

WYTYCZNE DO KONTROLI ZA 2025 ROK

Kontrolę danych o rozpowszechnianiu prasy za 2025 rok Audytor przeprowadza na podstawie postanowień „Regulaminu kontroli rozpowszechniania prasy” w brzmieniu obowiązującym od 1 stycznia 2025 r., („Regulamin”). Niniejsze „Wytyczne do Kontroli za 2025 rok” („Wytyczne”) zawierają szczegółowe informacje dotyczące sposobu przeprowadzania Kontroli oraz zakresu Dokumentacji, jaką Wydawca jest zobowiązany przedstawić w toku Kontroli. W przypadku jakichkolwiek rozbieżności w zapisach między Wytycznymi a Regulaminem, obowiązujące są postanowienia Regulaminu. W Wytycznych zapisano z wielkich liter pojęcia zdefiniowane w załączniku 1 do Ogólnych Warunków Umowy „Definicje” („Definicje”).

1. ZASADY OGÓLNE

- 1.1. Audyt przeprowadzany jest na podstawie Dokumentacji w wersji elektronicznej, wystawionej przez kontrahentów Wydawcy lub klientów kontrahenta, a jeśli są to wewnętrzne dokumenty Wydawcy, powinny być podpisane przez osoby uprawnione do ich wystawienia. Audytorowi przysługuje prawo wglądu do oryginalnych dokumentów. Za zgodą Wydawcy, Audytor może korzystać z jego programów księgowych i dystrybucyjnych.
- 1.2. W przypadku, gdy Wydawca nie dysponuje Dokumentacją kwalifikującą do zadeklarowanego Wskaźnika, ma prawo przedstawić do Audytu, a Audytor zobowiązany jest dopuścić do weryfikacji, dokumenty udostępnione przez inne podmioty. Audytorowi przysługuje wówczas zwrot kosztów uzgodnionych z Wydawcą.
- 1.3. Rodzaje dokumentów źródłowych, na podstawie których Audytor dokonuje weryfikacji zadeklarowanych przez Wydawcę danych, wymienione są w załączniku nr 1 do Wytycznych (stanowiącym jednocześnie załącznik do protokołu kontroli). Do weryfikacji danych mogą również służyć dokumenty niewymienione w załączniku nr 1 o ile Audytor uzna je za wystarczające do kwalifikacji rozpowszechnienia do danego Wskaźnika (należy je wymienić w pozycji „inne”). Dokumentacja udostępniona Audytorowi powinna potwierdzać spełnienie wymogów dla Okresu Rozpowszechniania określonych w Regulaminie.
- 1.4. Audytor ma prawo wglądu do egzemplarzy okazowych poszczególnych Wydań, w tym E-wydań Subskrypcji Cyfrowych orazostępów do Publikacji Cyfrowej.
- 1.5. Weryfikację danych osobowych Audytor przeprowadza zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, w tym „Ogólnego rozporządzenia o ochronie danych” (RODO) w rozumieniu Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 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.

DZIENNIKI, MAGAZYNY I MAGAZYNY BRANŻOWE

2. WYDANIE DRUKOWANE

2.1. Nakład

- 2.1.1. W przypadku braków w Dokumentacji z drukarni, oraz w szczególności, gdy między Wydawcą a drukarnią występuje pośrednik (broker, agencja itp.), Audytor zwraca się do Wydawcy o udostępnienie faktur pośrednika oraz o wskazanie drukarni, w których Nakład był drukowany i jeśli jest to możliwe – sprawdza czy taki Kontrolowany Tytuł Prasowy lub konkretne Wydanie Kontrolowanego Tytułu Prasowego było w tej drukarni drukowane i w jakiej liczbie egzemplarzy. Jeśli na fakturze nie będzie wykazany Kontrolowany Tytuł Prasowy lub Wydanie oraz liczba egzemplarzy, których faktura dotyczy, Audytor ma prawo zażądać innych dokumentów uwiarygodniających dane (np. oświadczenie pośrednika, drukarni, Kolporterów o Nakładzie przyjętym do dystrybucji itp.).
- 2.1.2. W przypadku, gdy dane Wydanie drukowane było w więcej niż jednej drukarni, Audytor sprawdza czy faktury dotyczą druku całego egzemplarza, czy poszczególnych składek oraz

czy zadeklarowany Nakład, nie jest większy od liczby wydrukowanych kompletnych egzemplarzy, wykazanych w fakturach. Jeśli odrębnie drukowana była okładka Audytor sprawdza również czy liczba wydrukowanych okładek jest co najmniej równa liczbie wydrukowanych „środków”. Zapisy art. 2.1.1 w stosunku do każdej drukarni, w której było drukowane Wydanie stosuje się odpowiednio.

