

KERN VJEŠTAČENJA d.o.o.

Zamorski breg 16b

10 000 Zagreb

OIB 25688092157

IBAN HR7124840081100484732

VANSUDSKI NALAZ I MIŠLJENJE

Procjena vrijednosti robnih maraka Story i Sensa

NARUČITELJ

BRADVICA MARIĆ WAHL CESAREC d.o.o.

odvjetničko društvo

OIB: 74439368489

Miramarska 24 - Zagreb

Zagreb 23.12.2022.

SADRŽAJ

I POLAZNE POSTAVKE

1.1. Uputa vještaku	3
1.2. Ulazni podatci	3
1.3. Metodologija rada	2

II NALAZ

2.1. Opis	4
2.2. Pravni temelji	4
2.2. Trendovi	4
2.3. Procjena metodom buduće zarade	9
2.4. Procjena metodom licence/franšize	11

III MIŠJENJE I ZAKLJUČAK

15

IV PRILOZI

4.1. Tražene informacije	16
4.2. Dobivene informacije	18
4.3. Popis žigova	20
4.4. Prihodi i troškovi - detaljno	22

I POLAZNE POSTAVKE

1.1. Uputa vještaku

Vještak treba procijeniti tržišnu vrijednost robnih maraka Story i Sensa, za područje printa, digitala i događanja.

Navedena procjena radi se sa svrhom utvrđivanja transferne cijene.

1.2. Ulazne informacije

Procjena se temelji na ulaznim informacijama dobivenim od naručitelja, koji odgovara za njihovu istinitost. Dobivene ulazne informacije tokom vještačenja nalaze se u prilogu vještačenja na USB memoriji, a popisi traženih i dobivenih informacija navedeni su na kraju vještačenja, u prilogima.

1.3. Metodologija rada

Postoji velik broj metoda kojima se procjenjuje vrijednost robne marke. Također, terminologija koja se koristi nije ujednačena. Za potrebe ovog vještačenja procjenu vrijednosti robnih maraka podijelit ću u dvije grupe:

- Modeli okrenuti prema procjeni ponašanja potrošača, koje se ponekad naziva procjenom tržišne vrijednosti, govore o odnosu klijenta i marke i iskazuju se različitim pokazateljima;
- Modeli koji počivaju na financijskim pokazateljima i pretpostavkama koliko bi netko bio spreman platiti za vlasništvo nad markom, nazivaju se financijskim modelima procjene vrijednosti i iskazuju se u novcu.

Analizirajući svrhu korištenja procjene iz ovog vještačenja (određivanje transferne cijene), te raspoložive ulazne elemente, procjenu ću obaviti financijskim modelima.

Unutar metoda koje se koriste za procjenu financijske vrijednosti, izabrao sam dva modela koja se zasnivaju na diskontiranju budućih tokova:

- Procjena metodom buduće zarade,
- Procjena metodom licence/franšize.

II NALAZ

2.1. Opis

Robne marke koje su predmet procjene koriste se za označavanje slijedećih aktivnosti:

Story je lifestyle magazin. Izlazi od 2002. godine, tjednom dinamikom. Osim tjednika, u istu grupaciju spadaju i kvartalna izdanja StoryBOOK, StoryGourmet i Story vjenčanja. Na web-u funkcionira multimedialni portal story.hr.

Pod istom robnom markom, organiziraju se i razna događanja.

Sensa, body & mind magazin, izlazi mjesečno. Na webu izlazi kao sensa.hr

Izdavač navedenih naslova je tvrtka Adria media Zagreb d.o.o.

2.2. Pravni temelji

Robne marke koje su predmet procjene sadrže žigove registrirane u registru žigova Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske. Popis žigova nalazi se u prilogu 3.

2.3. Trendovi

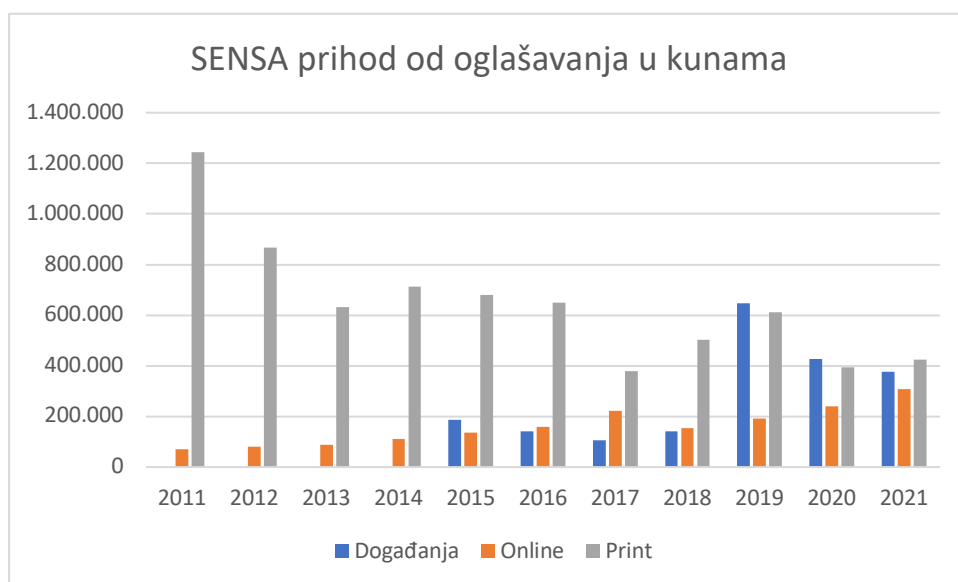
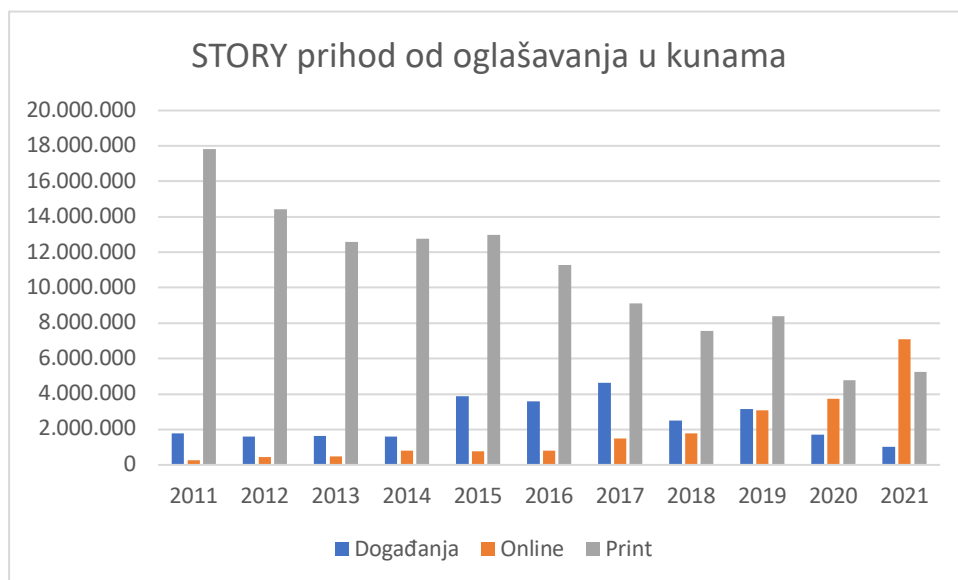
Za obje metode koje ću koristiti u procjeni, potrebno je utvrditi trendove u prodaji proizvoda, oglasnog prostora. Sagledat ću slijedeće podatke:

