

Komunikat 6/2021:

„Składka” od reklam: oceniamy kolejny podatek sektorowy

Synteza:

- Forum Obywatelskiego Rozwoju wzięło udział w „pre-konsultacjach” projektu ustawy o dodatkowych przychodach Narodowego Funduszu Zdrowia, Narodowego Funduszu Ochrony Zabytków oraz utworzeniu Funduszu Wsparcia Kultury i Dziedzictwa Narodowego w Obszarze Mediów.
- W ocenie FOR prace nad tym projektem powinny zakończyć się na etapie „pre-konsultacji”, a obciążający media podatek sektorowy od reklam nie powinien być przedmiotem dalszych prac legislacyjnych.
- Proponowana „składka” to kolejny już podatek sektorowy, który będzie komplikować i tak już skomplikowany system podatkowy. Zamiast wprowadzania kolejnych podatków sektorowych należy uprościć i zreformować system podatków powszechnych i to, a nie tworzenie nowych „składek” na NFZ, kulturę i renowację zabytków, powinno być priorytetowym zadaniem Ministerstwa Finansów.
- Choć uważamy, że projekt nie powinien być dalej procedowany, to gdyby do tego doszło należy zmienić jego nazwę np. na „ustawa o podatku od reklam”, ponieważ obecny tytuł jest mylący.
- Wiele problemów w obszarze kultury w czasach pandemii, które chcą ustawą rozwiązywać jej autorzy, już teraz jest rozwiązywanych przez podmioty z sektora prywatnego, w tym prywatne media. Nie potrzeba do tego dodatkowego funduszu.
- Różnicowanie stawek podatkowych w zależności od typu reklamowanego produktu to przejaw nadmiernego paternalizmu państwa. Autorzy nie przedstawiają żadnych dowodów, dlaczego akurat wyroby medyczne (np. prezerwatywy czy termometry) albo słodkie napoje (ale już nie słodkie przekąski) miałyby być obciążane podwyższoną stawką.
- Wprowadzane przepisy mogą naruszać unijne reguły dotyczące pomocy publicznej i zaburzać konkurencję na rynku podmiotów medialnych, faworyzując podmioty sprzyjające jednej opcji politycznej.
- Nie ma uzasadnienia dla „wrzutki” do ustawy, która podwyższa limity czasu antenowego przeznaczanego na audycje i utwory wytworzone w języku polskim z 33% do 49%. Już istniejące limity w ustawie o KRRiT powinny zostać zniesione. To właściciele i konsumenci treści medialnych, a nie politycy, powinni decydować o tym, co pojawia się w mediach.
- Politycy nie powinni tworzyć kolejnego funduszu zajmującego się „wsparciem kultury i dziedzictwa narodowego w obszarze mediów”, a dodatkowych środków na ochronę zdrowia czy renowację zabytków można poszukiwać redukując inne, mało efektywne wydatki państwa.

1. Tytuł ustawy

Na wstępie krytycznie należy ocenić samą nazwę ustawy. Pod przykrywką generowania „dodatkowych przychodów” Narodowego Funduszu Zdrowia i Narodowego Funduszu Ochrony Zabytków, oraz stworzenia Funduszu Wsparcia Kultury i Dziedzictwa Narodowego w Obszarze Mediów ukrywa się wprowadzanie nowej daniny publicznej. Choć uważamy, że projekt nie powinien być dalej procedowany, to gdyby do tego doszło należy zmienić jego nazwę np. na „ustawa o podatku od reklam”.

Dodatkowo w projekcie zawarto przepisy, które mają wymusić na podmiotach działających na rynku medialnym przeznaczanie co najmniej 49% czasu antenowego na audycje i utwory wytworzone w języku polskim, co nie ma związku ani z wymienionymi w tytule funduszami, ani z planowanym podatkiem. Krytycznie oceniamy tego typu legislacyjne „wrzutki”. Co więcej, nie jest to obszar kompetencji Ministra Finansów, co może wskazywać, że wbrew temu co mówią w mediach politycy partii rządzącej nie jest to projekt przygotowany wyłącznie przez resort finansów, ale był on już uzgadniany z innymi ministerstwami.

2. Przyczyny i potrzeby wprowadzenia ustawy

Wśród problemów, które ma rozwiązywać projekt, podaje się nie tylko zwiększenie środków finansowych trafiających do NFZ, ale też m.in. „rozwarstwienie poziomu kompetencji cyfrowych” i „coraz większe trudności z oceną rzetelności pojawiających się w mediach informacji”.