2.1.3. Jeżeli Nakład wydrukowany, podany w Deklaracji jest różny od wynikającego z Dokumentacji drukarni, Audytor wyjaśni tę różnicę na podstawie Dokumentacji stwierdzającej rzeczywistą wielkość tego Nakładu skierowanego do rozpowszechniania.

2.1.4. W przypadku weryfikacji Nakładu dla Dzienników i Magazynów Bezpłatnych oraz Magazynów Branżowych, Audytorowi przysługuje prawo do dodatkowej weryfikacji kosztów druku na podstawie innej dokumentacji podatkowo-finansowej np. rejestru VAT, sprawozdania finansowego itp.

2.2. Sprzedaż Pojedynczych Egzemplarzy Wydania Drukowanego

2.2.1. Audytor sprawdza czy firmy kolporterskie spełniają wymagania art. 21 Definicji oraz, na podstawie umowy Wydawcy z tymi firmami lub pisemnych oświadczeń punktów, w których odbywa się Sprzedaż prasy, a także sprawdza, czy Wydawca dokonał właściwej kwalifikacji do Sprzedaży Pojedynczych Egzemplarzy Wydania Drukowanego, a w szczególności czy Wydawca potrafi wykazać, że firmy zaopatrują i rozliczają punkty, w których odbywa się Sprzedaż Kontrolowanego Tytułu Prasowego po Cenie Egzemplarzowej.

2.2.2. Audytor zobowiązany jest sprawdzić czy Egzemplarze Sprzedane, wykazane w danych dla Wskaźnika Sprzedaż Pojedynczych Egzemplarzy Wydania Drukowanego, nie zostały:

- a) rozpowszechnione w ramach ceny sprzedawanych towarów lub usług bądź rozpowszechnione bezpłatnie;
- b) rozliczone, choćby częściowo, w formie Barteru;
- c) dodane bezpłatnie do innego kontrolowanego tytułu prasowego lub tytułu niekontrolowanego.

2.2.3. Audytor zobowiązany jest zwrócić szczególną uwagę na takie transakcje z Kolporterami, które dokonywane są na warunkach zakupu bezzwrotowego i/lub z limitem zwrotów i/lub brak jest informacji o strukturze geograficznej. W odniesieniu do Sprzedaży za pośrednictwem Kolporterów (z wyłączeniem Eksportu), w przypadku umów bezzwrotowych lub z limitem zwrotów, Audytor ustala Sprzedaż na podstawie Dokumentacji potwierdzającej faktyczne rozpowszechnianie.

2.2.4. Przy weryfikacji Sprzedaży Pakietu Wydań Drukowanych, Audytor zobowiązany jest sprawdzić, czy cena Pakietu ustalona przez Wydawcę oraz zawartość Pakietu odpowiadają kryteriom wymagany w Regulaminie np. zapoznając się z korespondencją prowadzoną w tej sprawie z Kolporterem. Każdy egzemplarz wchodzący w skład Pakietu musi posiadać Cenę Egzemplarzową, zgodną z ceną analogicznego Wydania wprowadzonego do Sprzedaży samodzielnie. W przypadku braku Ceny Egzemplarzowej któregośkolwiek egzemplarza wchodzącego w skład Pakietu, Wydawca ma obowiązek przekazać Audytorowi materiały umożliwiające potwierdzenie cen egzemplarzy w Pakiecie i Wydań wprowadzonych samodzielnie do Sprzedaży.