- prihodi od oglašavanja za print, digital i događanja 2011.-2021.
- otisnuta/prodana naklada 2015. - 2022.
- posjećenost web stranica 2016. - 2022.

Razdoblje sagledavanja pojedinih veličina nije identično jer je izdavač koristio, tijekom godina, neusporedive metode mjerenja/evidentiranja podataka, te ih nije bilo svrsishodno svoditi na ista razdoblja.

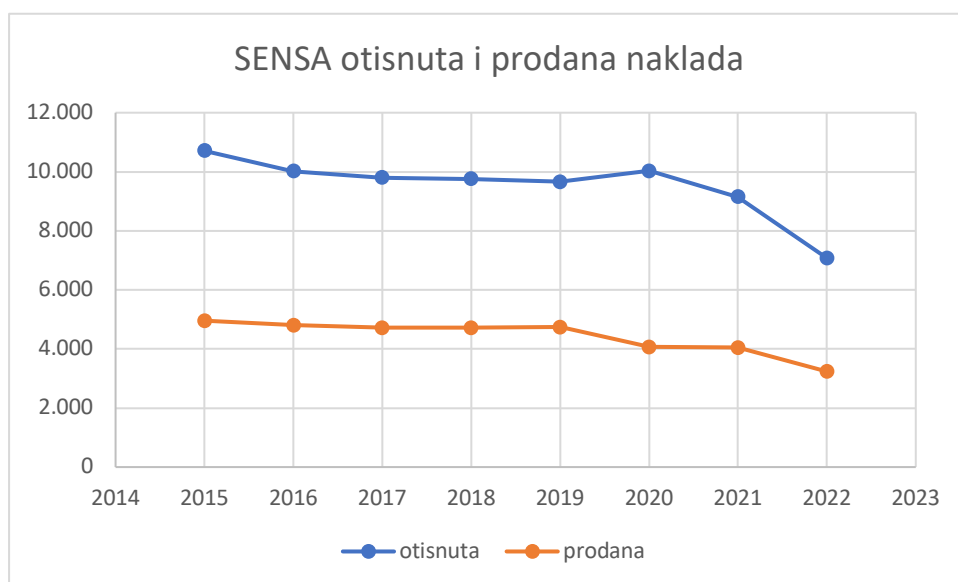
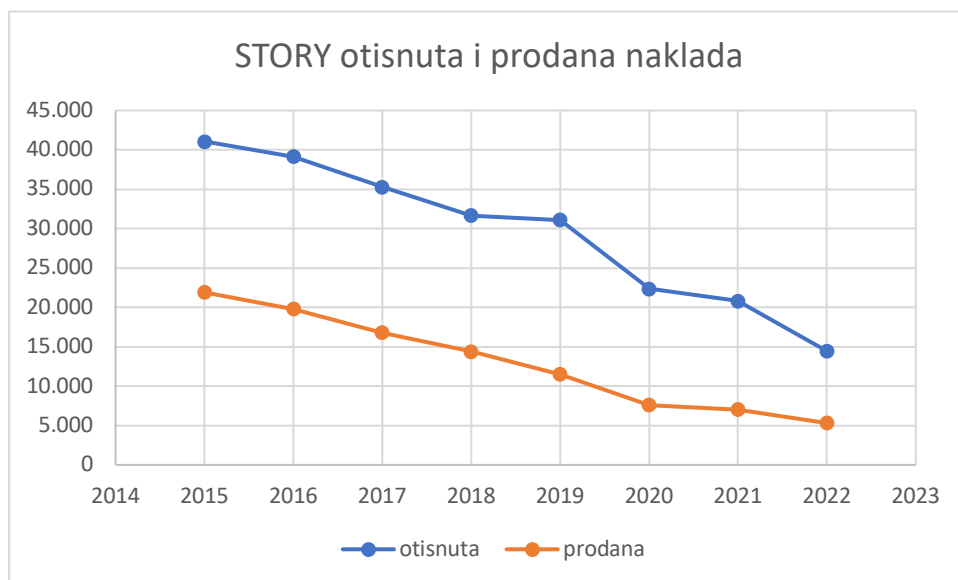
Prihodi od oglašavanja u printu, digitalu i događanjima

