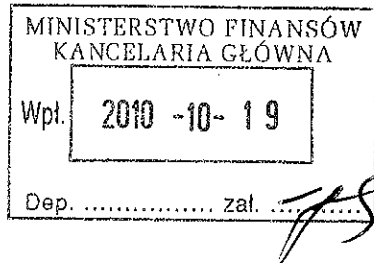




IZBA WYDAWCÓW PRASY

ul. FOKSAL 3/5
00-366 WARSZAWA
tel.: (0-48-22) 828 59 30 - 32,
fax: (0-48-22) 827 87 18
e-mail: info@izbaprasy.pl
NIP 525-15-72-357



Warszawa, dnia 15 października 2010 r.

Pan
Jacek Kapica
Podsekretarz Stanu

w Ministerstwie Finansów
ul. Świętokrzyska 12
00-916 Warszawa

Szanowny Panie Ministrze,

nawiązując do ustaleń poczynionych na spotkaniu w dniu 27 sierpnia 2010 r., w imieniu reprezentowanego przez Izbę ogółu Wydawców prasy, proponujemy przyjęcie poniżej opisanych kryteriów i wytycznych pozwalających na ustalenie zarówno samym Wydawcom jak i organom upoważnionym przez Ministra Finansów do wykonywania kontroli zgodności z prawem tego rodzaju przedsięwzięć, a co za tym idzie dokonywania przez wskazane podmioty rozstrzygnięć, czy dany konkurs wiedzy lub wiedzy-społecznościowy wypełnia znamiona pojęcia gry losowej w rozumieniu ustawy z dnia 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych [dalej: **ustawa o grach hazardowych**].

W pierwszej kolejności Izba pragnie zwrócić uwagę na to, iż w jej przekonaniu ustawa o grach hazardowych stwarza podstawy pozwalające przyjąć założenie, w myśl którego, aby dane przedsięwzięcie mogło być uznane za grę hazardową powinny zostać spełnione określone trzy cechy główne:

1. *Pierwsza cecha główna:* Przypadek jako zasadniczy czynnik decydujący o wygranej.
2. *Druga cecha główna:* Konieczność wykonania przez uczestnika świadczeń majątkowych na rzecz organizatora w zamian za szansę na wygraną o znacznej w stosunku do tych nakładów wartości.
3. *Trzecia cecha główna:* Celem organizacji gry jest osiągnięcie przez organizatora istotnych wpływów z gry, m.in. przez stosowanie mechanizmu gry zwiększającego szanse uczestnika na wygraną wraz ze wzrostem jego świadczeń majątkowych.

Cechy te powiązane są ściśle z podstawowymi dobrami, jakie zgodnie z przepisami ustawy o grach hazardowych, podlegają ochronie.

Jak zostało to podkreślone w treści rządowego uzasadnienia do projektu ustawy o grach hazardowych, „*Uzasadniony interes państwa w monitorowaniu i regulowaniu rynku gier hazardowych wynika również z zagrożenia uzależnieniem od hazardu. Pojęcie hazard ma szerokie znaczenie. Jest ono kojarzone z aktywnością, której wynik zależy wyłącznie od przypadku. Osoby uprawiające hazard, mimo braku kontroli nad biegiem wydarzeń, zawierają losowi ich wynik, z nadzieją wygranej. Wydatki polskiego społeczeństwa na gry hazardowe stale rosną. Utrata kontroli nad uprawianiem hazardu charakteryzuje się brakiem odczuwalnych (somatycznych) objawów, które mogłyby pomóc w jego diagnozie. Patologiczny hazard został podniesiony do rangi osobnego zaburzenia psychicznego, zdefiniowanego jako 'zaburzenie polegające na często powtarzającym się uprawianiu hazardu, który przeważa w życiu człowieka ze szkodą dla wartości i zobowiązań społecznych, zawodowych, materialnych i rodzinnych.'* (...) *Problemy osobiste będące następstwem hazardu przynoszą uszczerbek na zdrowiu psychicznym (depresje), skutkują wyalienowaniem społecznym uzależnionych osób, współuzależnieniem bliskich, kosztami finansowymi (zadłużeniem, bankructwem, utratą dochodów). Koszty społeczne i ekonomiczne tego uzależnienia ponoszą nie tylko rodziny hazardzistów, czy ich pracodawcy, ale całe społeczeństwo. Państwo nie może pozostać obojętne wobec zagrożeń wyphywających z dostępności hazardu i ryzyka uzależnienia od niego swoich obywateli. Zagrożenie to jest na tyle wysokie, że niezbędne jest podjęcie radykalnych działań i zastosowanie ograniczeń dotyczących tej branży*”.