2.2.5. Przy weryfikacji aktualności Wydań Drukowanych Dzienników i Magazynów Płatnych, będących przedmiotem Sprzedaży Pojedynczych Egzemplarzy Wydania Drukowanego oraz Sprzedaży Pakietu należy uwzględnić szczególne przypadki wydłużenia Okresu Rozpowszechniania. Przez wydłużenie czasu rozpowszechniania należy rozumieć:

- a) kontynuowanie Sprzedaży danego Wydania po wprowadzeniu do Sprzedaży, za pośrednictwem Kolporterów, kolejnego Wydania,

- b) w przypadku dystrybucji wyłącznie we własnym zakresie (bez pośrednictwa Kolporterów) kontynuowanie Sprzedaży danego Wydania po wprowadzeniu do Sprzedaży kolejnego,
- c) rozpoczęcie Sprzedaży danego Wydania przed zakończeniem Sprzedaży Wydania poprzedzającego (należy czytać łącznie z punktami a) i b) powyżej).

Na wydłużenie Okresu Rozpowszechniania może wskazywać np. opóźnione, w stosunku do postanowień umowy, przekazanie protokołu zwrotów, korespondencja z Kolporterami, istotny wzrost Sprzedaży itp.

2.2.6. Pierwszy Dzień Sprzedaży (PDS) to data wprowadzenia do Sprzedaży Pojedynczych Egzemplarzy Wydania Drukowanego, przez któregokolwiek z Kolporterów, części lub całości Nakładu (jeśli te daty się różnią, przyjmujemy termin najwcześniejszy). W przypadku dystrybucji mieszanej (własnej i za pośrednictwem Kolporterów), jako PDS przyjmuje się najwcześniejszą datę rozpoczęcia dystrybucji przez Kolporterów. Datę PDS ustala się na podstawie umowy/umów lub korespondencji z Kolporterami. W przypadku dystrybucji wyłącznie we własnym zakresie (bez pośrednictwa Kolporterów) będzie to dzień, w którym dokonano pierwszej transakcji Sprzedaży.

2.2.7. Jeśli Wydawca, w uzgodnieniu z Kolporterem, podejmuje decyzję o okresowym wycofaniu egzemplarzy niesprzedanych, dla dokonania alokacji i ponownego dostarczenia do punktów Sprzedaży w celu kontynuacji Sprzedaży w okresie spełniającym wymagania dla Okresu Rozpowszechniania, egzemplarze te wolno zaliczyć do Wskaźnika Sprzedaż Pojedynczych Egzemplarzy Wydania Drukowanego, nawet jeśli wcześniej nastąpiło częściowe rozliczenie Sprzedaży. Jeśli po zakończeniu Sprzedaży danego Wydania, Wydawca podejmuje decyzję o nieodpłatnym rozpowszechnieniu egzemplarzy niesprzedanych (a więc zmienia formę rozpowszechniania), egzemplarze takich nie można zakwalifikować jako rozpowszechnione, bo są to Zwroty Wydania Drukowanego, nawet jeśli w tym czasie nie ukazało się jeszcze następne Wydanie.

2.3. Prenumerata Wydania Drukowanego

2.3.1. Audytor sprawdza, czy średnia cena jednostkowa egzemplarza rozpowszechnianego w formie prenumeraty, spełnia wymagania przewidziane dla cen prenumeraty, opisane w Regulaminie, poniżej przykład:

Wyliczenie prenumeraty Dziennika za styczeń

suma Cen Egzemplarzowych w lipcu-grudniu danego roku kalendarzowego, czyli w ostatnich 6 miesiącach poprzedzających termin rozpoczęcia realizacji prenumeraty: 55 + 55 + 60 + 60 + 58 + 64 zł = 352 zł

*liczba Wydań: 24 * 6 = 144*

wyliczona średnia Cena Egzemplarzowa: 352 / 144 = 2,44 zł

cena prenumeraty za styczeń: 40 zł

liczba Wydań: 22

średnia cena egzemplarza w prenumeracie w styczniu: 40 zł / 22 = 1,81 zł za egz.

porównanie średniej ceny w prenumeracie do średniej Ceny Egzemplarzowej:

1,81 / 2,44 = 0,74 = 74%, co jest >20%

2.3.2 Audytor sprawdza, czy zamówiona prenumerata dotyczy pełnego Wydania, a nie jego części składowych (dla Dzienników mogą to być wybrane Wydania np. tylko piątkowe, ale nie jego poszczególne części, czyli np. dodatek z programem TV).

