



IZBA WYDAWCÓW PRASY

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

Warszawa, 7 grudnia 2012 r.

Pan
Marcin Szczepanik
Dyrektor Biura Filatelistyki i Handlu
Poczta Polska SA
ul. Stawki 2
00-940 Warszawa

Szanowny Panie Dyrektorze!

Zgodnie z ustaleniami po sierpniowym spotkaniu przedstawicieli Poczty Polskiej z Zarządem Izby, na tle realizowanej strategii rozwoju Poczty w zakresie prenumeraty i sprzedaży egzemplarzowej prasy, podjęta została współpraca, której celem było m.in. wypracowanie zasad tej współpracy przy realizacji prenumeraty i sprzedaży egzemplarzowej. Oczekiwania jak i zastrzeżenia nasze do przedstawianego projektu umowy przedstawiliśmy Panu Dyrektorowi w piśmie z 5 września br.. Przedstawiliśmy również kandydatów do wspólnych zespołów roboczych ds. dzienników i czasopism. Zespoły te rozpoczęły prace w październiku i ich efektem pierwszym było wypracowanie definicji i zasad do porozumienia z wydawcami oraz założeń do umów. Poczta Polska, mimo prowadzonych rozmów, wypowiedziała umowy wydawcom na realizację prenumeraty, które to działanie wzbudziło zaskoczenie wydawców i wymagało ze strony Izby wielu wyjaśnień związanych z zastosowaną procedurą przez Poczta jak i też gwarancji ze strony Izby, że uczestniczymy w przygotowaniu nowych zasad współpracy z wydawcami, uwzględniając dotychczasowe warunki współpracy Wydawca-Poczta.

Izba, 27 listopada br. przedstawiła uwagi do umowy na czasopisma, które jednak w większości nie zostały uwzględnione w nowym projekcie, ale też nie przedstawiono nam stosownego uzasadnienia, które Izba mogłaby udostępnić wydawcom, którzy jako podmioty umowy indywidualnie negocjują warunki umowy.

W dniu 29 listopada otrzymaliśmy od Pani Hanny Maselewskiej projekt umowy na dzienniki z prośbą o uwagi do 5 grudnia, na który to termin byliśmy umówieni z Panią Lidią Nowak na rozmowy nad projektem powyższej umowy w grupie roboczej dzienników. Z nieznanym nam przyczyn spotkanie to zostało odwołane. W związku z powyższym przesyłam uwagi do projektu umowy (zaznaczone w trybie zmian).

Analiza umowy na czasopisma wykazała, że Poczta Polska zawłaszcza sobie prawo do pojęcia prenumeraty i staje się jej beneficjentem, gdyż przejmuje podstawowe zobowiązanie wynikające z usługi prenumeraty jaką jest przedpłata, rozliczając się z wydawcą dopiero po zamknięciu okresu prenumeraty czyli po dostawie – przekazaniu wydawnictwa prenumeratorowi.

Poczta w sposób nieuprawniony stając się beneficjentem przedpłaty na prenumeratę, pozostawia wszystkie zobowiązania na wydawcy. Takie rozwiązanie jednostronnie korzystne dla Poczty może podważać obowiązujące przepisy prawa podatkowego jak i ochrony konkurencji, a także nie bez wpływu pozostaje na ofertę prenumeraty dla czytelników.

W związku z powyższym, należy przyjąć na potrzeby umowy obowiązującą definicję terminu „prenumerata”, która wyróżnia ją ze względu na swoją specyfikę spośród innych umów sprzedaży, wg brzmienia „... ***Prenumerata** – jest to umowa sprzedaży prasy, w którym prenumerator płaci z góry za otrzymanie określonej liczby egzemplarzy kolejnych wydań tytułu prasowego w ustalonym okresie prenumeraty, w zamian za gwarancję ciągłości jego otrzymywania. Zbonifikowana przez wydawcę zapłata za prenumeratę (przedpłata) ma charakter jednorazowy i ostateczny....*”. Przyjęcie tej definicji pozwoli sformułować zapisy umowy w ten sposób, że uwzględnione zostaną elementy podmiotowe dla tego rodzaju umowy jak:

- bonifikata w postaci niższej ceny jednostkowej,
- dostawa pod wskazany adres,
- gwarancja otrzymywania we wskazanym terminie,
- ewentualne dodatkowe świadczenia.

W związku z powyższym, że do projektu umowy wprowadzona została definicja prenumeraty, w konsekwencji której należy przyjąć zapis w par.8 dający wydawcy prawo do wystawienia faktury VAT na przedpłatę otrzymaną przez Poczta na prenumeratę tytułu prasowego na warunkach uzgodnionych przez strony umowy. Również przedmiot umowy określony w par. 2 musi być zgodny z przyjętą definicją, co zostało zaznaczone w ust. 1, ale również przy zobowiązaniach Komisantów i Komitentów i gwarancjach dla prenumeratora, w tym terminów i warunków dostawy dla prenumeratora, wynikających z przyjęcia ustalonego przez strony pierwszego dnia sprzedaży.

Ponadto zaproponowano możliwość przyjęcia jednego z dwóch modeli reklamacyjnych, uwzględniających różnorodność i specyfikę postępowania wydawcy w zakresie rozliczenia braków ilościowych lub jakościowych.

