeglądania lub zapisania dla odbiorcy.

³ Definicja zgodna z *Regulaminem kontroli ZKDP* obowiązującym do grudnia 2004 roku.

⁴ Definicja zgodna z *Regulaminem kontroli ZKDP* obowiązującym w 2009 roku.

50. Inna dystrybucja e-wydań⁵ (w 2010) – do tej formy dystrybucji (nie wchodzącej w skład rozpowszechniania pism płatnych) zaliczono egzemplarze wykazane w *innej płatnej dystrybucji e-wydań i bezpłatnej dystrybucji e-wydań*.

51. Sprzedaż egzemplarzowa mutacji cyfrowych⁶ (pojęcie wprowadzone w 2012 do grudnia 2017 roku) – obejmuje pojedyncze egzemplarze sprzedane i udostępnione przez wydawcę (także za pośrednictwem Kolportera Wydań Cyfrowych) osobom prawnym, fizycznym i jednostkom organizacyjnym nie mającym osobowości prawnej, z zachowaniem łącznie poniższych zasad:

1. transakcja dotyczy jednego egzemplarza danego Wydania, przy czym w przypadku, gdy jeden płatnik dokonuje kolejnych transakcji zakupu danego Wydania do *sprzedaży egzemplarzowej mutacji cyfrowej* zalicza się tylko jeden egzemplarz danego Wydania, a pozostałe zakupione w ten sposób egzemplarze nie stanowią żadnej formy rozpowszechniania Kontrolowanego Tytułu Prasowego,

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

3. w okresie aktualności Wydania (zob. pkt 2.11 *Regulaminu kontroli ZKDP*),

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 mutacji cyfrowej* tylko jednego egzemplarza danego Wydania zgodnie z pkt 1 powyżej, wówczas żaden egzemplarz danego Wydania podlegający tym transakcjom nie może zostać przez wydawcę zakwalifikowany do żadnej formy rozpowszechniania Kontrolowanego Tytułu Prasowego.

W przypadku Sprzedaży i udostępnienia Pakietu Wydań Cyfrowych różnych tytułów – do **Sprzedaży egzemplarzowej mutacji cyfrowej** zalicza się tylko jednej wybranej Mutacji Cyfrowej wchodzącej w skład Pakietu, z zastrzeżeniem, że Sprzedaż nastąpiła po cenie nie niższej niż 40% sumy Cen Egzemplarzowych pism Pakietu; pozostałe Mutacje Cyfrowe z Pakietu zalicza się do *innej płatnej dystrybucji mutacji cyfrowych*.

W przypadku Sprzedaży Wydania lub Wydań drukowanych wspólnie z Mutacją Cyfrową tego samego lub innego Kontrolowanego Tytułu Prasowego, Mutacje Cyfrowe nie stanowią żadnej z form rozpowszechniania Kontrolowanego Tytułu Prasowego. Po spełnieniu określonych wymagań, mogą być wykazywane jedynie jako *bezpłatna dystrybucja mutacji cyfrowych*.

W przypadku *sprzedaży egzemplarzowej mutacji cyfrowych* w systemie raportującym sumaryczną Sprzedaż w danym okresie, bez możliwości rozbicia na poszczególne Wydania, wydawca po uzyskaniu zgody Zarządu ZKDP, może zaliczyć do *sprzedaży egzemplarzowej mutacji cyfrowych* liczbę sprzedanych Wydań będącą zaokrąglonym do liczby całkowitej ilorazem sumy sprzedanych egzemplarzy i liczby Wydań w okresie.

W przypadku wyżej opisanego wyjątku istnieje obowiązek umieszczenia w Uwagach do deklaracji następującej informacji wg wzoru poniżej:

- „W rubryce *sprzedaż egzemplarzowa mutacji cyfrowych* wykazano zgodnie z zasadami 3.14.1 *Regulaminu kontroli ZKDP* (liczba) egzemplarzy”.

52. Prenumerata pojedynczych mutacji cyfrowych (pojęcie wprowadzone w 2012 do grudnia 2017 roku) – przy tej formie prenumeraty wydawca powinien wykazać, że liczba egzemplarzy objętych zamówieniem

i udostępniana zamawiającemu lub wskazanym przez niego dającym się zidentyfikować w chwili dokonywania zakupu użytkownikom nie przekracza dziewięciu.

W przypadku Sprzedaży *prenumeraty pojedynczych mutacji cyfrowych* w systemie raportującym sumaryczną Sprzedaż w danym okresie, bez możliwości wskazania Wydania od którego rozpoczyna się prenumerata, po uzyskaniu zgody Zarządu ZKDP, wydawca może zaliczyć do *prenumeraty pojedynczych*

⁵ Definicja zgodna z *Regulaminem kontroli ZKDP* obowiązującym w 2010 roku.