2.3.3 W przypadku prenumeraty prowadzonej przez Wydawcę, przy weryfikacji liczby zamówionych egzemplarzy, Audytor sprawdza czy nie powtarzają się dane adresowe i/lub podmioty zamawiające. Ponadto Audytor weryfikuje listę prenumeratorów oraz sposoby realizacji zamówienia – opłacenie kosztu dostawy (opłata pocztowa, kurierska, kolporterska,

transport własny, itp.).

2.3.4 W przypadku prenumeraty prowadzonej przez Kolporterów, Audytor zobowiązany jest sprawdzić dokumenty uprawniające te firmy do działalności kolportażowej oraz na podstawie umowy zawartej przez Wydawcę z tymi firmami ocenić, czy warunki realizacji prenumeraty spełniają kryteria wymagane przez Regulamin.

2.3.5 Audytor zobowiązany jest sprawdzić czy Egzemplarze Sprzedane, wykazane w danych dla Wskaźnika Prenumerata Wydania Drukowanego, nie zostały:

- a) rozpowszechnione w ramach ceny sprzedawanych towarów lub usług bądź rozpowszechnione bezpłatnie;
- b) rozliczone, choćby częściowo, w formie Barteru;
- c) dodane bezpłatnie do innego kontrolowanego tytułu prasowego lub tytułu niekontrolowanego.

2.4 Sprzedaż Wielu Egzemplarzy Wydania Drukowanego

2.4.1. W przypadku dołączenia Wydania Drukowanego Kontrolowanego Tytułu Prasowego do innego niekontrolowanego tytułu prasowego, Wydawca zobowiązany jest udokumentować wielkość rozpowszechnienia tego tytułu w sposób przewidziany w załączniku nr 1 do Wytycznych dla Wskaźnika Dołączenie do Innego Tytułu. Jeśli Wydawca nie posiada wymaganej Dokumentacji lub liczba wykazanych egzemplarzy przekracza udokumentowane rozpowszechnianie tytułu niekontrolowanego, takie egzemplarze powinny być zakwalifikowane do Wskaźnika Egzemplarze Nierozpowszechnione.

2.5. Rozpowszechnianie Bezpłatne Wydania Drukowanego

2.5.1. Jeśli Wydawca wykaże dane w którymkolwiek ze Wskaźników składowych Rozpowszechniania Bezpłatnego Wydania Drukowanego (w przypadku Dzienników i Magazynów Bezpłatnych oraz Magazynów Branżowych), zobowiązany jest również w składanej Deklaracji opisać sposoby dystrybucji. Audytor sprawdza zgodność podanych informacji ze stanem faktycznym.

2.5.2. Egzemplarze, które nie zostały rozpowszechnione w poszczególnych formach dystrybucji bezpłatnej (zwroty z rozpowszechniania bezpłatnego) zostają wykazane w danych dla Wskaźnika Egzemplarze Nierozpowszechnione, a dane wykazane we Wskaźnikach składowych Rozpowszechniania Bezpłatnego Wydania Drukowanego, zostają pomniejszone o ich liczbę.

2.6. Adresowa Wysyłka Imienna

2.6.1. Jeśli Wydawca wykaże dane dla Wskaźnika Adresowa Wysyłka Imienna, Audytor przeprowadza weryfikację Odbiorców. Powyższa weryfikacja przebiega zgodnie z Procedurą weryfikacji Odbiorców, opisaną w załączniku nr 2 do Wytycznych.

2.7. Dostęp Publiczny (Miejsca Ekspozycyjne, Gazeciarze, Hostessy, Targi, Eventy)

2.7.1. W przypadku danych wykazywanych dla Wskaźnika Dostęp Publiczny, Audytor zobowiązany jest zweryfikować czy liczba egzemplarzy rozpowszechnionych po wejściu do dystrybucji nowego Wydania nie przekracza 8% Nakładu deklarowanego Wydania.

2.8. Doręczenie Wielu Egzemplarzy

2.8.1. W przypadku danych wykazywanych dla Wskaźnika Doręczenie Wielu Egzemplarzy, wyjątkowo obowiązuje zasada, że egzemplarze tam wykazane powinny zostać rozpowszechnione w okresie aktualności deklarowanego Wydania, czyli do wejścia do dystrybucji nowego Wydania.