Ustawodawca nie wyjaśnia, w jaki sposób wspomniane powyżej fundusze miałyby przyczynić się do zwiększania kompetencji cyfrowych. Poza tym istnieją już działające narzędzia do realizacji takich zadań – są to np. system edukacji czy aktywność prywatnych podmiotów na rynku cyfrowym. Z kolei „trudności z oceną rzetelności pojawiających się w mediach informacji” można zminimalizować poprzez ograniczenie liczby nierzetelnych informacji pojawiających się m.in. w audycjach prezentowanych w mediach publicznych. Nie są do tego potrzebne dodatkowe fundusze od podatników. Poza tym, w ramach Funduszu Wsparcia Kultury i Dziedzictwa Narodowego w Obszarze Mediów, mają powstać np. „platformy dystrybucji informacji oraz analiz treści pojawiających się w mediach”. Już teraz, bez istnienia specjalnego funduszu i dodatkowego podatku, istnieją takie platformy np. *Konkret24* czy *Demagog*.

Nowy fundusz ma być też odpowiedzią na „utrąę poczucia wspólnoty i więzi z tradycją”. W uzasadnieniu ustawy nie pojawiają się żadne poparte badaniami dowody na to, że do takiego zjawiska w Polsce dochodzi, a także, że jest to zjawisko negatywne i wymagające interwencji ustawodawcy.

Wreszcie mowa jest o kwestii „ograniczonego dostępu do dóbr kultury i pomników wspólnego dziedzictwa” w związku z pandemią. Po pierwsze, większość instytucji kultury została zamknięta w wyniku decyzji rządu, przy czym w ostatnich dniach część z nich została otwarta. To autorzy rządowych rozporządzeń decydują zatem o dostępności „dóbr kultury”. Jednocześnie wiele z zamkniętych podmiotów, takich jak muzea czy teatry, realizuje działalność w trybie online, często z bezpłatnym lub niskopłatnym dostępem. Po drugie, projekt ma wejść w życie najszybciej w lipcu, a kolejne tygodnie i miesiące zajmie uruchamianie nowych funduszy i rozpoczęcie realizacji projektów. Do tego czasu, dzięki szczepieniom, będzie już zapewne możliwy względnie niezakłócony dostęp do „dóbr kultury i pomników wspólnego dziedzictwa”. Wspomniany w projekcie ustawy problem sam się rozwiąże. Po trzecie, sektor prywatny aktywnie dostarczał dobra kultury w czasie pandemii, o czym świadczy

popularność m.in. serwisów udostępniających filmy i seriale w formule na żądanie (VOD) czy koncertów realizowanych w formule online. Co więcej, ważnym źródłem kultury są w czasie pandemii media – przede wszystkim prywatne – które w wyniku dodatkowych obciążeń podatkowych mogą być zmuszone ograniczyć produkcję „dóbr kultury”.

3. Nieuzasadniony paternalizm

Nowy podatek jest skonstruowany w taki sposób, aby wyższą stawką objąć wybrane produkty. W projekcie zaproponowano wyższe stawki dla produktów leczniczych, suplementów diety, wyrobów medycznych i napojów z dodatkiem substancji słodzących. W uzasadnieniu projektu ustawy nie ma informacji, dlaczego akurat te produkty mają być objęte wyższymi stawkami podatkowym, który miałby „karać” za pokazywanie reklam określonej treści. Dlaczego reklama słodkiego napoju miała być wyżej opodatkowana niż reklama słodkich przekąsek? Dlaczego reklama wyrobów medycznych, takich jak prezerwatywy, termometry czy ciśnieniomierze miałyby być „karnie” opodatkowana?

Tego typu działania są nie tylko przykładem uznaniowości władzy, ale też przejawem nieuzasadnionego paternalizmu państwa, o którym w FOR pisaliśmy m.in. w komunikacie na temat *Nanny State Index*, którego ostatnia edycja pokazała, że w dostępie do wielu produktów i substancji Polska jest bardziej restrykcyjna niż Niemcy czy Czechy¹. Zaproponowane w projekcie ustawy rozwiązania różnicujące stawki podatkowe oznaczałyby dalsze zwiększanie państwowego paternalizmu.

4. Naruszenie unijnych reguł pomocy publicznej

Skutkiem wprowadzenia daniny z tytułu reklamy konwencjonalnej będzie m.in. wzrost kosztów działalności podmiotów objętych tym podatkiem. Jednocześnie przewidziane w projekcie utworzenie nowego funduszu – biorąc pod uwagę m.in. wpływ władzy politycznej na skład komisji udzielającej dotacji z jego środków – rodzi rzeczywiste ryzyko powstania praktyki polegającej na rekompensowaniu części kosztów wynikających z podatku mediom sprzyjającym obecnie rządzącym. Ryzyko to jest tym bardziej wyraźne, gdyż to Minister Kultury ma jednoosobowo decydować, w drodze rozporządzenia, m.in. o sposobie oceny wniosków o dofinansowanie z funduszu. Biorąc pod uwagę zaangażowanie resortu kultury (i osobiście obecnego Ministra Kultury) w podobne przedsięwzięcia, np. Polską Fundację Narodową, istnieje obawa, że zasady przeznaczania środków z funduszu będą na tyle niejasne, że w praktyce pozwolą na dotowanie mediów według politycznego klucza. Wobec tego do projektu ustawy powinny być załączone również projekty rozporządzeń wykonawczych.

