

Podatek od reklamy

W dniu 2 lutego 2021 r. w wykazie prac legislacyjnych rządu pojawił się projekt ustawy z dnia 1 lutego o dodatkowych przychodach Narodowego Funduszu Zdrowia, Narodowego Funduszu Ochrony Zabytków oraz utworzeniu Funduszu Wsparcia Kultury i Dziedzictwa Narodowego w Obszarze Mediów.

Projekt zakłada wprowadzenie składki z tytułu reklamy konwencjonalnej i internetowej.

ZOBOWIĄZANI DO UISZCZANIA SKŁADKI

Do uiszczania składki z tytułu reklamy konwencjonalnej będą obowiązani

- dostawcy usług medialnych,
- nadawcy,
- podmioty prowadzące kino,
- podmioty umieszczające reklamę na nośniku zewnętrznym reklamy oraz
- wydawcy,

uzyskujący przychody ze świadczenia na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej usługi:

- nadawania reklamy w telewizji lub radiu, wyświetlania reklamy w kinie lub umieszczania reklamy na nośniku zewnętrznym reklamy ponad kwotę 1 000 000 zł;
- zamieszczania reklamy w prasie ponad kwotę 15 000 000 zł.

PRZYCHÓD

Zgodnie z założeniami projektu, **przychodem będzie wszystko co stanowi zapłatę za usługi nadawania reklamy w telewizji i w radiu, wyświetlania reklamy w kinie, umieszczania reklamy na nośniku zewnętrznym reklamy oraz zamieszczania reklamy w prasie, bez względu na przedmiot reklamy, pomniejszone o podatek od towarów i usług. Do podstawy obliczenia składki z tytułu reklamy konwencjonalnej nie będą wliczane przychody objęte składką z tytułu reklamy internetowej.**

WYMIAR SKŁADKI

Stawki składki zostały określone procentowo, a ich wysokość jest uzależniona od wielkości wszystkich przychodów z reklamy osiągniętych przez dany podmiot, przekraczających kwotę przychodów niepodlegających składce oraz od przedmiotu reklamy.

STAWKI WYNIOSĄ:

<p>1 Reklamy w telewizji, radiu, kinie i na zewnętrznym nośniku reklamy</p> <ul style="list-style-type: none"> 7,5% podstawy obliczenia składki – w części, w jakiej podstawa ta nie przekracza kwoty 50 mln; 10 % nadwyżki podstawy obliczenia składki ponad kwotę 50 mln - w części, w jakiej podstawa obliczenia składki przekracza kwotę 50 mln. 	<p>2 Reklamy towarów kwalifikowanych w telewizji, radiu, kinie i na zewnętrznym nośniku reklamy</p> <ul style="list-style-type: none"> 10% podstawy obliczenia składki – w części, w jakiej podstawa ta nie przekracza kwoty 50 mln zł; 15% nadwyżki podstawy obliczenia składki ponad kwotę 50 mln zł – w części, w jakiej podstawa obliczenia składki przekracza kwotę 50 mln zł.
<p>3 Reklamy w prasie</p> <ul style="list-style-type: none"> 2% podstawy obliczenia składki – w części, w jakiej podstawa ta nie przekracza kwoty 30 mln zł; 6% nadwyżki podstawy obliczenia składki ponad kwotę 30 mln zł – w części, w jakiej podstawa obliczenia składki przekracza kwotę 30 mln zł. 	<p>4 Reklamy towarów kwalifikowanych w prasie</p> <ul style="list-style-type: none"> 4% podstawy obliczenia składki – w części, w jakiej podstawa ta nie przekracza kwoty 30 mln zł; 12% nadwyżki podstawy obliczenia składki ponad kwotę 30 mln zł – w części, w jakiej podstawa obliczenia składki przekracza kwotę 30 mln zł.

Do towarów kwalifikowanych zalicza się m.in. produkty lecznicze, suplementy diety, wyroby medyczne, oraz napoje z dodatkiem substancji o właściwościach słodzących, o których mowa w art. 12a ust. 1 ustawy z dnia 11 września 2015 r. o zdrowiu publicznym.

Stawki podatku od reklam towarów kwalifikowanych, w tym napojów z dodatkiem substancji słodzących zostały zatem ustalone na poziomie wyższym, niż stawki podatku od pozostałych reklam.

PRACE PROJEKTOWE. PREKONSULTACJE.

W dniach od 3 do 16 lutego odbyły się prekonsultacje, podczas których podmioty rynkowe miały możliwość zgłaszania uwag i propozycji merytorycznych do projektu.

Jak zapowiedział w dniu 16 lutego rzecznik rządu Piotr Müller - Ministerstwo Finansów przygotowuje nowy projekt ustawy o podatku od reklam, który będzie uwzględniał część uwag zgłoszonych do aktualnego projektu. Poinformował również, że wśród uwag zgłaszanych na etapie prekonsultacji znalazła się kwestia stawek podatku reklamowego.

Warto zauważyć, iż zgodnie z brzmieniem aktualnego projektu podmiotem zobowiązanym do uiszczania składki reklamowej będzie m.in. **podmiot umieszczający reklamę na nośniku zewnętrznym.**

ZEWNĘTRZNY NOŚNIK REKLAMY

Pojęcie zewnętrznego nośnika reklamy, użyte w projekcie zostało określone jako tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe w rozumieniu ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.

Stosownie do art. 2 pkt 16b i 16c tej ustawy pod pojęciem tablicy reklamowej należy rozumieć przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy, w szczególności baner reklamowy, reklamę naklejaną na okna budynków i reklamy umieszczane na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy. Natomiast urządzenie reklamowe to przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy, inny niż tablica reklamowa.

Treść zaproponowanych regulacji prowadzi do uznania, że składce będą podlegały wszystkie podmioty zaangażowane w świadczenie usług reklamowych. Może to doprowadzić do sytuacji, w której udostępnienie reklamy będzie wiązało się z obowiązkiem zapłaty składki przez dostawcę usług medialnych, podmiot udostępniający powierzchnię reklamową oraz podmiot umieszczający reklamę na tablicy reklamowej/banerze.

W przypadku, gdy nowo opracowany projekt nadal będzie uznawał za towary kwalifikowane napoje z dodatkiem substancji słodzących, to wówczas **wejście w życie ustawy może spowodować dodatkowe obciążenie dla producentów napojów, jeżeli sami będą umieszczać reklamy, jak również wzrost kosztów reklamy produktów.**

Nie ulega wątpliwości, że proponowane narzędzie znacząco podniesie koszt prowadzonych przez przemysł żywnościowy działań marketingowych.

Według projektu, **ustawa miałaby wejść w życie 1 lipca 2021 r.**

Niniejsza informacja została przygotowana przez doradców AXELO Prawo i Podatki dla Biznesu / AXELO Ostrowski Domagalski i Wspólnicy sp. k. wyłącznie w celach ogólnoinformacyjnych i nie stanowi porady w rozumieniu polskich przepisów.

Nie powinni Państwo opierać swoich działań/decyzji na treści informacji zawartych w tej prezentacji bez uprzedniego uzyskania profesjonalnej porady.

Kontakt



Eryk Malewski
Partner, Adwokat

E: e.malewski@axelo.pl