Dbłość o utrzymanie równowagi stron umowy wymagała zmiany zapisu ust. 1 par. 6 w taki sposób, aby Wydawca miał prawo naliczenia kary tak jak Poczta Polska do obciążenia Wydawcy za poniesione koszty w przypadku opóźnień lub innych przyczyn dezorganizujących dostawę prenumeraty.

Biorąc pod uwagę przepisy ustawy VAT a także przejrzystość rozliczeń oraz zasadę, iż inserty grupy A będące integralną częścią tytułu prasowego są rozliczane w ramach ustalonego stałego wynagrodzenia prowizyjnego, przyjęto, że inserty grupy B, C i D będą realizowane przez Poczta Polską na warunkach osobnego porozumienia i rozliczane poza wynagrodzeniem opisanym w ust. 1 par. 8.

Różne sposoby prowadzenia rozwiązań finansowych i podatkowych u wydawców wymagają również stworzenia możliwości ustalenia wynagrodzenia kwotowego, co znalazło miejsce w doformułowaniu zapisu ust. 1 par. 8.

Naszym zdaniem przyjęta przez Poczta Polską formuła algorytmu, którego podstawą jest średnia waga wydawnictwa prasowego i przyjęcie, iż za jej przekroczenie Poczta będzie oczekiwać dodatkowego wynagrodzenia prowizyjnego, wprowadzi dodatkową niepotrzebną kosztowną biurokrację. Stąd też proponujemy przyjęcie zasady równowagi Stron umowy i uznania, że przekroczenie średniej wagi przez wydawcę jest związane z należnością dla Poczty, tak i nieosiągnięcie średniej wagi skutkuje zmniejszeniem zobowiązania wydawcy, które to zobowiązania i należności będą po okresie próbnym rozliczane od 2014 roku i odnosić się będą do przepisów ustaw podatkowych wchodzących w życie od 1 stycznia 2014 roku.

Nie jest do przyjęcia zapisany w ust. 8 pkt. 4 par. 8 sposób rozliczania wynagrodzenia w przypadku zmiany stawki podatku VAT. Zaproponowany sposób rozliczenia zmiany wynagrodzenia Poczty o taką samą liczbę punktów procentowych o ile zmienia się stawka podatku VAT powoduje nienależny wzrost wynagrodzenia przy zakładanej neutralności VAT. I tak np.: przy zakładanej cenie czasopisma 5 zł brutto, prowizji 35% i stawce VAT – 8%, wartość wynagrodzenia dla Poczty wynosi 1,61 PLN. Jeśli stawka VAT wzrośnie z 8 do 13%, to jest o 5%, to prowizja wzrośnie do 40% i wynagrodzenie będzie wynosić 1,74 PLN. Biorąc powyższe pod uwagę sformułowaliśmy zapis zakładający neutralność wynagrodzeń przy zmianie stawki VAT.

Zgodnie z art. 3 Ustawy Prawo prasowe z 26 stycznia 1984 r. (Dz.U. nr 5, poz. 24) pracownik kolportażu nie może ograniczać ani utrudniać rozpowszechniania dzienników i czasopism

z powodu linii programowej albo treści. Biorąc również pod uwagę zapisy rozdziału 7 wspomnianej Ustawy, działalność Poczty Polskiej w zakresie zapisów ust. 6 par. 9 jest ograniczona przepisami prawa, zaś umocowanie umowne opisane w tym ustępie musi poprzedzać uzasadniona przyczyna odmowy przyjęcia nakładu do dystrybucji. W związku z tym proponujemy uzupełnienie zapisu ust. 6 o pkt. 5 wg treści:

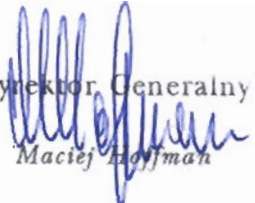
„...5. Odmowa przyjęcia nakładu musi być poprzedzona wiarygodnym uzasadnieniem przedstawionym wydawcy tytułu prasowego. ...”

Przedstawiając powyższe uwagi i propozycje zmian liczymy, że ich przyjęcie będzie służyło utrzymaniu partnerskiej współpracy Wydawców z Poczta Polska i rozwojowi prenumeraty jak i współpracy w zakresie sprzedaży egzemplarzowej. Pragnę podkreślić, że zgłoszone uwagi i propozycje są sumą propozycji i uwag wydawców, którzy będą negocjować ~~szczegóły~~ umowy w bezpośrednich rozmowach z Poczta Polska.

W związku z wcześniejszym zgłoszeniem uwag do umowy czasopism, które przesłaliśmy Państwu a także odwołanie przez Panią Lidię Nowak umówionego spotkania na dzień 5 grudnia w sprawie rozmów dot. umowy dla dzienników, uniemożliwiło nam ~~szersze przedstawienie~~ naszych argumentów dotyczących modelu współpracy, ale też poznanie stanowiska Poczty Polskiej odrzucającej w większości propozycje zmian do umowy dla czasopism, której znaczna część zapisów jest tożsama z zapisami umowy dla dzienników.

Dlatego też, biorąc pod uwagę ~~interesy~~ Stron a ~~szczególnie~~ prenumeratorów, liczę iż Poczta Polska odniesie się merytorycznie do przedłożonych uwag i propozycji w najbliższym czasie.

Z wyrazami szacunku,

Dyrektor Generalny

Maciej Hoffmann