

Notatka
ze spotkania przedstawicieli IWP i kolporterów
w dniu 19 listopada 2007 r.
w sprawie ustalenia zasad wzajemnych rozliczeń przy sprzedaży prasy wraz z gadżetami

W dniu 19 listopada 2007 r. w siedzibie Izby Wydawców Prasy odbyło się kolejne spotkanie wydawców i kolporterów prasy.

W spotkaniu uczestniczyli przedstawiciele Izby Wydawców Prasy oraz następujących firm kolporterskich: RUCH S.A., Kolporter S.A., HDS Polska Sp. z o.o. i Garmond Press S.A., Franpress Sp. zo.o. (lista obecności w załączeniu).

Celem spotkania było osiągnięcie lub zbliżenie się porozumienia wydawców i kolporterów w zakresie ustalenia zasad dostosowania sprzedaży prasy wraz z załączonymi do niej gadżetami do obowiązujących przepisów prawa podatkowego.

Przed ww. spotkaniem, w dniu 15 listopada 2007 r., przedstawiciele kolporterów przesłali do Izby Wydawców Prasy swoje zweryfikowane stanowisko w zakresie „**Kierunków zmiany dotychczasowej praktyki rozliczania dostaw czasopism z dołączonymi dodatkami w nakładzie dzielnym i jednolitym**”. Treść nowego stanowiska kolporterów przedstawiona w piśmie z 15 listopada 2007 r. różniła się od poprzedniej wersji pisma z 13 listopada 2007 r. tylko w trzech miejscach:

- a) w części II dotyczącej „założeń do zmiany systemu sprzedaży i rozliczeń dzienników” dodany został punkt 8 o następującej treści: *„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.”*
- b) niezależnie od powyższego, w części, o której mowa w punkcie a) zmianie uległ punkt 1. Po zmianie przedstawiciele kolporterów dopuścili możliwość nie łączenia dodatków w sposób trwały z papierowym grzbietem dziennika, wskazując jednocześnie, że w takim przypadku dodatki będą przekazywane do kolportażu oddzielnie z czasopismami.
- c) w części IV natomiast zmianie uległ przewidywany przez kolporterów termin, od którego możliwe będzie wdrożenie zaproponowanych wariantów. Wskazana w piśmie z 13 listopada 2007 r. data 1 kwietnia 2008 została przesunięta o miesiąc wstecz do 1 marca 2008 r.

Podsumowując zmiany wprowadzone przez przedstawicieli kolporterów do uprzednio prezentowanego stanowiska, można stwierdzić, że po dyskusji przeprowadzonej na spotkaniu 13 listopada 2007 r. przedstawiciele kolporterów poczynili tylko dwie modyfikacje uwzględniające postulaty wydawców, z których jedno (przesunięcie terminu wprowadzenia omawianych zmian z 1 kwietnia 2008 r. na 1 marca 2008 r.) nie do końca odpowiada oczekiwaniom wydawców.

Podczas spotkania przedstawiciele kolporterów po raz kolejny podnosili, iż wprowadzenie jakichkolwiek zmian do systemu rozliczeń lub organizacji sprzedaży prasy z dodatkami przed ww. terminem jest niemożliwe. Powodami takiej sytuacji jest konieczność wprowadzenia zmian w systemach informatycznych kolporterów, ale przede wszystkim konieczność wynegocjowania i wprowadzenia zmian do umów z sieciami i punktami sprzedaży. Te same dwie przeszkody zostały podniesione przez kolporterów jako przyczyna braku możliwości wdrożenia wariantu odnoszącego się do czasopism z dodatkami, a polegającego na sprzedaży dwóch towarów z dwiema odrębnymi stawkami VAT. Kolporterzy zwrócili również uwagę na to, że dotychczasowa praktyka stosowana we wzajemnych rozliczeniach wydawców i kolporterów w zakresie czasopism z dołączanymi gadżetami podporządkowana została również istnieniu tych samych podstawowych przeszkód. Stąd wprowadzenie jakichkolwiek bardziej znaczących zmian z dnia na dzień nie jest możliwe z przyczyn leżących po stronie kolporterów i współpracujących z nimi punktów sprzedaży.