za razdoblje 2011. - 2021. - ukupni godišnji iznosi u kunama



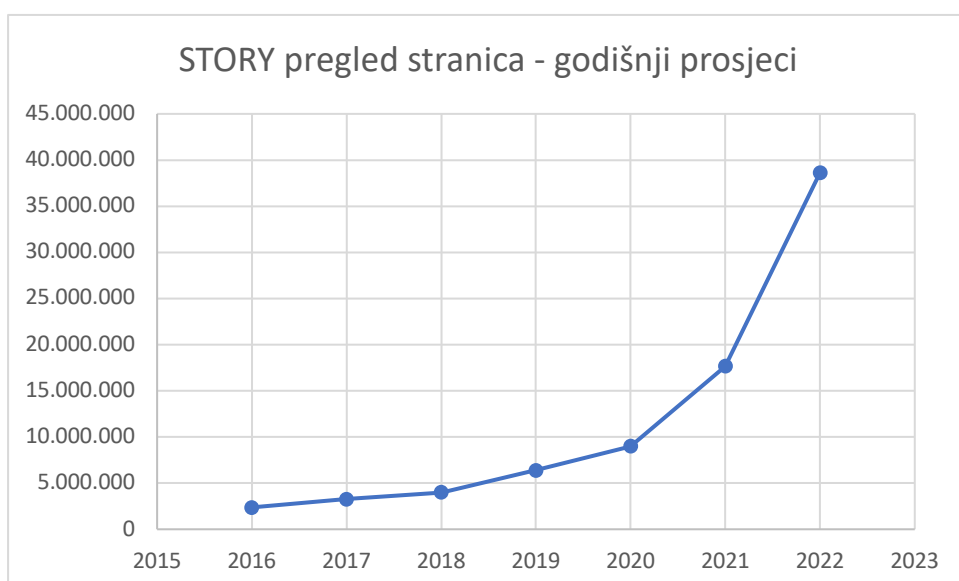
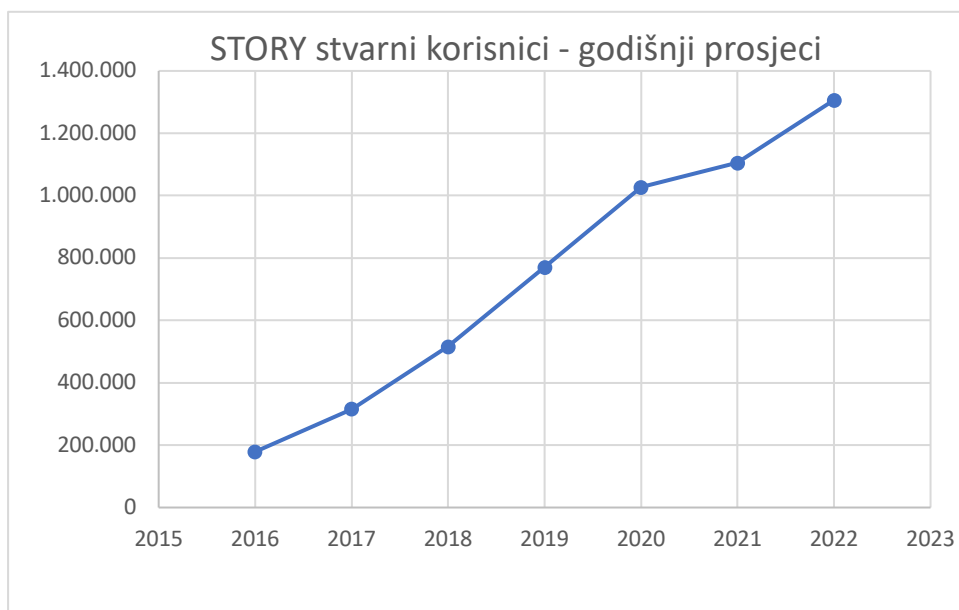
Otisnuta i prodana naklada tiskanih izdanja

za razdoblje 2015.- 2022. - godišnji prosjeci



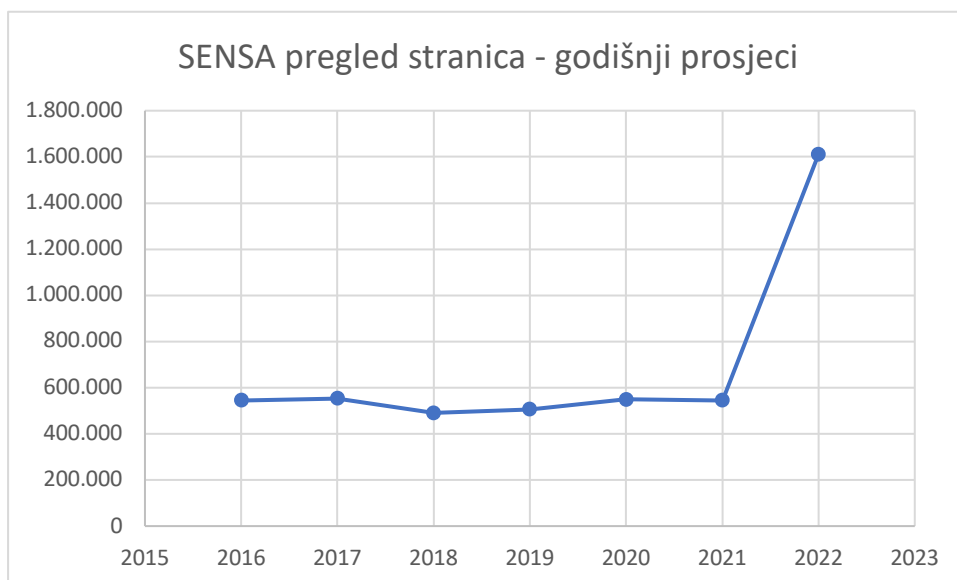
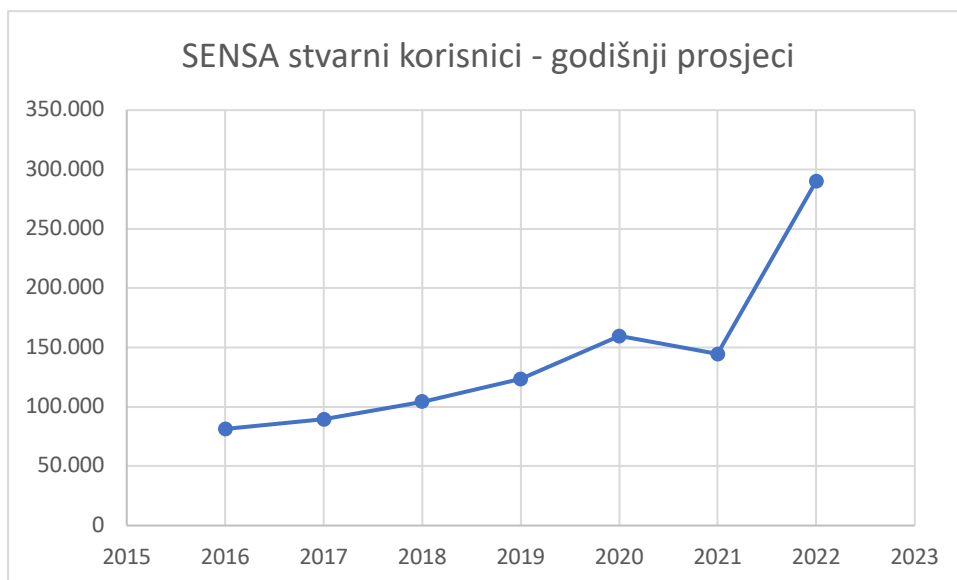
Posjećenost web stranica STORY

