

Vezměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

Postup při stanovení sazby DPH periodického tisku a neperiodických publikací obsahujících reklamu

Podle ustanovení přílohy č. 1 zákona č. 235/2004 Sb., o DPH, podléhají snížené sazbě daně

- Knihy, brožury, noviny a časopisy, kde reklama nepřesahuje 50 % plochy, obrázková alba, obrázkové knihy, předlohy ke kreslení pro děti, hudebniny tištěné či rukopisné, kartografické výrobky všech druhů včetně atlasů, nástěnných map, topografických plánů a globusů, kromě tiskovin plně nebo podstatně určených k reklamě, zařazené do číselného kódu Harmonizovaného systému 49.

Z Vysvětlivek k Harmonizovanému systému vyplývá :

Knihy a knížky (malé knihy) jsou publikace obsahující v podstatě textový materiál jakéhokoli druhu a vytištěné v kterémkoliv jazyku nebo s libovolnými znaky, včetně slepeckého (Braille) písma nebo těsnopisných znaků. Patří k nim literární díla všeho druhu, učebnice nebo cvičebnice (včetně vzdělávacích pracovních sešitů (knih) někdy nazývaných psací sešity), též s výukovým textem, který obsahuje otázky nebo úkoly (obvykle s prostorem pro doplňování rukou); technické publikace; knihy jako jsou slovníky, encyklopedie a adresáře (např. telefonní seznamy, včetně "zlatých stránek"); katalogy pro muzea a veřejné knihovny (s výjimkou obchodních katalogů); liturgické knihy jako jsou modlitební knížky a zpěvníky církevních písní (jiné než hudební díla čísla 49.04); dětské knihy (jiné než dětské omalovánky a obkreslovací obrázkové knihy čísla 49.03). Takovéto knihy mohou být vázány (v papíru nebo s měkkými anebo tuhými deskami) v jednom nebo několika svazcích anebo mohou být zhotoveny ve formě tištěných listů (archů) obsahující celé dílo, anebo celé části, určených pro svázání (vazbu).

Přebaly, přezky, záložky do knih a ostatní drobné příslušenství dodávané s knihami se považují za nedílnou součást knihy.

Brožury a prospekty jsou publikace skládající se z několika listů určených ke čtení, spojených dohromady (např. sešitím drátkem), nebo nespojených či dokonce jednotlivých volných listů. Patří sem takové publikace jako: kratší vědecké pojednání a monografie, instrukce, návody atd., vydávané vládními orgány či jinými organizacemi, traktáty, texty písní atd.

Plochou se podle ustanovení přílohy č. 1 zákona o DPH rozumí formát tiskoviny násobený počtem stran tiskoviny.

Reklama je definována podle zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, ve znění zákona č. 138/2002 Sb., § 1 odst. 1 takto:

§ 1

(1) Reklamou se rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířené zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky, pokud není dále stanoveno jinak.

Pro účely aplikace přílohy č. 1 zákona o DPH se za reklamu **nepovažuje:**

- a) inzerce subjektů, které nebyly založeny za účelem podnikání (nadace, neziskové organizace apod.)
- nejedná se o podporu podnikatelské činnosti
- b) řádková inzerce, která neobsahuje obchodní firmu, ochrannou známku ani jiné logo inzerenta s výjimkou inzerátů, které obsahují přímou propagaci služeb poskytovaných subjektem .
Řádkovou inzercí se rozumí inzerát šířky jednoho tiskového sloupce obsahující pouze text.
- c) nabídka volných pracovních míst všech subjektů, kromě personálních agentur, u nichž je zprostředkování zaměstnání předmětem podnikání
- d) vlastní logo vydavatele tiskoviny, vlastní návody, pokyny apod. v této tiskovině uvedené

Letáky a jiné propagační materiály distribuované zároveň s tiskovinou se nezahrnují do plochy tiskoviny ani do plochy reklamy.

Zdroj: MF ČR