⁶ Definicja zgodna z *Regulaminem kontroli ZKDP* obowiązującym w 2017 roku dla wszystkich parametrów opisanych w punktach od 51 do 60.

mutacji cyfrowych, liczbę sprzedanych prenumerat będącą różnicą pomiędzy liczbą przyjętych (opłaconych) prenumerat a liczbą prenumerat, z których zrezygnowali klienci.

W przypadku wyżej opisanego wyjątku istnieje obowiązek umieszczenia w Uwagach do deklaracji następującej informacji wg wzoru poniżej:

- „W rubryce *prenumerata pojedynczych mutacji cyfrowych* wykazano zgodnie z zasadami pkt 3.14.2 *Regulaminu kontroli ZKDP* (liczba) egzemplarzy”.

53. Prenumerata hurtowa mutacji cyfrowych (*pojęcie wprowadzone w 2012 do grudnia 2017 roku*) – **jw. Prenumerata hurtowa e-wydań.**

54. Prenumerata mutacji cyfrowych (*pojęcie wprowadzone w 2012 do grudnia 2017 roku*) – **jw. Prenumerata e-wydań.**

55. Sprzedaż mutacji cyfrowych (*pojęcie wprowadzone w 2012 do grudnia 2017 roku*) – obejmuje egzemplarze wykazane w *sprzedaży egzemplarzowej mutacji cyfrowych* i *prenumeracie mutacji cyfrowych*.

Wszystkich parametrów, opisanych w punktach od 24 do 28, dotyczy następujące zastrzeżenie: do żadnej z wyżej wymienionych form nie zalicza się egzemplarzy:

- rozliczonych, choćby częściowo, w formie Barteru,

- 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.).

56. Inna płatna dystrybucja mutacji cyfrowych (*pojęcie wprowadzone w 2012 do grudnia 2017 roku*) – obejmuje egzemplarze Mutacji Cyfrowych, które zostały sprzedane i udostępnione w okresie aktualności Wydania (zob. pkt 2.11 *Regulaminu kontroli ZKDP*), za które wydawca przy Sprzedaży lub na podstawie Umów Barterowych, otrzymał nie mniej niż 20% Ceny Egzemplarzowej odpowiedniego Wydania drukowanego i które:

- nie spełniają warunków określonych dla *sprzedaży egzemplarzowej mutacji cyfrowych* lub *prenumeraty mutacji cyfrowych*; lub
- zostały sprzedane w Pakietach, o których mowa w pkt 3.4.2 i 3.6.2 *Regulaminu kontroli ZKDP*; lub
- zostały dostarczone przez wydawcę na podstawie Umów Barterowych w zamian za towary albo usługi lub choćby częściowo rozliczonych w Barterze; lub
- zostały sprzedane innemu odbiorcy w celu dodania do E-wydania lub Mutacji Cyfrowej innego Kontrolowanego Tytułu Prasowego – w liczbie nie większej niż zadeklarowane rozpowszechnianie tego tytułu; lub
- zostały sprzedane innemu odbiorcy w celu dodania E-wydania lub Mutacji Cyfrowej niekontrolowanego tytułu prasowego – w liczbie nie większej niż rozpowszechnianie tego tytułu udokumentowane, w sposób przewidziany w pkt 5.17 *Regulaminu kontroli ZKDP*; lub
- zostały sprzedane przez wydawcę lub za jego wiedzą przez inny podmiot, w tym przedsiębiorców specjalizujących się w Sprzedaży E-wydań lub Mutacji Cyfrowych, 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).

57. Rozpowszechnianie mutacji cyfrowych (*pojęcie wprowadzone w 2012 do grudnia 2017 roku*) – suma *sprzedaży mutacji cyfrowych* i *innej płatnej dystrybucji mutacji cyfrowych*.