za razdoblje 2016.- 2022. - godišnji prosjeci



Posjećenost web stranica SENSEA

za razdoblje 2016.- 2022. - godišnji prosjeci



2.4. Procjena metodom buduće zarade

Prilikom procjene financijske vrijednosti robne marke ovom metodom, prvi korak je ustanoviti zaradu koju marka generira u sadašnjosti. Da bi to napravio, koristio sam slijedeće podatke/pretpostavke:

- prihodi i troškovi grupirani su po pojedinim markama, zbirno
- promatrano razdoblje je 2019-2022

Prihodi i troškovi sagledavani su zbirno prema marci jer su sva tri segmenta korištenja procjenjivanih robnih maraka isprepletana i međuzavisna, a iz postojećeg razgraničenja, kako prihoda tako i troškova, nije jasno da li bi jedan ili dva segmenta uspjela pozitivno poslovati da se treći ne izvodi.

Razdoblje od gotovo 4 cjelovite poslovne godine daje dovoljno jasnu sliku za ovaj model procjene.

Tabela 1 - Story (u kunama)

STORY print	2019.	2020.	2021.	2022. (10MJ)
prihodi	14.563.575	8.865.223	9.136.745	6.671.460
troškovi	17.080.785	13.116.684	13.913.889	10.998.012
razlika	-2.517.210	-4.251.462	-4.777.144	-4.326.551
STORY web				
prihodi	3.095.779	3.722.611	7.102.963	4.975.033
troškovi	1.808.628	1.776.944	4.239.500	5.806.153
razlika	1.287.151	1.945.666	2.863.464	-831.121
STORY događanja				
prihodi	3.146.990	1.692.133	1.008.749	2911857,15
troškovi	1.923.449	963.626	564.128	1967327,62
razlika	1.223.541	728.507	444.621	944.530
STORY zbirno				
financijski rezultat	-6.518	-1.577.288	-1.469.059	-4.213.143

Iz Tabele 1 vidljivo je da robna marka Story u razdoblju 1.1.2019. - 31.10.2022. nije generirala dobit.

Tabela 2 - Sensa (u kunama)

SENSA print	2019.	2020.	2021.	2022. (10MJ)
prihodi	1.586.746	1.228.176	1.282.497	1.139.898
troškovi	1.918.596	1.770.714	1.832.599	1.606.991
razlika	-331.851	-542.537	-550.102	-467.094
SENSA web				
prihodi	190.649	240.907	307.337	453.324
troškovi	587.596	415.160	391.175	667.981
razlika	-396.947	-174.254	-83.839	-214.658
SENSA događanja				
prihodi	647.036	428.247	375.966	249.950
troškovi	377.301	196.676	229.164	119.838
razlika	269.735	231.571	146.802	130.112
SENSA zbirno				
financijski rezultat	-459.063	-485.219	-487.139	-551.640

Iz Tabele 2 vidljivo je da robna marka Sensa u razdoblju 1.1.2019. - 31.10.2022. nije generirala dobit.

Kako nije ustanovljena zarada, nije potrebno niti određivati razdoblje, kao niti diskontnu stopu.

Tabela s detaljnim opisom prihoda i troškova, po svakoj sastavnici robne marke nalazi se u prilogu 4.4.

2.5. Procjena metodom licence/franšize

Procjena se temelji na pretpostavci da bi izdavač, da nije vlasnik navedenih robnih maraka, moralo vlasniku plaćati licencnu naknadu, odnosno, da bi ih izdavač, kao njihov vlasnik, po istom principu mogao ustupiti trećima, što je uobičajena poslovna praksa u izdavaštvu.

Prvi korak - cijena licence

Prvi korak u ovoj metodi procjene financijske vrijednosti robne marke je pribavljanje (adekvatne) informacije o cijeni licence. Kako se u izdavaštvu, medijskom poslovanju te vrijednosti/modeli javno ne publiciraju moramo pronaći drugi vjerodostojni izvor informacije. Vlasnik robnih maraka Story i Sensa ujedno je i izdavač čitavog niza licencnih izdanja (Cosmopolitan, Elle, Lisa, Men's Health, National Geographic...) koja u svojim ugovorima jasno određuju plaćanje licence kako za tiskana, tako i za digitalna izdanja, kao i popratne aktivnosti. Radi se o suradnji koja traje nekoliko desetljeća i obuhvaća licence za svjetska izdanja te licence za europska izdanja.

Temeljem podataka iz navedenih ugovora, konstruirat ću model koji bi odgovarao lokalnom izdanju.

U procjeni ću koristiti ugovore koje je kompanija / izdavač procjenjivanih robnih maraka potpisivala tijekom posljednjeg desetljeća, a koji se nalaze na USB memoriji u prilogu vještačenja te iskustvene spoznaje vještaka.