Nie sposób w tym kontekście pominąć również innych środków stosowanych przez państwo wobec podmiotów rynku medialnego. Zmiana praktyki nabywania usług reklamowych przez organy władzy

¹ M. Tatała, *Alkohol, papierosy, jedzenie i napoje – Polska bardziej restrykcyjna niż Niemcy i Czechy*, Komunikat FOR 17/2019, <https://for.org.pl/pl/a/6769>

publicznej i spółki z udziałem Skarbu Państwa, jak również dotacja dla mediów publicznych o wartości ok. 2 mld zł rocznie², wpłynęły pozytywnie na wynik finansowy i pozycję na rynku podmiotów sprzyjających obecnej władzy.

Łącznym skutkiem wprowadzenia podatku od reklamy konwencjonalnej i wspomnianych praktyk będzie zatem selektywne wsparcie mediów według klucza politycznego z jednoczesnym osłabieniem pozycji rynkowej mediów, które władza uważa za nieprzychylnie jej politykom. Takie działanie zagraża konkurencji na tym rynku i wpływa na wymianę handlową między państwami członkowskimi Unii Europejskiej. W szczególności, podmioty uprzywilejowane przez władzę będą mogły oferować nabywcom korzystniejsze ceny reklam lub będą w stanie zaoferować wyższą cenę zakupu licencji oferowanych przez podmioty z państw Unii. Zestawienie tych wszystkich praktyk i środków stanowić będzie zatem niedozwoloną pomoc publiczną dla podmiotów preferowanych przez obecne władze.

5. Przymus emitowania polskich programów i muzyki

W ramach legislacyjnej „wrzutki” w projekcie ustawy zawarto przepisy, które mają zmusić podmioty działające na rynku medialnym do przeznaczania co najmniej 49% czasu antenowego na audycje i utwory wytworzone w języku polskim. Już dziś limit ten wynosi 33%. Treści pokazywane w mediach powinni zależeć od ich właścicieli i woli konsumentów, która na konkurencyjnym rynku będzie przez właścicieli realizowana. Jeśli popyt na programy i utwory muzyczne w języku polskim będzie wysoki, to media samodzielnie podejmą decyzje, że takie programy będą dominować w czasie antenowym. Jednocześnie nic nie powinno stać na przeszkodzie, aby na rynku medialnym istniały obok siebie podmioty, które w 100% emitują polskie programy i utwory oraz podmioty, które w ogóle nie będą mieć w swoich ramówkach programów i utworów w języku polskim. To siły rynkowe i decyzje konsumentów, a nie politycy powinni decydować co jest pokazywane w mediach.

Dlatego krytycznie oceniamy podwyższenie limitu przeznaczania czasu antenowego na audycje i utwory wytworzone w języku polskim z 33% do 49% i postulujemy całkowitą rezygnację z tego limitu w ustawie o Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji. Co więcej, jeszcze raz podkreślamy, że tego typu „wrzutki” ukryte pod hasłem zwiększania czy tworzenia funduszy na zdrowie i kulturę szkodzą przejrzystości procesu legislacyjnego i powinny być zaniechane.

6. Kolejne podatki, finansowanie służby zdrowia i ochrony zabytków

W ocenie FOR w okresie pandemii COVID-19, kiedy wiele przedsiębiorstw było i nadal jest obciążonych różnego rodzaju restrykcjami i ich skutkami gospodarczymi, nie powinno się wprowadzać nowych obciążeń podatkowych. W marcu 2020 roku, wspólnie z innymi organizacjami pozarządowymi, apelowaliśmy o „ciszę legislacyjną”³, czyli o niewprowadzanie w czasie pandemii

² Wprawdzie dotacja ta prezentowana jest jako rekompensata z tytułu utraconych wpływów z opłat abonamentowych z tytułu zwolnień określonych grup podmiotów, to w rzeczywistości trudno mówić o utracie tych wpływów w sytuacji, w której zwolnienie z opłat miało miejsce z mocy prawa. Innymi słowy nie istnieje przedmiot rekompensaty, z tytułu którego została przyznana ta dotacja.