58. Bezpłatna dystrybucja mutacji cyfrowych (*pojęcie wprowadzone w 2012 do grudnia 2017 roku*) – do tej formy dystrybucji zalicza się takie egzemplarze Mutacji Cyfrowych, które zostały rozpowszechnione bezpłatnie lub za cenę niższą niż 20% Ceny Egzemplarzowej:

a) udostępnione i spełniające łącznie poniższe warunki:

- wszystkie egzemplarze bezpłatnych Mutacji Cyfrowych zostały zamówione przez odbiorcę (jeden egzemplarz na jednego odbiorcę);
 - znany jest adres e-mail odbiorcy;
 - w zamówieniu określono maksymalny okres zamówienia, który nie może przekraczać jednego Cyklu Wydawniczego;
 - skutecznie przesłano do odbiorcy np. pocztą elektroniczną, informację o dostępności bezpłatnej Mutacji Cyfrowej, przynajmniej na początku okresu zamówienia;
 - aktualna bezpłatna Mutacja Cyfrowa jest dostępna do przeglądania lub zapisania dla odbiorcy,
- b) pobrania Mutacji Cyfrowych udostępnione i spełniające łącznie poniższe warunki:
- znany jest identyfikator odbiorcy (np. adres e-mail) lub unikalny identyfikator urządzenia odbiorcy,
 - wszystkie egzemplarze bezpłatnych Mutacji Cyfrowych zostały pobrane przez jednego odbiorcę (jeden egzemplarz na jeden identyfikator),
 - pobranie nastąpiło w okresie rozpowszechniania danej Mutacji Cyfrowych,
- c) pobrania Mutacji Cyfrowych, które zostały zrealizowane na rzecz odbiorców, zweryfikowane metodami zaakceptowanymi przez Zarząd ZKDP. Zarząd w drodze uchwały wskaże metody weryfikacji pobrań Mutacji Cyfrowych, które pozwolą na ustalenie, czy pobrania zostały zrealizowane na rzecz odbiorców.

W przypadku, gdy odbiorcy udostępniono tą samą Mutację Cyfrową zarówno płatną, jak i bezpłatną do odpowiedniej formy rozpowszechniania zalicza się wyłącznie egzemplarze sprzedanych Mutacji Cyfrowych, pod warunkiem spełnienia wymogów określonych w *Regulaminie kontroli ZKDP* właściwych dla danej formy, zaś egzemplarze bezpłatnych Mutacji Cyfrowych nie będą wykazywane w deklaracji.

59. Rozpowszechnianie płatne wydań cyfrowych (pojęcie wprowadzone w 2012 do grudnia 2017 roku) – suma rozpowszechniania e-wydań i rozpowszechniania mutacji cyfrowych.

60. Bezpłatna dystrybucja wydań cyfrowych (pojęcie wprowadzone w 2012 do grudnia 2017 roku) – suma bezpłatnej dystrybucji e-wydań i bezpłatnej dystrybucji mutacji cyfrowych.

61. Rozpowszechnianie bezpłatne (pojęcie wprowadzone w 2006 roku dla pism płatnych „nie branżowych” do grudnia 2010 roku) – obejmowało egzemplarze promocyjne, rozpowszechnione bezpłatnie oraz egzemplarze, za które wydawca otrzymał mniej niż 30% Ceny Egzemplarzowej danego Wydania. Do rozpowszechniania bezpłatnego wliczało się egzemplarze rozdane lub rozesłane bezpłatnie, pod warunkiem przedstawienia sposobu dystrybucji. Do rozpowszechniania bezpłatnego nie wliczało się rozdanych bezpłatnie lub rozesłanych egzemplarzy pochodzących ze zwrotów.

62. Egzemplarze rozesłane bezpłatnie (pojęcie wprowadzone w 2005 roku dla czasopism płatnych, od 2006 roku dla pism branżowych płatnych do grudnia 2009 roku) – obejmowało egzemplarze nie spełniające wymogów rozpowszechniania płatnego. Do tej kategorii zaliczało się egzemplarze rozesłane bezpłatnie, pod warunkiem przedstawienia sposobu dystrybucji. Nie wliczało się rozesłanych bezpłatnie egzemplarzy pochodzących ze zwrotów.

63. Egzemplarze rozdane bezpłatnie (pojęcie wprowadzone od 2005 roku dla czasopism płatnych, od 2006 roku dla pism branżowych płatnych do grudnia 2009 roku) – obejmowało egzemplarze nie spełniające wymogów rozpowszechniania płatnego. Do tej kategorii były zaliczane egzemplarze rozdane bezpłatnie, pod warunkiem przedstawienia sposobu dystrybucji. Nie wliczało się rozdanych bezpłatnie egzemplarzy pochodzących ze zwrotów.

64. Egzemplarze rozdane lub rozesłane bezpłatnie (pojęcie wprowadzone w 2003 roku do grudnia 2004 dla wszystkich pism płatnych, od 2005 roku tylko dla dzienników płatnych do grudnia 2009 roku) – obejmowało egzemplarze nie spełniające wymogów rozpowszechniania płatnego. Do tej kategorii zaliczano egzemplarze rozdane lub rozesłane bezpłatnie, pod warunkiem przedstawienia sposobu dystrybucji. Nie wliczano rozdanych lub rozesłanych bezpłatnie egzemplarzy pochodzących ze zwrotów.

