

Vážený pan  
Mgr. Bohuslav Sobotka  
předseda vlády České republiky  
nábřeží Eduarda Beneše 4  
118 00 Praha 1 – Malá Strana

Cc: MVDr. Pavel Bělobrádek - místopředseda vlády  
Ing. Andrej Babiš – ministr financí  
Mgr. Daniel Herman – ministr kultury  
PhDr. Marcel Chládek – ministr školství, mládeže a tělovýchovy  
Ing. Václav Votava – předseda rozpočtového výboru Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR  
prof. RNDr. Jiří Zlatuška, CSc – předseda výboru pro vědu, kulturu, mládež a tělovýchovu Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR

V Praze dne 27. března 2014

Vážený pane předsedo vlády,

vydavatelé periodického tisku vítají iniciativu nové vlády ČR směřující ke snížení sazby DPH pro některé nezbytné výrobky a služby, jak je uvedeno ve vládním programu nové vládní koalice vzniklé po parlamentních volbách v roce 2013. To se týká zejména závazku vlády usilovat o schválení změn daňových zákonů od 1. ledna 2015, které by přineslo snížení sazby DPH na léky, knihy, dětské pleny a nenahraditelnou dětskou výživu.

Chtěli bychom při této příležitosti zdůraznit, že ve vyspělých zemích je za komoditu, která je řazena mezi ty, pro něž platí nejnižší možná sazba DPH, řazen také periodický tisk. Proto jsme toho názoru, že by vláda měla usilovat také o snížení DPH na prodej periodického tisku stejně jako v případě výše uvedených komodit.

Deníky a časopisy jsou prostředkem, který ve společnosti plní řadu významných úloh jako šíření základní informovanosti, osvěty, kultury, politické a mediální gramotnosti. Velkou úlohu hraje také při budování aktivních občanských postojů, demokratického přesvědčení a hodnot obyvatel, zejména pak mladších věkových skupin. To jsou důvody, proč je tisk v demokratických společnostech považován za nenahraditelný a je mu také přiznáváno zvláštní postavení mimo jiné prokazované také zohledněním z hlediska výše sazby DPH při jeho prodeji, která je v řadě zemí dokonce nulová, neboť politické reprezentace vyspělých států si uvědomují, že svobodný a obsahově i ekonomicky nezávislý tisk v mnoha ohledech plní roli, kterou by jinak musel plnit stát. Považujeme za potřebné upozornit, že postavení a úloha periodického tisku je ze společenského hlediska velice podobná knihám.

Jak je patrné, zaslouží si tisk zvláštního jednání při posuzování jeho daňového zatížení. Je třeba upozornit také na to, že ekonomická situace vydavatelů tisku je v současné době celkově velmi složitá. Vydavatelé musí čelit dvěma trendům, které vytváří stále větší tlak na jejich podnikání. Prvním trendem je pokles inzertních příjmů ovlivněný současnou finanční a ekonomickou krizí a následnou stagnací, kdy většina nejdůležitějších inzerentů omezuje nebo restrukturalizuje své reklamní výdaje. Druhým negativním trendem je pokles prodeje tisku, patrný zejména u denního tisku, který je důsledkem odlivu čtenářů k elektronickým médiím a změn v životním stylu obyvatel. Zvyšování redukované sazby DPH praktikované předchozími vládami se na situaci vydavatelů tisku a vlastním tiskovém trhu projevilo negativně také nárůstem cen periodického tisku vyvolávajícím pokles jeho prodeje. S tím souvisí i vydavateli neovlivnitelné rozhodnutí ČNB o změně kurzu koruny vůči Euru. V naší republice nepůsobí žádný výrobce novinového papíru, který musí vydavatelé nakupovat v zahraničí.

