

**Kierunki zmiany dotychczasowej praktyki rozliczania dostaw wydawnictw z dołączonymi dodatkami w nakładzie dzielonym i jednolitym**

Na podstawie posiadanych opinii prawnych i podatkowych przedstawiamy poniżej możliwe sposoby organizacji sprzedaży i rozliczeń numeru wydawnictwa (prasowego lub książki) z dołączonym dodatkiem, które są zgodne z obowiązującym prawem i jednocześnie pozwalają punktom sprzedaży (w tym zwłaszcza sieciom zorganizowanym) w sposób właściwy sprzedawać numer wydawnictwa z dołączonym dodatkiem w przypadku, gdy dodatek zwiększa cenę prasy/książki.

**I. Zasady ogólne**

1. Wszyscy wydawcy i dystrybutorzy winni zastosować się do ustalonych standardów postępowania w zakresie sprzedaży i rozliczeń prasy i książek, do których będą dołączane dodatki zwiększające ceny prasy lub książek.
2. Dla rozliczania sprzedaży poszczególnych części nakładu dziennika lub czasopisma/książki bez dodatku i z dodatkiem (zwiększającym cenę egzemplarza) obowiązują różne momenty podatkowe – szczególny lub zasady ogólne, w zależności od rodzaju dodatku.

**II. Założenia do zmiany systemu sprzedaży i rozliczeń prasy i książek z dołączonymi dodatkami, zwiększającymi ich cenę.****Założenia dotyczące organizacji sprzedaży i rozliczeń czasopism i książek.**

1. Nakład numeru jest przekazywany do kolportażu w wersji „nakład dzielony”, czyli:
    - 1) egzemplarz czasopisma/książki bez dodatku – jak obecnie, posiada wydrukowane: odrębny indeks, cenę detaliczną, stawkę VAT i kod kreskowy, właściwe dla numeru czasopisma. W rozliczeniach obowiązuje szczególny moment powstania obowiązku podatkowego,
    - 2) egzemplarz czasopisma/książki z dodatkiem, czyli zestaw:
      - a) jest ofoliowany (lub dodatek jest w inny trwały sposób połączony z egzemplarzem),
      - b) posiada wydrukowane:
        - odrębny indeks (inny niż dla wersji bez dodatku),
        - cenę detaliczną zestawu,
        - stawkę VAT dla zestawu, będącą stawką wyższą części wchodzącej w skład zestawu. I tak, jeśli dodatkiem jest książka – VAT dla zestawu wynosi 7%, jeśli dodatkiem jest np. płyta – VAT dla zestawu wynosi 22%,
        - odrębny kod kreskowy, właściwy dla zestawu,
      - c) jest rozliczany:
        - po sprzedaży, a więc jest zachowany szczególny moment powstania obowiązku podatkowego – jeśli dodatkiem jest książka lub prasa,
        - wg zasad ogólnych – jeśli dodatkiem jest inny towar, nie będący książką ani prasą,
  - Informacja o cenie, stawce VAT i PKWiU powinna zostać przekazana przez wydawcę zgodnie z zawartą umową, nie później niż przy awizacji tytułu.
2. Jeśli do nakładu są dołączane różne dodatki – każda część nakładu z innym dodatkiem będzie oznakowana i rozliczana jak w punkcie 1. 2.

**Założenia dotyczące organizacji sprzedaży i rozliczeń dzienników.**

1. **Dodatki, przekazywane do kolportażu, są przekazywane do kolportażu oddzielnie.**
2. Egzemplarz dziennika jest opatrzony wydrukowanymi:
  - 1) dwoma indeksami: jednym dla dziennika bez dodatku i drugim dla zestawu (egzemplarza dziennika z dodatkiem),

- 2) dwiema cenami detalicznymi: inną dla dziennika i inną dla zestawu,
- 3) właściwych stawek VAT, umieszczonych obok cen detalicznych:
  - a) w przypadku ceny samego dziennika (bez dodatku) - stawka właściwa dla tego dziennika,
  - b) w przypadku zestawu - stawka wyższa części wchodzącej w skład zestawu. I tak, jeśli dodatkiem jest książka – VAT dla zestawu wynosi 7%, jeśli dodatkiem jest np. płyta – VAT dla zestawu wynosi 22%,
- 4) jednym kodem kreskowym, właściwym dla egzemplarza dziennika (bez dodatku),
3. Na dodatku jest wydrukowany kod kreskowy, właściwy dla zestawu.
4. W pobliżu każdego kodu kreskowego lub pod kodem winna być zamieszczona także informacja, jakiej wersji dany kod dotyczy (tylko dziennika lub zestawu).
5. Informacja o cenie, stawce VAT i PKWiU powinna zostać przekazana przez wydawcę zgodnie z zawartą umową, nie później niż przy awizacji tytułu.
6. Rozliczanie sprzedaży numeru:
  - 1) wersji podstawowej (bez dodatku) – po sprzedaży, wg zasad dla szczególnego momentu powstania obowiązku podatkowego,
  - 2) zestawu:
    - a) po sprzedaży, a więc jest zachowany szczególny moment powstania obowiązku podatkowego – jeśli dodatkiem jest książka lub prasa,
    - b) wg zasad ogólnych – jeśli dodatkiem jest inny towar, nie będący książką ani prasą.
7. Wydawcy dzienników zobowiązują się, że do jednego numeru może być dołączony tylko i wyłącznie jeden dodatek.
8. **Każdy dodatek winien posiadać wyraźny napis, do jakiego dziennika należy go dołączyć oraz że nie jest przeznaczony do samodzielnej sprzedaży. Na egzemplarzach dziennika winna być wydrukowana informacja, że dziennik można w danym dniu nabyć z dodatkiem.**

### **III. Dodatki dołączane do prasy i książek bezpłatnie lub jeśli dodatki stanowią integralną część wydawnictwa.**

W przypadku, gdy do całego nakładu numeru (lub do części nakładu, ale bez podnoszenia ceny) zostanie dołączony dodatek bezpłatny (prezent), wówczas egzemplarze są sprzedawane w jednej: cenie detalicznej, stawce VAT i kodzie kreskowym, właściwych dla wydawnictwa, a w rozliczeniach obowiązuje szczególny moment powstania obowiązku podatkowego.

Wydawcy zobowiązują się jednak do składania oświadczenia Dystrybutorom (každorazowo, przed wprowadzeniem do sprzedaży), że rozliczą podatek VAT od dodatku dołączanego bezpłatnie zgodnie z nowelizacją ustawy o VAT, obowiązującą od 1.01.2008 r. (Dz. U. nr 192 z 19.10.2007 r.).

### **IV. Termin wprowadzenia zmian w życie.**

Z uwagi na konieczność dostosowania systemów informatycznych, wypracowane standardy organizacji sprzedaży i rozliczania wydawnictw z dołączanymi dodatkami zwiększającymi cenę wydawnictw mogą być zastosowane od numerów kierowanych do kolportażu od dnia **1.03.2008 r.**

### **V. Kampania informacyjna dla punktów sprzedaży.**

Bezwzględnie konieczne jest przeprowadzenie wspólnej, skoordynowanej akcji informacyjnej dla punktów sprzedaży o wprowadzanych zmianach. Akcja ta winna przybrać formę pisemną, ponawianą co najmniej dwukrotnie. Koszt przygotowania materiałów ponoszą IWP i dystrybutorzy, wg uzgodnionych udziałów. Stosowne informacje o zmianach zamieszczą także dystrybutorzy na własny koszt w swoich wewnętrznych informatorach, kierowanych do punktów sprzedaży.