W świetle wymienionych na wstępie cech głównych charakteryzujących grę losową, zarówno katalog dóbr podlegających ochronie, jak i cele realizowane przez Wydawców prasy leżące u podstaw organizowania przez nich konkursów wiedzy, czy wiedzowo-społecznościowych, wykluczają możliwość zaliczenia takich właśnie przedsięwzięć do kategorii gier losowych. Oczywiście, przy założeniu, że rzeczywiście w konkretnym przypadku nie są realizowane wymienione wyżej główne cechy charakteryzujące grę losową.

Mając to na uwadze, Izba Wydawców Prasy proponuje przyjąć następujące definicje konkursu wiedzy oraz wiedzowo-społecznościowego, od których wypełnienia zależeć będzie możliwość ich wykluczenia z kategorii gier losowych.

* * *

Konkurs wiedzy – czytelnik uczestniczy w konkursie posiadającym swój regulamin i wykonuje określone, wynikające z konkursu zadanie intelektualne ogłoszone na łamach gazety. Przyjmując wąski zakres realizacji tego zadania, procedowanie w konkursie polegać ma na zadaniu realnie trudnego pytania, które dotyczy faktów z określonej dziedziny wiedzy zależnych od tematu konkursu lub faktów powszechnie znanych, lecz nie oczywistych. Prawidłowa odpowiedź związana z wykonaniem zadania wymaga od uczestnika konkursu posiadania stosownej wiedzy lub kompetencji intelektualnych. Odpowiedź przekazywana jest do Redakcji lub Wydawcy. Sposób przekazania odpowiedzi może być różny np.: za pomocą wiadomości SMS, telefonicznie lub listownie. Nagrody przyznawane są tym uczest-

nikom, którzy odpowiedzieli prawidłowo na pytanie. Możliwe jest również wskazanie przez uczestnika, którą spośród kilku lub wielu nagród czytelnik jest zainteresowany, jeżeli przewiduje to formuła danego konkursu. Redakcja lub Wydawca spośród czytelników – uczestników konkursu, którzy udzielą prawidłowej odpowiedzi losuje osoby, które otrzymują nagrody lub laureatami konkursu zostają czytelnicy, którzy jako pierwsi udzielą prawidłowych odpowiedzi (ich ilość określa regulamin towarzyszący konkursowi).

Konkurs wiedzy – społecznościowy – czytelnik wykonuje określone zadanie konkursu o różnorodnej tematyce (np. dotyczące wydarzenia kulturalnego, marki produktu lub producenta). Przy realizacji takiego konkursu możliwe jest dwojaki rozwiązanie:

1. zadanie jest publikowane na łamach gazety

Sposób przekazania odpowiedzi przez czytelnika może być różny, np. za pomocą wiadomości SMS, telefonicznie lub listownie.

2. zadanie jest przekazywane czytelnikowi dopiero po nawiązaniu kontaktu telefonicznego lub poprzez SMS

Uczestnik konkursu powinien zadzwonić lub wysłać SMS do Redakcji lub Wydawcy. Zadanie przekazywane jest czytelnikowi w trakcie połączenia telefonicznego i w ten sam sposób czytelnik przekazuje odpowiedź. Jeżeli stosowany jest SMS wówczas tą drogą przekazywane jest zadanie oraz odpowiedź czytelnika.

W obydwu przypadkach, jeżeli przewiduje to formuła danego konkursu, możliwe jest również wskazanie, którą spośród wielu nagród czytelnik jest zainteresowany. Redakcja lub Wydawca spośród czytelników, którzy udzielili prawidłowych odpowiedzi losuje osoby, które otrzymują nagrody.

* * *

Co niezwykle istotne, w każdym przypadku, dla wykluczenia możliwości zaliczenia danego konkursu wiedzy, czy wiedzy – społecznościowego do kategorii gier losowych, niezbędne jest jednoczesne spełnienie trzech podstawowych kryteriów.