U odnosu na iznose/postotke iz analiziranih ugovora, napraviti ću korekcije s obzirom na globalne/lokalne naslove, preuzimanje/nepreuzimanje sadržaja te životni ciklus proizvoda

Plaćanje licence u izdavačkoj industriji zasniva se na tri elementa, koji mogu funkcionirati zasebno, alternativno ili skupno. Radi se o postotku koji se obračunava na neto prihod od prodaje, postotku koji se obračunava na neto prihod od oglašavanja, te (minimalnom) fiksnom iznosu. Kako su se naklade u izdavačkoj industriji smanjivale, tako su se modeli mijenjali, uglavnom prema modelu ugovaranja fiksnog iznosa, da se rizik smanjene naklade i rizik smanjenih prihoda od oglašavanja prepusti kupcu.

Korištenje licence, osim za tiskano izdanje, najčešće uključuje i web i događanja.

Obuhvat licence, najčešće uključuje i dio/kompletan sadržaj.

U konačnici, cijena licence se uvijek određuje u pregovaračkom procesu, u kojem su, u zavisnosti od trenutnih interesa pregovaračkih strana, uvijek moguća znatna odstupanja od traženih iznosa.

Drugi korak - procjena stope rasta/pada prihoda

Za potrebe ove procjene uzet ćemo kao pretpostavku da će prihodi biti konstanta, iz dva razloga. Prvi je promjena strukture prihoda unutar različitih kanala korištenja (pad printa i rast digitala), a druga je fiksno određena licencna naknada, što pojednostavljuje model, jer nema potrebe za procjenom budućih prihoda od prodaje niti prihoda od oglašavanja.

Treći korak - određivanje vremenskog roka

Vremenski rok korisne upotrebe pojedine procjenjivane robne marke odredit ću zasebno za svaku robnu marku, ponajviše prema kretanjima osnovnog proizvoda svake pojedine marke, a to su u ovom trenutku njihova print izdanja.

Četvrti korak - diskontna stopa

S obzirom da se nalazimo u razdoblju povećane inflacije, u izračunu smo koristili dvije diskontne stope, uz prepuštanje odluke korisniku vještačenja, koju će od njih smatrati realnijom.

Diskontna stopa 1 u našem modelu je važeća eskontna stopa HNB-a od 3%, dok smo za diskontnu stopu broj 2 uzeli zadnji objavljeni iznos godišnje inflacije prema Zavodu za statistiku, koji iznosi 13%.

Projektirani uvjeti plaćanja licence za procjenjivanje robne marke

Projektiranje modela za Story

Glavni rizik koji se pojavljuje kod poslovanja s robnom markom Story je pitanje mogu li web i događanja (u budućnosti) uopće funkcionirati bez print izdanja. Print izdanje, sa sadašnjim trendom smanjivanja naklade može egzistirati još maksimalno 5 godina, što sam uzeo kao vremenski rok u modelu procjene.

Što se tiče iznosa licence, s obzirom da se radi o tjednom izdanju sa 3 kvartalne ekstenzije, te korištenju robne marke na webu i za događanja, pretpostavljam da bi se takav lokalni naslov mogao kupiti za fiksni iznos od 30.000 EUR godišnje.

Dakle, elementi za procjenu su:

- godišnji iznos licence: 30.000 EUR
- područje korištenja: Hrvatska
- opseg korištenja: print, digital, događanja
- preuzimanje sadržaja: ne
- vremenski rok: 5 godina
- diskontna stopa 1 - 3% (eskontna stopa HNB 2022.)
- diskontna stopa 2 - 13% (zadnji objavljeni iznos godišnje inflacije prema Zavodu za statistiku).

Tabela 3 - Story - diskontirani iznosi (u eurima)

broj godina	3%	13%
1	29.126	26.549
2	28.278	23.494
3	27.454	20.792
4	26.655	18.400
5	25.878	16.283
ukupno	137.391	105.517

Kad zbrojim diskontirane iznose za petogodišnju upotrebu robne marke Story, dobivam raspon od 105.517 do 137.391 EUR, u zavisnosti od primjenjivane diskontne stope. Raspon u kunama po fisknom tečaju konverzije iznosi od 795.017 do 1.035.174 kuna.

Projektiranje modela za Sensu

Sensa spada u mjesečna izdanja koja obilježava manji pad otisnute i prodane naklede (34% u razdoblju od 2015. - 2022.). Smatram da ima duži korisni rok eksploatacije. U potpunosti je uporediva s EU izdanjima koje je izdavač unajmljivao od Burde.

- godišnji iznos licence: 8000 EUR
- područje korištenja: Hrvatska
- opseg korištenja: print, digital, događanja
- preuzimanje sadržaja: ne
- vremenski rok: 7 godina
- diskontna stopa 1 - 3% (eskontna stopa HNB 2022.)
- diskontna stopa 2 - 13% (zadnji objavljeni iznos godišnje inflacije prema Zavodu za statistiku).

Tabela 4 - Sensa - diskontirani iznosi (u eurima)

broj godina	0	0
1	7.767	7.080
2	7.541	6.265
3	7.321	5.544
4	7.108	4.907
5	6.901	4.342
6	6.700	3.843
7	6.505	3.400
ukupno	49.842	35.381

Kad zbrojim diskontirane iznose za sedmogodišnju upotrebu robne marke Sensa, dobivam raspon od 35.381 do 49.842 EUR, u zavisnosti od primjenjivane diskontne stope. Raspon u kunama po fisknom tečaju konverzije iznosi 266.577 do 375.537 kuna.

III ZAKLJUČAK

Financijsku vrijednost robnih maraka Story i Sensa procijenio sam na dva načina, metodom procjene buduće zarade i metodom licence/franšize.

Procjena metodom buduće zarade ne pokazuje vrijednost navedenih robnih maraka, jer protekle tri poslovne godine, te tokom 10 mjeseci ove godine ne generiraju zaradu.

Međutim, dobiven rezultat nije upotrebljiv za određivanje transferne cijene.

Stoga smatram da je transfernu cijenu potrebno bazirati na procjeni rađenoj na bazi licence.