Niezależnie od powyższego na spotkaniu w dniu 19 listopada 2007 r. uzgodniono, iż stanowisko kolporterów przedstawione w ich piśmie z dnia 15 listopada 2007 r. zostanie zmienione w następującym zakresie:

1. W części II odnoszącej się do założeń dotyczących organizacji sprzedaży i rozliczeń dzienników uzgodniono zastąpienie sformułowania z punktu 7 zastrzeżeniem, iż na dowolnym egzemplarzu gazety nie mogą być wydrukowane więcej niż dwie ceny detaliczne. Celem tej zmiany jest umożliwienie wydawcom sprzedawania kolekcji (np. książkowych czy filmowych) na obecnych zasadach dostępnych z danym tytułem przez okres np. jednego tygodnia, niezależnie od tego, że do każdego z numerów prasy dołączany jest gadżet. Wówczas cena egzemplarza książki czy filmu z kolekcji – nie jest drukowana na gazecie, lecz na książce lub filmie.
2. W tej samej części w punkcie 8 doprecyzowano, że poprzez sformułowanie, iż każdy dodatek winien posiadać „wyraźny napis, do jakiego dziennika należy go dołączyć” kolporterzy rozumieją również zamieszczenie samego logo dziennika, które pozwala w sposób nie budzący wątpliwości powiązać dany gadżet z określonym tytułem.
3. Ustalono, że założenia dotyczące organizacji i rozliczeń dzienników przedstawione w piśmie kolporterów z dnia 15 listopada 2007 r. z modyfikacjami opisanymi w punktach 1-2 powyżej mają charakter docelowy. Termin ich wprowadzenia w życie kolporterzy ostatecznie ustalili na 1 marca 2008 r.
4. W zakresie organizacji sprzedaży i rozliczeń sprzedaży czasopism i książek w nakładzie dzielonym kolporterzy, jak już zostało to zawzmiarkowane wyżej zadeklarowali, że nie są w stanie w przewidywalnym terminie wprowadzić wariantu polegającego na sprzedaży dwóch towarów, tj. czasopisma i gadżetu z właściwymi dla nich stawkami. Niemożność wprowadzenia tego wariantu kolporterzy tłumaczą przede wszystkim trudnościami sygnalizowanymi przez wielkie sieci handlowe. Zdaniem kolporterów istnieje bardzo duże prawdopodobieństwo tego, że kasjerzy nie zawsze będą wbijać dwa kody kreskowe umieszczone na czasopiśmie, a odnoszące się do dwóch towarów łącznie zafoliowanych. Takie działanie, w opinii kolporterów naraziłoby ich na straty. Ewentualna skuteczna edukacja kasjerów nie jest pomysłem realnym ze względu na to, że duże sieci handlowe często korzystają z pracowników wynajmowanych na godziny, nie mówiąc o tym, że zmagają się z dużą rotacją własnych pracowników. Dodatkowym czynnikiem, który eliminuje możliwość wdrożenia wariantu sprzedaży czasopisma z dodatkiem jako sprzedaży dwóch różnych towarów z właściwymi dla siebie stawkami VAT.
5. Wydawcy zasygnalizowali, że zależy im na wprowadzeniu wariantu tańszego, a więc takiego, który nie zmuszałby żadnego podmiotu uczestniczącego w łańcuchu sprzedaży do dokonywania ciągłych nadpłat w podatku VAT. Dlatego wariant dotyczący czasopism proponowany przez kolporterów, który w głównych założeniach de facto niczym nie różni się od rozwiązań przyjętych dla dzienników, uznaliby za przejściowy z propozycją przemyslenia przez kolporterów ewentualnego wprowadzenia wariantu sprzedaży czasopisma z gadżetem z dwiema różnymi stawkami VAT.
6. Możliwą datę wprowadzenia w życie wariantu opisanego w swoim piśmie z dnia 15 listopada 2007 r. kolporterzy określili również na dzień 1 marca 2008 r.
7. Ustalono, że Izba Wydawców Prasy przedyskutuje przebieg spotkania z kolporterami z 19 listopada 2007 r. na zebraniu Zarządu, które odbędzie się 22 listopada 2007 r. Po zebraniu Zarządu zostaną podjęte następne kroki w celu uzgodnienia stanowisk.
8. Na spotkaniu 19 listopada 2007 r. nie odnoszono się w ogóle do kwestii sprzedaży czasopism w tzw. wersji „exclusive” a także do sprzedaży prasy z nieodpłatnie załączonymi gadżetami w nakładzie jednolitym. W zakresie tych zagadnień są podstawy, żeby uznać, iż kolporterzy nie wnoszą zastrzeżeń do ich stosowania niezależnie od rozwiązań nad którymi dyskusja jeszcze trwa.
9. Tak jak to zostało ustalone poprzednio do czasu wprowadzenia zmian do wzajemnych rozliczeń dotyczących prasy z załączonymi gadżetami, kolporterzy będą przyjmować od wydawców nakłady na zasadach dotychczasowych.

Warszawa, 20 listopada 2007 r.

Notatkę sporządziła mec. Małgorzata Sobońska

W-2