³ *Apel organizacji pozarządowych w sprawie "ciszy legislacyjnej" w związku z epidemią koronawirusa*, <https://for.org.pl/pl/a/7650>

zmian w prawie, które nie są niezbędne w celu przeciwdziałania i ograniczania skutków koronawirusa oraz absolutnie pilne z punktu widzenia działania państwa. Choć COVID-19 został użyty jako uzasadnienie dla pozyskania „dodatkowych przychodów” dla NFZ, to tego typu działania nie powinny być realizowane poprzez podnoszenie, w tym trudnym dla wszystkich okresie, obciążeń podatkowych.

Ponadto, nie ma żadnego uzasadnienia dla tworzenia kolejnego funduszu zajmującego się „wsparciem kultury i dziedzictwa narodowego w obszarze mediów”. Dodatkowych środków na ochronę zdrowia czy renowację zabytków, jeśli faktycznie są potrzebne, można poszukiwać w innych źródłach np. ograniczając dotacje dla mediów publicznych, rezygnując z kosztownych wydatków socjalnych takich jak trzynaste i czternaste emerytury czy niezależne od dochodu wypłaty z programu „Rodzina 500 plus” na każde dziecko, ograniczenie przywilejów emerytalnych wybranych grup zawodowych (np. służby mundurowe, rolnicy czy górnicy) czy innych obszarach finansów publicznych.

Jednocześnie proponowana „składka” to kolejny już w ostatnich latach podatek sektorowy, który będzie komplikować i tak już skomplikowany system podatkowy. Zamiast wprowadzania kolejnych podatków sektorowych należy uprościć i zreformować system podatków powszechnych i wydaje się, że to, a nie tworzenie nowych „składek” na NFZ, kulturę i renowację zabytków – powinno być priorytetowym zadaniem pomysłodawców ustawy – Ministerstwa Finansów.

Podsumowując, w ocenie Forum Obywatelskiego Rozwoju prace nad projektem ustawy o dodatkowych przychodach Narodowego Funduszu Zdrowia, Narodowego Funduszu Ochrony Zabytków oraz utworzeniu Funduszu Wsparcia Kultury i Dziedzictwa Narodowego w Obszarze Mediów powinny zakończyć się na etapie „pre-konsultacji”, a obciążający media podatek sektorowy od reklam nie powinien być przedmiotem dalszych prac legislacyjnych.

Forum Obywatelskiego Rozwoju

FOR zostało założone w 2007 roku przez prof. Leszka Balcerowicza, aby skutecznie chronić wolność oraz promować prawdę i zdrowy rozsądek w dyskursie publicznym. Naszym celem jest zmiana świadomości Polaków oraz obowiązuje i planowanego prawa w kierunku wolnościowym.

FOR realizuje swoje cele poprzez organizację debat oraz publikację raportów i analiz podejmujących ważne tematy społeczno-gospodarcze, a w szczególności: stan finansów publicznych, sytuację na rynku pracy, wolność gospodarczą, wymiar sprawiedliwości i tworzenie prawa. Z inicjatywy FOR w centrum Warszawy i w Internecie został uruchomiony licznik długu publicznego, który zwraca uwagę na problem rosnącego zadłużenia państwa. Działania FOR to także projekty z zakresu edukacji ekonomicznej oraz udział w kampaniach na rzecz zwiększania frekwencji wyborczej.

Wspieraj nas!

Zdrowy rozsądek oraz wolnościowy punkt widzenia nie obronią się same. Potrzebują zaplanowanego, wyężonego, skutecznego wysiłku oraz Twojego wsparcia.

Jeśli jest Ci bliski porządek społeczny szanujący wolność i obawiasz się nierozsądnych decyzji polityków udających na Twój koszt Świętych Mikołajów, wesprzyj finansowo nasze działania.

Wyślij przelew na konto FOR (w PLN): 68 1090 1883 0000 0001 0689 0629

W sprawie darowizn możesz się skontaktować z:

Patrycja Satora, dyrektor ds. rozwoju FOR

tel. 500 494 173

e-mail: patrycja.satora@for.org.pl

Już dziś pomóż nam chronić wolność – obdarz nas swoim wsparciem i zaufaniem.

KONTAKT DO AUTORÓW



Marek Tatała

Wiceprezes Zarządu FOR

e-mail: marek.tatala@for.org.pl



Patryk Wachowiec

Analitik Prawny

e-mail: patryk.wachowiec@for.org.pl

Fundacja Forum Obywatelskiego Rozwoju – FOR

ul. Ignacego Krasickiego 9A · 02-628 Warszawa · tel. +48 22 628 85 11

e-mail: info@for.org.pl · www.for.org.pl

[f/FundacjaFOR](https://www.facebook.com/FundacjaFOR) · [t@FundacjaFOR](https://twitter.com/FundacjaFOR)