Prema toj metodi, procjenjujem financijsku vrijednost robne marke Story na iznos u rasponu od 105.517 do 137.391 EUR, odnosno 795.017 do 1.035.174 kuna, po fisknom tečaju konverzije.

Financijsku vrijednost robne marke Sensa procjenjujem na iznos u rasponu od 35.381 do 49.842 EUR, odnosno 266.577 do 375.537 kuna, po fisknom tečaju konverzije.

Izradio Igor Kern

stalni sudski vještak za marketing

- Prvo imenovanje 2006. godine
- Sadašnje imenovanje na Županijskom sudu u Zagrebu
- Sadašnje imenovanje na Trgovačkom sudu u Zagrebu
- Polica osiguranja od profesionalne odgovornosti kod UNIQA osiguranje d.d.

IV PRILOZI

4.1. Tražene informacije

2.12.2022. , 4.12.2022.

Opis svakog proizvoda koji se izdaje pod osnovnom robnom markom ili izvedenicom.

Opis konkurencije, svoje tržišne pozicije, isto za portale, isto za događanja.

Za slijedeća tiskana izdanja:

- Story
- Story book
- Story vjenčanja
- Story gourmet
- Sensa

za svaki izdani broj, za razdoblje od 1.1.2019. - 30.11.2022.:

- otisnuta naklada
- prodana naklada
- prihod od oglašivača (bez poreza)
- prihod od prodaje (ukupni, bez poreza)

Na godišnjem nivou, za isto razdoblje, za dvije osnovne robne marke:

- prihod od prodaje
- prihod od oglašivača
- direktni troškovi izdanja (tisak, distribucija, redakcija (plaće), ostalo)
- indirektni troškovi izdanja

Na godišnjem nivou, za isto razdoblje, za digital

- troškovi, po portalu
- prihodi, po portalu

Na godišnjem nivou, za isto razdoblje, za događanja, raščlanjeno na dvije robne marke koje se procjenjuju:

- broj događanja
- prihodi od sponzora/oglašivača

- ostali prihodi
- troškovi

Istraživanja/mjerenja:

- čitanost, za svako pojedino tiskano izdanje 2019 - 2022 i za konkurentska izdanja
- posjećenost za portale (jedinствени posjetitelji) i za konkurentske portale
- posjećenost, za događanja
- ostala raspoloživa istraživanja

Za isto razoblje, za tvrtku - izdavača:

- račun dobiti i gubitka
- bilanca
- bilješke

10.12.2022.

Svi ugovori za izdavanje licencnih naslova Adria medije Zagreb za proteklih 10 godina (nevezano na Story i Sensu).

Ugovori o ustupanju licence, ako su postojali, za isto razdoblje (nevezano na Story i Sensu).

16.12.2022.

za razdoblje 2019/22, isplate prema vlasnicima licenca, po godinama i po nazivima izdanja. te obračunske liste ukoliko postoje

17.12.2022.

Dodatno bi molio podatke (na godišnjem nivou) za praćene naslove i podnaslove za razdoblje 2011-2018 (tabela u prilogu). Tabela obuhvaća:

Godišnji prosjeci, po izdanjima odnosno domenama, za razdoblje 2011 - 2018:

- prihodi od oglasa
- prihodi od prodaje (posebno slobodna prodaja, posebno pretplata)
- ostali prihodi
- otisnuta / prodana naklada (posebno slobodna prodaja, posebno pretplata)
- prihodio od događanja
- posjećenost portala

4.2. Dobivene informacije

Od naručitelja su dobivene slijedeće informacije:

7.12.2022. Bilance i rdg:

- ADMZ_bruto bilanca 10_2022.xlsx
- ADRIA MEDIA ZAGREB - 2019 - HSFI HR_final.pdf
- Adria Media Zagreb_2021_ HSFI_potpisano.pdf
- Adria Media_HSFI_2020_final_potpisano.pdf

7.12.2022.

- Naklada_print-sold.xlsx
- Prihodi od oglasa.xlsx

8.12.2022.

- Prodaja časopisa i pretplata.xlsx
- Događanja.xlsx
- Barter i ostali prihodi.xlsx

9.12.2022.

- Management report.xlsx
- Troškovi print i digital izdanja.xlsx

10.12.2022.

- AMZ REPORT čitatelji 2022 Q3.pdf
- AMZ REPORT čitatelji 2022.pdf
- AMZ_Portali_2021_22.xlsx
- Opis svih proizvoda za amz.pdf
- Posjećenost events.xlsx
- SviPortaliNaGemiusu_hr.xlsx
- Top10iKonkurencija.xlsx

12.12.2022. licencni ugovori i komparacija prodaje oglasnih stranica

- Burda izdanja ugovor eng i hr.pdf
- Cosmo 15.10.2010.pdf
- Cosmo 30.10.2014.pdf
- Elle 2.3.2015.pdf
- Elle CROATIA - LICENSE AGREEMENT.pdf
- Elle&ED 29.1. 2013.pdf

- Elle&ED 29.1.2013. dig.adv.pdf
- Elle&ED 29.1.2013.dig.pdf
- LISA obnova licencnog ugovora 2015
- MH 1.1.2007.
- MH 10.7.2012
- MH 12.12.2014.
- MLV obnova licencnog ugovora 2015
- MS obnova licencnog ugovora 2015
- NGS License Agreement 15.7.2015_1
- NGS License Agreement 15.7.2015_2
- Story-Gloria2022_odnos prodatih oglasnih strana

20.12.2022 - popis uplata vlasnicima licenci:

- Elle.xlsx
- Hearst.xlsx
- NGM.xlsx

21.12.2022.