Chtěli bychom také upozornit, že i přes skutečnost, že vlády téměř všech evropských zemí musely v posledních letech řešit obtížnou situaci v oblasti veřejných rozpočtů, žádná z těchto zemí podle našich informací nepřistoupila ke zvýšení sazby DPH za prodej periodického tisku, podobně jako knih a DPH za prodej tisku tam zůstala zachována na nejnižší úrovni. Zde stojí za připomenutí postoj Francie, která dokonce provádí kroky k zařazení placené distribuce obsahu periodik v digitální formě do pásma snížené sazby DPH, přesto, že tak překračuje limity dané v současnosti platnou evropskou směrnicí o DPH.

Dovolujeme si přehledně shrnout hlavní důvody, proč by měla být sazba DPH při prodeji tisku vzhledem k jeho úloze a významu ve společnosti na co nejnižší úrovni a neměla by být vyšší než u ostatního zboží, kterému je tato nejvyšší výhoda poskytována:

#### A) kulturní

- periodický tisk je levným a přístupným prostředkem šíření gramotnosti, osvěty a vzdělání,
- periodický tisk je důvěryhodným a tradičním prostředkem, jehož prostřednictvím jsou obyvatelé seznamováni na solidní úrovni s nejrůznějšími aspekty společenského života, proto je v zájmu státu i celé společnosti, aby periodický tisk byl co nejrozšířenější a nejprístupnější, což předpokládá nízkou a stabilní cenu, která je dosahována i nízkým zdaněním při prodeji tisku,
- periodický tisk přináší konkrétní informace a rady pro řešení různých životních situací a napomáhá v orientaci v nich, a tím nahrazuje některé funkce státu a jiných složek společnosti, které by jinak kladly finanční nároky na veřejné výdaje. Z tohoto pohledu také tisk vzhledem ke své přijatelné ceně slouží zejména nízkopříjmovým vrstvám obyvatelstva,
- má-li být zachována pluralita tisku a v něm publikovaných názorů, je třeba, aby tisk byl co nejlevnější a cena neomezovala vydávání co nejširšího spektra titulů,
- je zvláště žádoucí, aby se s obsahem tisku mohla seznamovat mládež, která patří k vrstvě s nejnižšími příjmy.

#### B) politické

- tisk vytváří pluralitu názorů a postojů a tím napomáhá k výchově k demokratickým hodnotám,
- tisk přináší informace z oblasti politiky a podporuje vytváření názorů obyvatel a jejich politického vědomí – z obou uvedených důvodů je vhodné, aby tisk byl co nejprístupnější a tím i co nejlevnější.

Nelze přehlédnout ani další důležité aspekty toho, proč by měl mít tisk výjimku z daňového hlediska:

#### C) mezinárodní

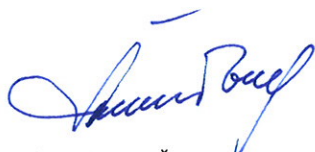
V roce 2009 Rada Evropy přijala návrh Evropské komise týkající se DPH na některé kulturní statky a v související debatě o budoucí kulturní politice byla zdůrazněna potřeba stanovení snížené sazby DPH na všechny kulturní statky bez ohledu na způsob jejich distribuce.

#### D) ekonomický

- tisk se nachází na mediálním trhu v konkurenci dalších médií, z nichž část je poskytována zdarma (televize, rozhlas, větší část volně přístupného internetového obsahu), tudíž tato média:
  - mají nulovou cenou konkurenční výhodu vůči tisku,
  - v důsledku nulové ceny pro spotřebitele nejsou při distribuci svého obsahu zatížena žádnou daní.

Věříme, že naše argumenty u Vás najdou pochopení, jsme kdykoli připraveni je obhájit i při osobním setkání.

S pozdravem



Ing. Jozef Šabl'a  
ředitel Unie vydavatelů



Ing. Lucie Kočí  
prezidentka Unie vydavatelů

Příloha:

Uplatnění snížených sazeb DPH členských států na kategorie zboží uvedené v příloze 3 směrnice o DPH 2006/112/EC - překlad