

Warszawa, 3 czerwca 2020 r.

Szanowny Pan  
Minister Wicepremier prof. Piotr Gliński  
Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego

*Szanowny Panie Premierze,*

## NIE ZGADZAMY SIĘ NA NOWY PODATEK OD SMARTFONÓW, KOMPUTERÓW, TABLETÓW I TELEWIZORÓW

Z niepokojem przyjęliśmy Pana publiczną deklarację, dotyczącą obłożenia konsumentów nowym podatkiem na wniosek ZAiKS, nazywanym opłatą reprograficzną. Proponowana przez organizację zbiorowego zarządzania stawka 6% oznacza 1.000.000.000 (miliard) złotych zabranych w większości z portfeli konsumentów, co wprawia nas w osłupienie. W imieniu wszystkich polskich konsumentów Federacja Konsumentów zwraca się do Pana Premiera z apelem o wstrzymanie się z wprowadzaniem nowych opłat i podjęcie dyskusji na temat systemu zbierania i redystrybucji tego typu środków finansowych. Uprzejmie proszę o zapoznanie się z argumentami, które przemawiają zdecydowanie przeciwko takiemu quasi-podatki.

### Falszywe narracja organizacji zbiorowego zarządzania...

Organizacje artystów wprowadzają społeczeństwo w błąd. Przede wszystkim, tak olbrzymi podatek zapłacimy my, konsumenci. Nie ma innej możliwości. Ta opłata z definicji i według unijnych przepisów ma obciążać właśnie konsumenta, a importerzy i dystrybutorzy mają być jedynie płatnikami. **Tu nie ma roli mitycznego „bogatego producenta”**, co próbuje nam wmówić ZAiKS, ale mówimy o polskich firmach, które każdego dnia walczą o byt, realizując symboliczne marże. Podwyżkę zobaczymy więc wprost na półce sklepowej. A jak szacują sprzedawcy, może chodzić o nawet 300 zł średniej podwyżki.

Już teraz my, konsumenci, płacimy organizacjom artystów ponad 30 mln zł rocznie z tytułu tzw. czystych nośników, np. pendrive'ów, dysków twardych czy nawet papieru ksero. To zresztą wielokrotnie więcej niż kwota, na jaką wskazuje ZAiKS (4,6 mln zł), podając tylko swoje wpływy,

Strona | 1

pomijając wpływy pozostałych organizacji twórców). Organizacja ta manipuluje również porównaniami, wybierając tylko pasujące państwa do swojej narracji. Nic natomiast nie mówi o tym, że w niektórych krajach, jak Wlk. Brytania czy Finlandia, nie ma już takiej opłaty. Nieprawdą jest też, że tylko w Polsce opłata nie została wprowadzona na smartfony i tablety. Na taki ruch nie zdecydowała się np. Łotwa, gdzie po przeprowadzeniu badań dotyczących rzeczywistego poziomu kopiowania na własny użytek, stwierdzono brak uzasadnienia dla takiej opłaty. Skąd zatem wniosek, że w Polsce smartfony i tablety służą do kopiowania? Skąd propozycja dodatkowego 1 mld zł dla organizacji zbiorowego zarządzania? Dziś nawet najbogatsze kraje w Europie nie mają nawet połowy tych wpływów. Nawet wielokrotnie niższa podwyżka (choćby 1% od smartfonów, tabletów, komputerów i telewizorów) oznaczać będzie wzrost opłat od konsumentów rzędu kilkuset mln zł. To dalej stanowi kwotę niebotyczną i nieakceptowalną.

### **Tak jest w rzeczywistości**

Nakładana na konsumentów opłata reprograficzna ma za zadanie rekompensować artystom konkretne **straty, wynikające z kopiowania treści objętych prawem autorskim na własny użytek**. Kompletnie zatem nie rozumiemy, jakich szkód, wielokrotnie większych niż w innych krajach, w obecnych czasach doznają artyści w Polsce ze względu na używanie przez konsumentów smartfonów, tabletów, komputerów i telewizorów. Stacje telewizyjne płacą przecież za nadawane treści, a czasy domowego kopiowania płyt odeszły do lamusa. Dlaczego mamy płacić artystom za sprawdzanie e-maila, czytanie wiadomości w internecie, możliwość grania w gry czy przeprowadzanie wideokonferencji, czyli czynności, do których wykorzystujemy nasze smartfony, tablety i laptopy?