- AMZ reports 2015-2020.xlsx
- Analiza prodaja 2011-2018.xlsx
- DISTRIBUTION REPORT AMZ 12 2011.xlsx
- DISTRIBUTION REPORT AMZ 12 2015.xlsx
- DISTRIBUTION REPORT AMZ 12_2012.xlsx
- DISTRIBUTION REPORT AMZ 2013.xlsx
- DISTRIBUTION REPORT AMZ 2014.xlsx
- DISTRIBUTION REPORT AMZ 2017 (18).xlsx
- DISTRIBUTION REPORT AMZ 2018.xlsx
- new Distribution report - 12 2016.xlsx
- Story.hr,Sensa.story.hr posećenost portala.xlsx

23.12.2022. posjećenost portala, PV i RU

- <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1A141I7jKEs7iZtorRLN9IACDcHqcVSZRxfgpoYk097g/edit#gid=266134139>

4.3. Popis žigova

Robne marke koje su predmet procjene sadrže žigove registrirane u registru žigova Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske pod brojevima:

- i. Z20020322, figurativnog izgleda STORY i to za klase 9, 16, 38 i 41 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 05.03.2032.;
- ii. Z20030977, figurativnog izgleda STORY i to za klase 9, 16, 38 i 41 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 16.07.2023.;
- iii. Z20080195, figurativnog izgleda SENSE i to za klasu 32 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 31.01.2028.
- iv. Z20080196, verbalnog izgleda SENSE i to za klasu 32 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 31.01.2028.
- v. Z20080197, figurativnog izgleda SENSE i to za klasu 32 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 31.01.2028.;
- vi. Z20071189, figurativnog izgleda SENSE i to za klase 9, 16, 38, 41 i 42 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 28.6.2027.;
- vii. Z20071190, figurativnog izgleda SENSE i to za klase 9, 16, 38, 41 i 42 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 28.6.2027.;
- viii. Z20071188, verbalnog izgleda SENSE i to za klase 9, 16, 38, 41 i 42 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 28.6.2027.;
- ix. Z20091167, verbalnog izgleda SENSE i to za klase 30, 35 i 43 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 27.07.2029.;
- x. Z20180976, figurativnog izgleda SENSE i to za klasu 30 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 05.10.2028.;
- xi. Z20160078, verbalnog izgleda STORY GOURMET, i to za klase 9, 16, 35, 38, 41 i 42 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 21.01.2026.;
- xii. Z20160079, figurativnog znaka STORY GOURMET, i to za klase 9, 16, 35, 38, 41 i 42, do 21.01.2026.;
- xiii. Z20150409, verbalnog izgleda STORY VJENČANJA, i to za klase 9, 16, 35, 38, 41 i 42 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 27.03.2025.;
- xiv. Z20150408, figurativnog izgleda STORY VJENČANJA, i to za klase 9, 16, 35, 38, 41 i 42 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 27.03.2025.;

- xv. Z20091901, verbalnog izgleda STORYBOOK, i to za klase 9, 16, 30, 32, 35, 38, 41, 42 i 43 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 03.12.2029.;
- xvi. Z20141054, figurativnog izgleda STORYBOOK, i to za klase 9, 16, 35, 38, 41 i 42 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 24.07.2024.;
- xvii. Z20141055, figurativnog izgleda STORYBOOK, i to za klase 9, 16, 35, 38, 41 i 42 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 24.07.2024.

Za područje Bosne i Hercegovine te Sjeverne Makedonije pod brojevima:

- xviii. 1037573, figurativnog izgleda STORY i to za klase 9, 16 i 38 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 04.03.2030.

Za područje Austrije, Bugarske, Češke, Finske, Mađarske, Crne Gore, Norveške, Poljske, Rumunjske, Srbije, Slovenije:

- xix. 998278, figurativnog izgleda SENSE i to za klase 9, 16, 38, 41 i 42 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 08.09.2028.;
- xx. 997934, figurativnog izgleda SENSE i to za klasu 32 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 19.11.2028.;
- xxi. 1499582, figurativnog izgleda SENSE i to za klasu 30 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 26.06.2029.

Za područje Republike Hrvatske:

- xxii. 414021A, figurativnog izgleda STORY i to za klase 9 i 16 Nicanske klasifikacije roba i usluga, do 06.03.20

4.4. Prihodi i troškovi - detaljno

Troškovi tiskanih izdanja u kunama

Story	2019	2020	2021	10M 2022
Print i paper	3.585.252,41	2.369.434,21	2.450.106,02	2.288.381,34
Subscriptions post	21.545,89	20.664,16	20.727,07	13.478,73
Freight expenses	577.260,98	545.591,67	513.705,03	277.994,61
Personnel expenses	2.517.763,49	2.431.663,91	1.981.944,31	2.074.183,92
Other direct costs	2.790.398,80	1.738.399,61	2.484.317,60	1.512.985,98
Marketing barteri	683.248,60	329.229,52	321.301,22	572.587,23
Overhead	3.842.078,49	2.426.975,58	2.816.881,40	1.649.016,91
	14.017.548,66	9.861.958,66	10.588.982,65	8.388.628,72

Story book	2019	2020	2021	10M 2022
Print i paper	402.854,12	377.576,74	308.377,64	238.204,09
Subscriptions post	1.421,24	1.173,73	2.181,33	1.927,10
Freight expenses	30.850,90	42.011,72	46.788,84	21.429,16
Personnel expenses	590.713,07	544.263,10	529.601,76	502.717,94
Other direct costs	542.735,63	732.632,69	645.613,79	407.911,40
Marketing barteri	9.055,00	116.029,84	120.252,51	56.967,86
Overhead	545.620,61	388.316,09	548.743,13	299.484,71
	2.123.250,57	2.202.003,91	2.201.559,00	1.528.642,26

Story Gourmet	2019	2020	2021	10M 2022
Print i paper	156.492,53	151.899,59	159.055,08	93.644,77
Subscriptions post	692,94	1.376,69	1.308,96	1.216,55
Freight expenses	9.895,39	12.989,24	16.994,03	6.407,18
Personnel expenses	112.472,62	143.631,41	112.783,58	211.980,52
Other direct costs	184.542,77	191.699,87	430.559,51	157.470,91
Marketing barteri	0,00	6.621,00	33.880,24	154.495,09
Overhead	113.670,96	186.068,13	137.185,78	113.531,74
	577.767,21	694.285,93	891.767,18	738.746,76