Po pierwsze, dla uznania, iż w danym przypadku nie mamy do czynienia z grą losową niezbędne jest wprowadzenie mechanizmu, w którym dla uzyskania wygranej przez uczestnika konkursu konieczne jest wykonanie przez niego zadania wymagającego od niego rzeczywistego wkładu o charakterze innym niż tylko majątkowy. Przy czym, ewentualne włączenie do regulaminu konkursu czynności losowania (a więc elementu zależnego od przypadku) jako sposobu przyznawania ograniczonej ilości nagród wśród uczestników konkursu, którzy sprostali zadaniu konkursowemu w takim samym stopniu, nie przesądza samo przez się o konieczności zakwalifikowania konkursu do kategorii gier losowych. Wkład uczestnika, o którym mowa wyżej, może mieć różny charakter: intelektualny (wiedza, bystrość,

umiejętności taktyczne, umiejętność logicznego myślenia, znajomość określonej dziedziny wiedzy, orientacja w bieżących wydarzeniach naukowych, politycznych, kulturalnych, sportowych etc.), sprawnościowy (szybkość reakcji, refleks), prospołeczny bądź twórczy (napisanie najciekawszej recenzji, przedstawienie najbardziej interesującej opinii, stworzenie najbardziej nośnego hasła lub napisanie wiersza). Należy uznać, że omawiany „inny niż majątkowy wkład uczestnika” nie występuje w sytuacji, gdy organizator stawia mu do dyspozycji narzędzie pozwalające na realizację zadania intelektualnego bez wysiłku poprzez udostępnianie podpowiedzi, czy gotowych algorytmów. Jednak nie jest udostępnieniem takich narzędzi sama konieczność gruntownego zapoznania się z tekstami redakcyjnymi na temat, którego dotyczą pytania, jeżeli organizator nie wskazuje wprost, gdzie szukać odpowiedzi.

Po drugie, nakłady majątkowe ponoszone przez uczestnika konkursu na potrzeby wzięcia w nim udziału nie mają charakteru istotnego (co oznacza, że proporcja wartości jego świadczenia do wartości oferowanej wygranej nie powinna mieć charakteru znikomego) a także Wydawcy lub Redakcji organizującej konkurs nie przyświeca idea działania w celu wygenerowania istotnych wpływów z tytułu samego konkursu. Przy czym, w takim przypadku niezbędne jest przyjęcie założenia, że nawet ewentualne wysokie wpływy Wydawcy z organizacji konkursu nie będą przesądzać o jego zarobkowym charakterze w sytuacji, gdy koszty jego organizacji (w tym w szczególności koszty nabycia nagród oraz koszty obsługi technicznej konkursu) również okażą się wysokie (porównywalne z osiąganymi wpływami).

Po trzecie, organizując konkurs wiedzy lub wiedzy – społecznościowy Wydawca lub Redakcja realizuje w miejsce czysto majątkowego, przede wszystkim inne cele, takie jak badanie opinii społecznej, preferencji czytelników, budowanie grup zainteresowań czy też grup lojalnościowych.

Powyższe kryteria, w połączeniu z określeniem głównych cech konkursów wiedzy i wiedzy – społecznościowych organizowanych od dawna przez Wydawców lub działające w ich obrębie poszczególne Redakcje, pozwolą z jednej strony uniknąć stanu niepewności organizatorów takich konkursów, co do poprawności prawnej podejmowanych przez siebie przedsięwzięć, a z drugiej strony, wydaje się, że są w stanie zapobiec obchodzeniu obowiązujących przepisów prawa.

Na koniec pragniemy nawiązać do pisma Pana Ministra z 15 lipca 2010 r., w którym zostało zawarte m.in. stwierdzenie, iż w odniesieniu do pozostałych konkursów organizowanych przez Wydawców (w tym miejscu nastąpiło ich wyliczenie w nawiązaniu do treści wniosku z dnia 20 maja 2010 r. złożonego przez Izbę Wydawców Prasy), **wykładnia celowościowa oraz cele społeczne, w tym edukacyjne przesądzają o tym, iż nie są one grami losowymi.**

Izba zgadza się w tym fragmencie w całej rozciągłości ze stanowiskiem Pana Ministra, tym bardziej, że wskazanie na konieczność dokonania wykładni celowościowej przepisów ustawy o grach hazardowych z uwzględnieniem celów społecznych, w tym edukacyjnych w odniesieniu do poszczególnych przedsięwzięć organizowanych przez wydawców prasy jest w istocie sednem problemu, jaki Izba starała się odzwierciedlić w składanym przez siebie wniosku z 20 maja 2010 r.