Rodzi się pytanie, jak obliczono, że te rzekome straty wzrosły 30 razy. A przecież pomimo zmian technologicznych, wpływy do organizacji zbiorowego zarządzania z tytułu opłaty reprograficznej nie spadają i sięgają ponad 30 mln zł rocznie. Zatem z jakiego powodu mają trafić do tych instytucji kolejne setki milionów złotych z kieszeni konsumentów?

### **Wielokrotne opodatkowanie tego samego**

Nie godzimy się również na potrójne opodatkowanie. Przecież konsumenci już płacą w cenie urządzeń podatki, z których dotowana jest kultura. Płacimy dostawcom za streaming – dostęp do treści. Dlaczego mamy płacić jeszcze ZAiKS-owi? Platformy streamingowe to np. YouTube, Tidal, Apple Music, Deezer, Spotify, są też różnorodne serwisy e- i audiobooków, są platformy VoD. Twórcy dostają od nich swoje wynagrodzenie bezpośrednio i sprawiedliwie (jak w YouTube) czy poprzez organizacje artystów. Twórcy wraz z rozwojem technologii uzyskali więc kolejne źródło dochodów. Dodatkowo, niedawno polski rząd już opodatkował platformy VoD (filmy), jak Netflix, Player czy Ipla podatkiem w wysokości 1,5%. Tych opłat wcześniej nie było. Jest to zresztą słuszny kierunek, aby opodatkować firmy, które sprzedają dostęp do treści objętych prawem autorskim. Ale nie konsumentów. W niedalekiej przyszłości czeka nas również implementacja przepisów dotyczących podatku cyfrowego, nad którymi pracuje Komisja Europejska i który będzie regulował kwestie dotyczące pozostałych platform. Tego ZAiKS zdaje się zupełnie nie zauważać.

### **Cyfrowa przyszłość**

Sektor cyfrowy generuje coraz większe wynagrodzenia dla twórców, a honoraria autorskie w 232 organizacjach zrzeszonych w CISAC-u (Międzynarodowa Konfederacja Związków Autorów i Kompozytorów) osiągnęły rekordową wartość 9,7 miliarda euro. Jean-Michel Jarre, prezes CISAC-u, podkreślił w raporcie z listopada 2019 roku, że „Cyfrowa jest naszą przyszłość.”. W dokumencie tym czytamy, że ten raport daje twórcom wiele powodów do optymizmu: wynagrodzenia ze źródeł cyfrowych wykazują imponujący wzrost (wzrosły prawie trzykrotnie w ciągu ostatnich pięciu lat) i mają ogromny potencjał do dalszego wzrostu; w coraz większej liczbie państw ta kategoria staje się podstawowym źródłem dochodów twórców.

Śluzna wydaje się więc globalna dyskusja o potrzebie istnienia przestarzałej opłaty reprograficznej, która straciła swój sens. To jest jednak przemilczane przez ZAiKS. Jednocześnie organizacja ta chce łupić polskiego konsumenta, zamiast zastanowić się, gdzie rzeczywiście powinna udać się po pieniądze. Właściwym kierunkiem na pewno nie jest polski konsument. Jak Polska ma się do innych krajów w zakresie opłat cyfrowych? To wydaje się być dobre pytanie do np. ZAiKS.