PISMA BEZPŁATNE

65. Egzemplarze rozesłane bezpłatnie, Egzemplarze rozdane bezpłatnie⁷ (pojęcie wprowadzone w 1994 do grudnia 2005 roku) – obejmowało wszystkie egzemplarze Pism Bezpłatnych skierowane do rozpowszechniania, pod warunkiem przedstawienia kosztów i sposobów dystrybucji.

66. Egzemplarze rozpowszechnione dystrybucja adresowa bezimienna do odbiorców indywidualnych^{8*} (pojęcie wprowadzone w 2006 do grudnia 2016 roku) – obejmuje egzemplarze rozpowszechnione w formie przesyłek/dostaw na wybranym obszarze, bez podania nazwiska odbiorcy, według zasady jeden egzemplarz pod jeden adres.

67. Egzemplarze nieskierowane do rozpowszechniania (pojęcie wprowadzone w 1994 do grudnia 2005 roku) – obejmowało egzemplarze bieżącego numeru, które nie zostały skierowane do bieżącej dystrybucji.

68. Egzemplarze rozpowszechnione z oznakowanych nośników/miejsc ekspozycyjnych^{9*} (pojęcie wprowadzone w 2006 roku do grudnia 2013 roku) – obejmowało egzemplarze rozpowszechnione ze stojaków i innych nośników ekspozycyjnych, oznaczonych logo kontrolowanego tytułu prasowego.

69. Dystrybucja mutacji cyfrowych¹⁰ (pojęcie wprowadzone w 2016 do grudnia 2017 roku) – do tej formy dystrybucji zalicza się egzemplarze Mutacji Cyfrowych, które zostały rozpowszechnione bezpłatnie:

a) udostępnione i spełniające łącznie poniższe warunki:

- wszystkie egzemplarze bezpłatnych Mutacji Cyfrowych zostały zamówione przez odbiorcę (jeden egzemplarz na jednego odbiorcę);
- znany jest adres e-mail odbiorcy;
- w zamówieniu określono maksymalny okres zamówienia, który nie może przekraczać jednego Cyklu Wydawniczego;
- skutecznie przesłano do odbiorcy np. pocztą elektroniczną, informację o dostępności bezpłatnej Mutacji Cyfrowej, przynajmniej na początku okresu zamówienia;
- aktualna bezpłatna Mutacja Cyfrowa jest dostępna do przeglądania lub zapisania dla odbiorcy,

b) pobrania Mutacji Cyfrowych udostępnione i spełniające łącznie poniższe warunki:

- znany jest identyfikator odbiorcy (np. adres e-mail) lub unikalny identyfikator urządzenia odbiorcy,
- wszystkie egzemplarze bezpłatnych Mutacji Cyfrowych zostały pobrane przez jednego odbiorcę (jeden egzemplarz na jeden identyfikator),
- pobranie nastąpiło w okresie rozpowszechniania danej Mutacji Cyfrowej,

c) pobrania Mutacji Cyfrowych, które zostały zrealizowane na rzecz odbiorców, zweryfikowane metodami zaakceptowanymi przez Zarząd ZKDP. Zarząd w drodze uchwały wskaże metody weryfikacji pobrań Mutacji Cyfrowych, które pozwolą na ustalenie, czy pobrania zostały zrealizowane na rzecz odbiorców.

⁷ Definicja zgodna z *Regulaminem kontroli ZKDP* obowiązującym w 2005 roku.

⁸ Definicja zgodna z *Regulaminem kontroli ZKDP* obowiązującym w 2016 roku

⁹ Definicja zgodna z *Regulaminem kontroli ZKDP* obowiązującym od stycznia 2006 roku.

* Od stycznia 2009 roku parametry te występują również w deklaracjach Pism Płatnych Branżowych oraz w deklaracjach uzupełniających dotyczących rozpowszechniania bezpłatnego dla Pism Płatnych nie branżowych.

¹⁰ Definicja zgodna z *Regulaminem kontroli ZKDP* obowiązującym w 2017 roku.

RODZAJE ANALIZ

ANALIZA ZWYKŁA – podaje średnie zestawienie wartości liczonych na podstawie danych pochodzących z tabeli **Nakład i rozpowszechnianie w podziale na wydania** (o ile istnieje) lub z pierwszej sekcji deklaracji.