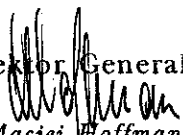
Nie ulega wątpliwości, iż jednym z celów funkcjonowania rynku wydawniczego jest realizacja celów społecznych. Funkcją prasy jest przede wszystkim informowanie, a poprzez wzrost czytelnictwa prasy wzrasta ogólny poziom wiedzy społeczeństwa na tematy bieżące. W tym względzie prasa z jednej strony urzeczywistnia prawo obywateli do ich rzetelnego informowania, do czego zobowiązuje ją art. 1 ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe, z drugiej zaś współuczestniczy w realizacji celów określonych wprost w przepisach Konstytucji RP. Mowa tu przede wszystkim o współdziałaniu prasy w tworzeniu warunków dla upowszechnienia i równego dostępu do dóbr kultury, będącej źródłem tożsamości narodu polskiego, jego trwania i rozwoju (art. 6 ust. 1 Konstytucji RP).


Dzięki prasie społeczeństwo jest integrowane wokół wspólnych spraw i wartości, a tym samym również jego zaangażowanie w określone sprawy, wzrasta także świadomość społeczna i poczucie obywatelskiej wspólnoty, promowane jest poszanowanie tradycji, stwarzana jest również podstawa dla wymiany poglądów i wzrastania nowych idei.

Z drugiej strony, ponieważ tego rodzaju przedsięwzięcia, ze względu na masową dostępność prasy, organizowane są przez Wydawców na szeroką skalę i w zasadzie na bazie codziennej, dokonanie pilnej wykładni przepisów mogących budzić poważne wątpliwości jest wręcz koniecznością. W świetle powyższych argumentów, a także niejasnego zapisu art. 2 ust. 1 ustawy o grach hazardowych, niezbędne jest doprecyzowanie, jakie wymagania stawiane są przed Wydawcami, jeśli chodzi o przestrzeganie ustawy o grach hazardowych. Zwłaszcza, konieczne wydaje się jasne określenie rozumienia zwrotu „w szczególności” w art. 2 ust. 1 ustawy o grach hazardowych. W ten sposób należałoby wskazać, jakie jeszcze elementy, poza zależnością wyniku gry od przypadku, wpływają na uznanie danego rodzaju przedsięwzięcia za grę losową. Stąd, niniejszy apel Izby, który kieruje ona pod adresem Pana Ministra z prośbą o rozważenie zawartych w niej propozycji dotyczących wykładni przepisów ustawy o grach losowych.

Z tego punktu widzenia, dla potrzeb zahamowania procesu pogłębiania się rozbieżności interpretacyjnych, a przez to stosowanych praktyk, w opinii Izby, najlepszym instrumentem, który mógłby zostać wykorzystany przez Pana Ministra w celu uporządkowania zagadnień związanych z kryteriami przesądzającymi o zaliczeniu poszczególnych rodzajów przedsięwzięć do kategorii gier losowych, o których mowa w art. 2 ustawy o grach hazardowych, byłoby wydanie urzędowej interpretacji o charakterze ogólnym w oparciu o art. 14a ustawy Ordynacja podatkowa jako, że naturalną konsekwencją kwalifikowania poszczególnych działań wydawców do gier losowych jest nakładanie na nich obowiązku podatkowego w zakresie podatku od gier. Jeśli z jakichś względów ten instrument prawny zostałby uznany przez Pana Ministra za niewłaściwy lub niewystarczający, wydaje się, że użytecznym narzędziem o charakterze interpretacyjnym mógłby okazać się pisemny zbiór zaleceń skierowany do organów kontrolnych w zakresie kryteriów, które organy te powinny brać pod uwagę przy ocenie przedsięwzięć o charakterze opisanym w niniejszym piśmie, bądź do niego zbliżonym.

Z wyrazami szacunku,

Dyrektor Generalny

Maciej Hoffman

PREZES IWP

Wiesław Podkański