

Warszawa, dnia 11 grudnia 2007 r.

Otrzymują:

Franpress Sp. z o.o.  
Garmond Press S.A.  
HDS Polska Sp. z o.o.  
„Kolporter” SA  
RUCH S.A.

Szanowni Państwo!

Konsultacje, jakie prowadzi Izba wśród wydawców, którzy w sposób masowy stosują praktyki dołączania gadżetów do tytułów prasowych wykazały zróżnicowane ich podejście do sposobu rozwiązywania zasad sprzedaży i rozliczeń tytułów z gadżetami na tle orzeczeń sądów administracyjnych, a także zmian w ustawie VAT w części dotyczącej określania wartości gadżetu.

Wstępne deklaracje wydawców odnoszące się do stosowania nowych zasad sprzedaży tytułów z gadżetami wskazują:

A. W zakresie dotyczącym organizacji sprzedaży i rozliczeń dzienników, w tzw. „nakładzie dzielnym”, znacząca większość wydawców opowiedziała się za przyjęciem poniższych zasad:

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. Na egzemplarzu gazety nie mogą być wydrukowane więcej niż dwie ceny detaliczne.
8. Każdy dodatek winien posiadać oznaczenie do jakiego tytułu należy go dołączyć. Oznaczenie takie powinno być zgodne z obecnymi dobrymi praktykami w tym zakresie, do których należy m.in. oznaczenie dodatku logo tytułu.

**B.** W zakresie dotyczącym organizacji sprzedaży i rozliczeń czasopism i książek w tzw. „nakładzie dzielonym”, znacząca część wydawców (w szczególności wydających czasopisma i dzienniki) opowiedziała się za przyjęciem poniższych zasad:

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,
2. Jeśli do nakładu są dołączane różne dodatki – każda część nakładu z innym dodatkiem będzie oznakowana i rozliczana jak w punkcie 1. 2.

Pewna część wydawców opowiedziała się za realizacją dotychczasowej formuły sprzedaży i rozliczeń czasopism z gadżetami w przypadku nakładu dzielonego, tj. że przy nakładzie dzielonym całość dostawy z gadżetem będzie opodatkowana stawką VAT 7% właściwą dla czasopism i rozliczana według szczególnego momentu powstawania obowiązku podatkowego.

**C.** Postanowienia pkt. A i B nie dotyczą w odpowiednim zakresie kolekcji, dla których cena musi być wydrukowana na poszczególnych egzemplarzach tej kolekcji, jeśli ich sprzedaż odbywa się we okresach dłuższych niż jeden cykl wydawniczy.

**D.** W zakresie innych form sprzedaży i rozliczeń gazet i czasopism w postaci dołączania gadżetów do całego nakładu lub w przypadku wystąpienia mutacji tego samego wydania tytułu prasowego ale różniącego się zawartością i ceną oraz dołączonym gadżetem, sprzedaż i rozliczenia pozostają na dotychczasowych zasadach.

Ponadto wydawcy przyjęli informację o wprowadzeniu przez kolporterów powyższych zmieniowanych standardów od 1 marca 2008 r.

Przedstawiając powyższe ustalenia, Izba będzie rekomendować swoim członkom propozycje przedstawione przez kolporterów w piśmie z dnia 15 listopada br. oraz ustalenia ze wspólnego spotkania w dniu 19 listopada, spisane w notatce z 20 listopada 2007.

Ponadto w związku z koniecznością przekazania naszym członkom pełnej informacji, na tle kierowanych do nas zapytań, zwracamy się z prośbą o pisemne wyjaśnienie przyczyn, dla których najwcześniejszym możliwym terminem wprowadzenia nowego systemu rozliczeń jest dzień 1 marca 2008 r.

Dodatkowo, Izba Wydawców Prasy zwraca się z uprzejmą prośbą o ponowne przemyślenie możliwości zastosowania przez kolporterów wariantu dla czasopism w nakładzie dzielonym najmniej kosztownego z punktu widzenia prawa podatkowego zarówno dla wydawców jak i kolporterów, a polegającego na przyjęciu do sprzedaży czasopisma z gadżetem, jako dwóch odrębnych towarów opodatkowanych właściwymi dla siebie stawkami VAT, przy czym kod kreskowy przypisany do każdego z tych towarów byłby wydrukowany na okładce czasopisma (co w przypadku insertu sprzedawanego łącznie z czasopismem oznaczałoby naniesienie na okładkę czasopisma dwóch oddzielnych kodów kreskowych). Z posiadanych przez nas informacji wynika, że wydawcy, aby ułatwić pracę kolporterom, byłiby skłonni deklorować obowiązek podatkowy od tej części nakładu dzielonego, która obejmowałaby czasopisma wraz z dołączonym gadżetem – na zasadach ogólnych.

Jeśli wprowadzenie ww. wariantu do systemu rozliczeń kolporterów nie jest możliwe w najbliższym czasie, zwracamy się z uprzejmą prośbą o wskazanie najbliższego możliwego terminu, w którym wprowadzenie takiego systemu rozliczeń byłoby możliwe.

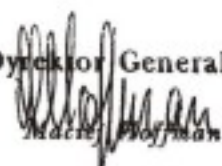
Izba Wydawców Prasy zwraca się o udzielenie odpowiedzi na powyższe pytania z uwagi na to, iż jest również zainteresowana, by, zgodnie z Państwa życzeniem stworzyć warunki do tego, żeby praktyka rozliczania dostawy prasy wraz z gadżetami była jak najbardziej jednolita a jednocześnie zgodna z przepisami prawa podatkowego. W związku z treścią Państwa ostatniego stanowiska, które Izba przedstawiła wydawcom powstają wśród nich pytania, dlaczego jedyny akceptowalny przez kolporterów sposób rozliczeń dostawy czasopism wraz z załączonymi gadżetami zmusza wszystkich uczestników obrotu do permanentnego nadpłacania podatku VAT, a więc do „dobrowolnego” ponoszenia dodatkowych znaczących kosztów na rzecz Skarbu Państwa.

W proponowanym przez Państwa modelu dodatkowe koszty ponoszone przez uczestników obrotu wynikają przede wszystkim z objęcia sprzedaży czasopism stawką 22% zamiast 7% oraz z przyspieszenia szczególnego momentu powstawania obowiązku podatkowego właściwego dla sprzedaży czasopism poprzez zrównanie go z obowiązkiem powstającym na zasadach ogólnych.

Mając powyższe na uwadze, zwracamy się z uprzejmą prośbą o odwrotne sformułowanie odpowiedzi na powyższe pytania, co pozwoliłoby Izbie bardziej przekonująco wyjaśniać i prezentować rekomendowane rozwiązania w zakresie sprzedaży czasopism z dołączonymi insertami.

Niezależnie od powyższego Izba Wydawców Prasy informuje, iż dążąc do ustalenia optymalnego modelu wzajemnych rozliczeń związanych ze sprzedażą czasopism z dołączanymi insertami, który godziłby ze sobą treść uregulowań prawnych, możliwości techniczne kolporterów oraz zdolność do ich wdrożenia przez uczestników obrotu detalicznego Izba Wydawców Prasy zamierza zwrócić się do Ministerstwa Finansów z sugestią wydania w tym zakresie interpretacji ogólnej. Ostateczna treść zapytania będzie gotowa w najbliższych dniach. Jak tylko projekt pisma będzie gotowy – Izba prześle go do Państwa wiadomości i uwagi.

Z wyrazami szacunku

Dyrektor Generalny  
  
Andrzej Wojcik