

Периодическое и продолжающееся издание рекламного характера

К периодическим и продолжающимся изданиям рекламного характера информационных агентств в электронном виде, указанным в пункте 4 настоящего перечня, относятся периодические и продолжающиеся издания информационных агентств в электронном виде, в которых реклама (рекламная информация) превышает 40 процентов объема одного номера периодического и продолжающегося издания в электронном виде

Источник: Постановление Правительства Российской Федерации от 23.01.2003 № 41 (редакция от 11.10.2012) "О перечне видов периодических печатных изданий и книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой, облагаемых при их реализации налогом на добавленную стоимость по ставке 10 процентов"