Story Vjenčanja	2019	2020	2021	10M 2022
Print i paper	61.409,86	36.976,84	43.992,58	0,00
Subscriptions post	232,14	32,89	1.057,19	961,31
Freight expenses	2.762,04	600,12	3.754,76	1.111,39
Personnel expenses	80.740,37	79.717,92	70.270,84	34.109,77
Other direct costs	48.529,62	9.354,40	14.549,54	25.031,02
Marketing barteri	66.240,74	158.944,45	6.498,00	126.867,97
Overhead	102.303,87	72.809,27	91.457,19	153.912,73
	362.218,64	358.435,89	231.580,10	341.994,19

Sensa	2019	2020	2021	10M 2022
Print i paper	481.171,25	485.461,61	403.927,31	414.530,84
Subscriptions post	12.880,39	13.713,82	2.753,71	10.877,76
Freight expenses	55.048,69	55.789,54	64.637,94	39.787,75

Personnel expenses	439.275,66	473.225,08	385.235,20	430.014,34
Other direct costs	475.536,48	394.198,39	535.907,14	326.486,91
Marketing barteri	0,00	24.728,45	0,00	17.914,00
Overhead	454.683,85	323.596,74	440.137,72	367.379,75
	1.918.596,32	1.770.713,63	1.832.599,02	1.606.991,36

Prihodi tiskanih izdanja u kunama

Story	2019	2020	2021	10M 2022
prodaja kiosci	5.605.259,00	3.592.641,87	3.389.140,56	2.906.819,58
prodaja pretplata	116.644,00	98.405,26	80.741,05	67.612,42
oglašavanje	6.492.170,64	3.445.367,26	3.973.534,31	2.659.929,36
	12.214.073,64	7.136.414,39	7.443.415,92	5.634.361,36

Story book	2019	2020	2021	10M 2022
prodaja kiosci	324.238,57	274.744,33	273.195,02	185.759,89
prodaja pretplata	2.959,46	2.237,90	4.433,56	3.566,91
oglašavanje	1.347.657,31	971.697,71	884.722,02	611.794,26
	1.674.855,34	1.248.679,94	1.162.350,60	801.121,06

Story Gourmet	2019	2020	2021	10M 2022
prodaja kiosci	118.521,13	101.003,48	110.182,19	64.610,27
prodaja pretplata	2.947,02	2.863,44	3.655,05	4.930,87
oglašavanje	397.480,39	319.735,34	296.501,92	166.436,88
	518.948,54	423.602,26	410.339,16	235.978,02

Story Vjenčanja	2019	2020	2021	10M 2022
prodaja kiosci	16.384,95	6.689,08	16.013,41	0,00
prodaja pretplata	157,76	159,32	157,21	0,00
oglašavanje	139.155,17	49.677,66	104.468,46	0,00
	155.697,88	56.526,06	120.639,08	0,00

Sensa	2019	2020	2021	10M 2022
prodaja kiosci	897.784,60	758.421,87	776.132,56	701.704,43
prodaja pretplata	78.491,79	74.914,45	81.550,29	75.510,13
oglašavanje	610.469,24	394.840,18	424.814,06	362.683,14
	1.586.745,63	1.228.176,50	1.282.496,91	1.139.897,70

Troškovi web izdanja u kunama

Story.hr	2019	2020	2021	10M 2022
Print i paper		0,00	0,00	0,00
Subscriptions post	399,29	219,25	0,00	0,00
Freight expenses	185,38	126,84	0,00	0,00

Personnel expenses	403.528,08	338.734,55	611.143,11	1.159.426,39
Other direct costs	707.982,84	1.011.367,83	794.472,31	1.096.974,81
Marketing barteri	14.506,92	22.000,00	0,00	24.000,00
Overhead	682.025,77	404.495,93	2.565.160,35	2.937.026,48
	1.808.628,28	1.776.944,40	3.970.775,78	5.217.427,69

Story book.hr	2019	2020	2021	10M 2022
Print i paper			0,00	0,00
Subscriptions post			0,00	0,00
Freight expenses			0,00	0,00
Personnel expenses			0,00	0,00
Other direct costs			2.301,05	42.981,64
Marketing barteri			0,00	0,00
Overhead			0,00	33.074,10
	0,00	0,00	2.301,05	76.055,74

Story Gourmet.hr	2019	2020	2021	10M 2022
Print i paper			0,00	0,00
Subscriptions post			0,00	0,00
Freight expenses			0,00	0,00
Personnel expenses			0,00	0,00
Other direct costs			106.797,79	106.710,88
Marketing barteri			0,00	0,00
Overhead			1.223,16	142.509,03
	0,00	0,00	108.020,95	249.219,91

Story Vjenčanja.hr	2019	2020	2021	10M 2022
Print i paper			0,00	0,00
Subscriptions post			0,00	0,00
Freight expenses			0,00	0,00
Personnel expenses			61.259,36	130.518,50
Other direct costs			5.685,35	38.504,38
Marketing barteri			0,00	0,00
Overhead			91.457,19	94.427,17
	0,00	0,00	158.401,90	263.450,05

Sensa.hr	2019	2020	2021	10M 2022
Print i paper	0,00	0,00	0,00	0,00
Subscriptions post	399,29	0,00	0,00	0,00
Freight expenses	185,38	0,00	0,00	0,00
Personnel expenses	114.511,94	91.521,23	14.300,09	214.457,03
Other direct costs	245.157,88	161.840,82	769,51	202.349,62
Marketing barteri	0,00	0,00	0,00	12.000,00
Overhead	227.341,92	161.798,37	376.105,63	239.174,74
	587.596,41	415.160,42	391.175,23	667.981,39

Prihodi web izdanja u kunama

	2019	2020	2021	10M 2022
Story.hr oglašavanje	3.095.779,21	3.722.610,54	7.097.824,56	4.975.032,77
Story book.hr oglašavanje	0,00	0,00	0,00	0,00
Story Gourmet.hr oglašavanje	0,00	0,00	5.138,80	0,00
Story Vjenčanja.hr oglašavanje	0,00	0,00	0,00	0,00
Sensa.hr oglašavanje	190.649,30	240.906,86	307.336,53	453.323,82