3 E-WYDANIA

3.1. Sprzedaż Pojedynczych Egzemplarzy E-wydania oraz Prenumerata E-wydania

- 3.1.1. Audytor zobowiązany jest sprawdzić czy Egzemplarze Sprzedane, wykazane w danych dla Wskaźników Sprzedaż Pojedynczych Egzemplarzy E-wydania oraz Prenumerata E-wydania nie zostały:
- rozpowszechnione w ramach ceny sprzedawanych towarów lub usług bądź rozpowszechnione bezpłatnie;
 - rozliczone, choćby częściowo, w formie Barteru;
 - dodane bezpłatnie do innego kontrolowanego tytułu prasowego lub tytułu niekontrolowanego.
- 3.1.2 Raporty zawierające informacje o liczbie wygenerowanych kodów (np. na określone tytuły) mogą stanowić materiał uzupełniający do Dokumentacji finansowej, ale nie mogą jej zastępować.
- 3.1.3 Bez względu na formę płatności (m.in. karta kredytowa, SMS, MMS, przelew, gotówka), podstawą do weryfikacji Sprzedaży Pojedynczych Egzemplarzy E-wydania oraz Prenumeraty E-wydania jest raport, zgodny ze sposobem dystrybucji, zawierający poniższe informacje:
- identyfikator płatnika lub login płatnika lub ID płatnika z systemu lub dane osobowe płatnika; i
 - numer zamówienia lub numer transakcji; i
 - data i godzina zamówienia lub kwalifikacja transakcji jako bieżących albo archiwalnych dokonana przez Kolportera; i
 - tytuł pisma (wraz z opisem dotyczącym Mutacji Wydawniczej jeżeli taką posiada); i
 - data od ... lub numer pierwszego Wydania; i
 - data do ... lub liczba Wydań (w przypadku Sprzedaży Pojedynczych Egzemplarzy E-wydania data do = data od lub 1 Wydanie); i
 - liczba egzemplarzy; i
 - cena dla zamawiającego lub cena gwarantowana umową z Kolporterem.
- Jedynie w przypadku Sprzedaży Pojedynczych Egzemplarzy E-wydania oraz Prenumeraty E-wydania w systemie umożliwiającym zakup przez tego samego płatnika wyłącznie jednego egzemplarza danego numeru i/lub wyłącznie jednej prenumeraty na dany okres (tzn. nie jest możliwy wielokrotny/hurtowy zakup tego samego Wydania/prenumeraty przez tego samego płatnika) wymagany raport (o którym mowa powyżej) może być zwolniony, na pisemny wniosek Wydawcy, z wymogu wykazywania informacji określonych w pkt a) i b) powyżej.
- W przypadku, gdy dla różnych Wskaźników przedstawiono jeden raport, Wydawca zobowiązany jest opisać pozycje kwalifikując je do poszczególnych Wskaźników, stosując terminologię przyjętą w Regulaminie.
- 3.1.4. W przypadku Prenumeraty E-wydania dla zamówień powyżej pięćdziesięciu egzemplarzy z oświadczenia/zapisu w umowie powinno jednoznacznie wynikać, który z warunków opisanych w Regulaminie został spełniony. Od wymogu przedstawiania oświadczeń dla zamówień powyżej pięćdziesięciu egzemplarzy zwolnione są te egzemplarze, których Sprzedaż nastąpiła w drodze realizacji zamówienia na Prenumeratę E-wydania obejmującego kilka kontrolowanych tytułów prasowych i zamówienie to spełnia którykolwiek z poniższych wymogów, czyli dotyczy:
- 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;

- b) 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.

3.1.5. Dla Okresu Rozpowszechniania E-wydania obowiązuje zasada, że Wydanie następne wycofuje poprzednie. Momentem rozpoczęcia Sprzedaży E-wydania, zaliczanego do Sprzedaży Pojedynczych Egzemplarzy E-wydania, jest pierwsza transakcja zakupu danego E-wydania. Za moment Sprzedaży E-wydania należy uznać datę i dokładny czas zamówienia przez klienta produktu, który jest przedmiotem zakupu, a momentem zakończenia Sprzedaży E-wydania, jest pierwsza transakcja zakupu kolejnego E-wydania.