ANALIZA WYDAŃ (*obowiązuje od 2004 roku*) – w przypadku Pism Płatnych i Pism Bezpłatnych tabelę **Nakład i rozpowszechnianie w podziale na wydania** wypełniają wydawcy dzienników, tygodników, dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu oraz miesięczników i „pism rzadkich” nie zgłoszonych, jako branżowe. Tabela posiada analogiczne rubryki jak tabela z pierwszej sekcji deklaracji i wypełnia się je na podobnych zasadach, z tą różnicą, że zamiast średnich jednorazowych należy podać liczbę egzemplarzy właściwą dla danego Wydania.

ANALIZA WYDAŃ Z PODZIAŁEM NA DNI TYGODNIA – umożliwia zestawienie uśrednionych danych dla wybranych dni tygodnia - dostępna wyłącznie dla dzienników.

ANALIZA CEN (*obowiązuje od 2006 roku*) – tabelę **Nakład i rozpowszechnianie w podziale na mutacje cenowe** wypełniają tylko wydawcy Pism Płatnych, w przypadku jeśli w danym miesiącu występowała więcej niż jedna Cena Egzemplarzowa (w podziale na Wydania, ze względu na obszar dystrybucji, czy dołączenie gadżetu). W tabeli należy podać cenę danego Wydania, pełny Nakład Wydania drukowanego z tą Ceną Egzemplarzową, jego Sprzedaż egzemplarzową i zwroty. Należy podać te dane dla wszystkich Mutacji Cenowych, jak również dla wszystkich Wydań w danym miesiącu różniących się ceną. W związku z powyższym wielkość Nakładu poszczególnych mutacji cenowych danego Wydania powinna sumować się w wielkość nakładu tego Wydania podaną w tabeli „Nakład i rozpowszechnianie w podziale na wydania” pomniejszonego o Sprzedaż i prenumeratę e-wydań.

ANALIZA PDS (*obowiązuje od 2007 roku*) – w deklaracjach informację o **Pierwszym Dniu Sprzedaży** podają tylko wydawcy tytułów płatnych nie zgłoszonych jako branżowe: tygodników, dwutygodników, miesięczników i pism „rzadkich”. Dla dzienników data wydawnicza stanowi jednocześnie PDS. Termin Pierwszy Dzień Sprzedaży (PDS) jest to najwcześniejsza z dat wprowadzenia Wydania Pisma Płatnego do Sprzedaży egzemplarzowej przez któregokolwiek Kolportera, a jedynie w przypadku dystrybucji wyłącznie we własnym zakresie (bez pośrednictwa Kolportera), będzie to dzień, w którym dokonano pierwszej transakcji Sprzedaży.

ANALIZA GEOGRAFICZNA STRUKTURA ROZPOWSZECHNIANIA – do grudnia 2004 roku podstawę dla Pism Płatnych stanowiło rozpowszechnianie ogółem; od 2005 roku - podaje się średnie miesięczne *rozpowszechnianie płatne* dla danego okresu, dla Pism Branżowych od 2006 roku – średnie miesięczne *rozpowszechnianie ogółem*, dla Pism Bezpłatnych od 2000 roku *egzemplarze rozpowszechnione bezpłatnie ogółem*, w podziale na województwa (dla dzienników od 2005 roku – również na dni tygodnia).

Eksport obejmuje wszystkie egzemplarze rozpowszechnione za granicą. **Nieustalone** obejmują egzemplarze, dla których wydawca nie jest w stanie ustalić miejsca rozpowszechniania.

DEKLARACJE UZUPEŁNIAJĄCE PISM PŁATNYCH DLA ROZPOWSZECHNIANIA BEZPŁATNEGO (*obowiązują od 2009 roku*) – 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 dla pism bezpłatnych niebranżowych.

ŚREDNIE I SUMY W ANALIZACH

ŚREDNIA – oznacza średnią wartość (na jedno Wydanie) za wybrany okres; jest to suma rozpowszechnionych egzemplarzy podzielona przez liczbę Wydań w danym okresie.

SUMA – oznacza globalną wartość rozpowszechnionych egzemplarzy (wszystkich Wydań) za wybrany okres; jest to iloczyn średnich wartości (na jedno Wydanie) i liczby Wydań w danym okresie.

Przykład:

Typ pisma: dziennik

Okres: styczeń – marzec 2014 (3 miesiące)

Parametr: *sprzedaż egzemplarzowa wydań drukowanych*

Miesiące/Lata	Sprzedaż egzemplarzowa wydań drukowanych	Razy	Liczba wydań	SUMA	Podzielić	Liczba	ŚREDNIA
2014-01	18031	x	22	396 682	÷	22	18031
2014-02	18244	x	20	364 880	÷	20	18244
2014-03	18284	x	21	383 964	÷	21	18284
			63	1 145 526	÷	63	18183