### **Podatek na zdalną szkołę i pracę w czasie pandemii?**

Nasze oburzenie dodatkowo wzmacnia fakt, że głębokie sięgnięcie do kieszeni Polaków ma nastąpić w momencie, kiedy konsumenci są w okresie wielkiej niepewności o swoje dochody na progu największego kryzysu gospodarczego w nowej historii Polski. Urządzenia elektroniczne są potrzebne do zdalnej pracy, szukania możliwości zarobkowych. Miliony polskich dzieci potrzebują sprzętu typu laptop lub tablet do zdalnej nauki. Jedno takie urządzenie, zwłaszcza w rodzinach wielodzietnych, już nie wystarcza w rzeczywistości kształtowanej przez covid-19. W sytuacji ograniczania kontaktów międzyludzkich w związku z pandemią spędzamy więcej czasu w domu, więc rośnie potrzeba domowej rozrywki. Jesteśmy przekonani, że priorytetem państwa powinno być wspieranie konsumentów w okresie powrotu do normalności gospodarczej, a nie działalność zmierzająca do pogłębienia zjawiska cyfrowego wykluczenia części społeczeństwa, dla której zakup urządzeń elektronicznych stanie się jeszcze mniej dostępny.

### **Możliwości pomocy artystom już są**

ZAiKS nigdzie i w żaden sposób nie wyjaśnia, skąd wynika zaproponowana przez niego stawka, która oznacza wyciąganie miliarda złotych rocznie z kieszeni polskich konsumentów. To, że organizacje artystów chciałyby więcej wpływów, jest naturalne i oczywiste. My jako konsumenci też chcielibyśmy więcej zarabiać. Tylko że 14 organizacji artystów już teraz ma ponad 1,5 mld zł wolnych środków, z czego sam ZAiKS ma około miliard! To z tych środków można uruchomić fundusz wsparcia artystów w dobie COVID-19, a nie nakładać na konsumentów kolejny podatek, który zostanie już na zawsze, także po pandemii. Tym bardziej, że ZAiKS w działalności statutowej ma wprost wpisane bezzwrotne zasiłki dla członków, którzy przeżywają trudności finansowe czy pożyczki z Kasy Pożyczkowej. O pomocy artystom w obecnej trudnej sytuacji mówi też samo Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

### **Opłata reprograficzna to nie składka emerytalna**

Związku przyczynowo-skutkowego nie widzimy również w zakresie uruchomienia planowanego funduszu ubezpieczeń artystów, na który miałyby iść połowa nowego podatku. To zresztą absurd, bo opłata reprograficzna jest odszkodowaniem za straty, a nie składką emerytalną za kogokolwiek. W pełni rozumiejąc trudną sytuację artystów w czasie pandemii, musimy jednak pamiętać, że emerytura bierze się z odprowadzanych latami niemałych składek na ZUS. Czy kupując smartfon, wyrządzamy jakąś szkodę np. bliżej nieznanemu nam artyście i w związku z tym powinniśmy dołożyć się do jego emerytury? Czy to jest w ogóle zgodne z prawem? Czy inne grupy społeczne też mogą liczyć na analogiczne rozwiązania? To ważne pytania do ZAiKS-u i rządu. Na marginesie zauważyć trzeba, że wielu artystów o systemie zarządzania środkami przez ZAiKS ma bardzo krytyczne zdanie i z całą pewnością organizacja ta nie reprezentuje całego środowiska artystycznego.

**Dlatego apelujemy do Pana, Panie Premierze, aby nie ulegał Pan manipulującej opinii publicznej propagandzie ZAiKS-u i innych organizacji artystów, a w podejmowaniu mądrych decyzji kierował się faktami oraz oczekiwaniami społecznymi. Konsumenci na pewno nie godzą się na płacenie nieuzasadnionego podatku, który ma obciążyć urządzenia elektroniczne pierwszej potrzeby. Co więcej, wprowadzenie w życie propozycji organizacji artystów skokowo zwiększy skalę cyfrowego wykluczenia Polaków. Ucierpią najbiedniejsze polskie rodziny. Głęboko wierzymy, że nie o to Panu chodzi.**

Ze swojej strony Federacja Konsumentów oferuje wsparcie w dyskusji i wypracowaniu rozwiązań, które zaadresowałyby problem artystów, nie uderzając jednocześnie w konsumentów. Wierzymy, że rzeczowa dyskusja powinna zostać poprzedzona rzetelnymi badaniami. A dopiero w następstwie możliwym będzie ustalenie, jak zagadnienie to zaadresować na gruncie prawa.

*Łączę wyroczny serce,*

Federacja Konsumentów  
Prezes Rady Krajowej  
*Kamil Pluskwa-Dobrowski*