3.2. Sprzedaż Promocyjna E-wydania

3.2.1. W przypadku Sprzedanych Egzemplarzy E-wydania, które nie spełniają wymogów przewidzianych dla Wskaźników Sprzedaż Pojedynczych Egzemplarzy E-wydania oraz Prenumerata E-wydania, wykazanych w danych dla Wskaźnika Sprzedaż Promocyjna E-wydania, Audytor zobowiązany jest zweryfikować, czy liczba wykazanych egzemplarzy E-wydania jest zgodna z raportem, zawierającym dla każdego Udostępnionego Egzemplarza E-wydania następujące informacje:

- a) adres e-mail, w formie jawnej lub zakodowanej, umożliwiający identyfikację użytkownika i weryfikację udostępnienia; i
- b) datę i godzinę udostępnienia, np. powiadomienia w formie wiadomości e-mail, SMS, itp.; i
- c) tytuł pisma z określeniem ewentualnej Mutacji Wydawniczej; i
- d) datę lub numer pierwszego Wydania lub Wydania, którego dotyczy raport; i
- e) datę lub numer ostatniego Wydania lub liczbę Wydań.

Informacje zawarte w ww. raporcie podlegają dodatkowej weryfikacji przez Audytora zgodnie z Procedurą opisaną w załączniku nr 4 do Wytucznych.

3.2.2. W przypadku, gdy Wydawca nie przedstawi wymaganej Dokumentacji opisanej w art. 3.2.1, Audytor kwestionuje całą liczbę egzemplarzy wykazanych w danych dla Wskaźnika Sprzedaż Promocyjna E-wydania dla danego Wydania.

4. SUBSKRYPCJE CYFROWE

4.1. Sprzedaż Detalicznych Subskrypcji Cyfrowych, Sprzedaż Hurtowych Subskrypcji Cyfrowych oraz Sprzedaż Promocyjna Subskrypcji Cyfrowych

4.1.1. Jeśli Wydawca wykaże dane dla któregośkolwiek Wskaźnika dla Subskrypcji Cyfrowych, Audytor przeprowadza Procedurę weryfikacji rozpowszechniania Subskrypcji Cyfrowych, opisaną w załączniku nr 3 do Wytucznych.

PUBLIKACJE CYFROWE

5. PUBLIKACJE CYFROWE PŁATNE

5.1. Sprzedaż Detalicznych Dostępów do Publikacji Cyfrowej, Sprzedaż Hurtowych Dostępów do Publikacji Cyfrowej oraz Sprzedaż Promocyjna Dostępów do Publikacji Cyfrowej

5.1.1. Jeśli Wydawca wykaże dane dla Dostępów do Publikacji Cyfrowej, udostępnianej w formie cyfrowego zbioru treści, dla ww. Wskaźników dla Publikacji Cyfrowej Płatnej, Audytor przeprowadza Procedurę weryfikacji rozpowszechniania Subskrypcji Cyfrowych

lub Dostępów do Publikacji Cyfrowej, opisaną w załączniku nr 3 do Wytycznych.

5.1.2. Raport dla Sprzedaży Dostępów do Publikacji Cyfrowej oraz dla Sprzedaży Promocyjnej Dostępów do Publikacji Cyfrowej, udostępnianej w formie Wydań powinien spełniać wymagania opisane w art. 3.1.3 (dla E-wydania).

Spis załączników:

- Załącznik nr 1 – Rodzaje dokumentów źródłowych udostępnionych przez Wydawcę w celu przeprowadzenia Audytu za 2025 rok (stanowiący jednocześnie załącznik do protokołu kontroli)
- Załącznik nr 2 – Procedura weryfikacji Odbiorców egzemplarzy wykazanych w danych dla Wskaźnika Adresowa Wysyłka Imienna
- Załącznik nr 3 – Procedura weryfikacji rozpowszechniania Subskrypcji Cyfrowych lub Dostępów do Publikacji Cyfrowej
- Załącznik nr 4 – Procedura weryfikacji Odbiorców Sprzedanych Egzemplarzy E-wydania wykazanych w danych dla Wskaźnika Sprzedaż Promocyjna E-wydania