

Luty 2021

Projekt ustawy o składkach z tytułu reklamy

2 lutego 2021 r. na stronach Ministerstwa Finansów zamieszczony został projekt ustawy o dodatkowych przychodach Narodowego Funduszu Zdrowia, Narodowego Funduszu Ochrony Zabytków oraz utworzeniu Funduszu Wsparcia Kultury i Dziedzictwa Narodowego w Obszarze Mediów, wprowadzającej dla podmiotów świadczących usługi reklamowe w mediach tradycyjnych oraz w internecie obowiązek odprowadzania nowych opłat, nazywanych składkami z tytułu reklamy, mających stanowić swego rodzaju odpowiednik podatku cyfrowego.

Składki z tytułu reklamy mają dotyczyć reklamy konwencjonalnej oraz reklamy internetowej. Dochód ze składek, zgodnie z rządowym uzasadnieniem, ma umożliwić pozyskanie dodatkowych środków, które posłużą zapobieganiu długofalowym zdrowotnym, gospodarczym i społecznym skutkom pandemii COVID-19.

Poniżej przedstawiamy najistotniejsze założenia projektu ustawy.

Składka z tytułu reklamy konwencjonalnej

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 mln zł;
- zamieszczania reklamy w prasie ponad kwotę 15 mln zł.

Obowiązek zapłaty składki z tytułu reklamy konwencjonalnej powstawał będzie z chwilą osiągnięcia w roku kalendarzowym przychodów w wysokości powyższych kwot oraz będzie dotyczył przychodów powyżej tych kwot.

Podstawę obliczenia składki z tytułu reklamy konwencjonalnej stanowić będzie suma przychodów uzyskanych w roku kalendarzowym. Przychody stanowić będzie wszystko (za wyjątkiem m.in. przychodów objętych składką z tytułu reklamy internetowej), co stanowi zapłatę za usługi reklamowe, pomniejszoną o podatek od towarów i usług.

W przypadku reklamy w telewizji, radiu, kinie i na zewnętrznym nośniku reklamy, z wyjątkiem reklamy towarów kwalifikowanych, stawki składki z tytułu reklamy konwencjonalnej wyniosą:

- 7,5 proc. podstawy obliczenia składki – w części, w jakiej podstawa ta nie przekracza kwoty 50 mln zł;
- 10 proc. nadwyżki podstawy obliczenia składki ponad kwotę 50 mln zł – w części, w jakiej podstawa obliczenia składki przekracza kwotę 50 mln zł.

Z kolei w przypadku reklamy towarów kwalifikowanych (do których zaliczać się będą: produkty lecznicze, suplementy diety, wyroby medyczne oraz napoje z dodatkiem substancji

o właściwościach słodzących) stawki składki z tytułu reklamy konwencjonalnej wyniosą:

- 10 proc. podstawy obliczenia składki – w części, w jakiej podstawa ta nie przekracza kwoty 50 mln zł;
- 15 proc. nadwyżki podstawy obliczenia składki ponad kwotę 50 mln zł – w części, w jakiej podstawa obliczenia składki przekracza kwotę 50 mln zł.

Jeżeli źródłem przychodów będzie reklama w prasie, stawki składki z tytułu reklamy konwencjonalnej wyniosą:

- 2 proc. (4 proc. dla towarów kwalifikowanych) podstawy obliczenia składki – w części, w jakiej podstawa ta nie przekracza kwoty 30 mln zł;
- 6 proc. (12 proc. dla towarów kwalifikowanych) nadwyżki podstawy obliczenia składki ponad kwotę 30 mln zł – w części, w jakiej podstawa obliczenia składki przekracza kwotę 30 mln zł.

Składka z tytułu reklamy internetowej

Płatnikami składki z tytułu reklamy internetowej będą usługodawcy świadczący na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej reklamę internetową, jeżeli łącznie będą spełnione następujące warunki:

- przychody usługodawcy bądź skonsolidowane przychody grupy podmiotów, do której należy usługodawca, bez względu na miejsce ich osiągnięcia, przekroczyły w roku obrotowym równowartość 750 mln euro;

- przychody usługodawcy bądź skonsolidowane przychody grupy podmiotów, do której należy usługodawca, z tytułu świadczenia na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej reklamy internetowej, przekroczyły w roku obrotowym równowartość 5 mln euro.

Składka od reklamy internetowej wyniesie 5 proc. podstawy wymiaru składki.

Podstawę wymiaru składki z tytułu reklamy internetowej stanowić będzie iloczyn uzyskanego przychodu, bez względu na miejsce jego osiągnięcia, z tytułu reklamy internetowej oraz wyrażonego w procentach udziału liczby odbiorców, zlokalizowanych na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, w ogólnej liczbie odbiorców reklamy internetowej świadczonej przez płatnika, bądź grupę podmiotów, do której należy płatnik. Przychodem będzie wszystko, co stanowi zapłatę za reklamę internetową, pomniejszone o podatek od towarów i usług. Przychód będzie uznawany za uzyskany w chwili, gdy staje się on należny.

Reklamę internetową stanowić będzie usługa cyfrowa, która umożliwia usługobiorcy skierowanie reklamy do odbiorcy, w szczególności poprzez wyświetlenie lub odtworzenie w postaci materiału dźwiękowego, lub audiowizualnego na urządzeniu odbiorcy, a także wszelkie inne usługi cyfrowe istotne dla skierowania reklamy do odbiorcy.

Reklama internetowa będzie świadczona na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, jeżeli w momencie odebrania reklamy, w szczególności w momencie jej wyświetlenia lub jej odtworzenia w postaci materiału dźwiękowego lub audiowizualnego, odbiorca będzie przebywał na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Ocena, czy odbiorca reklamy przebywa na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, dokonywana będzie przez określenie miejsca użycia urządzenia odbiorcy, służącego do odebrania reklamy.

Płatności i wpływy ze składek

Składki z tytułu reklamy konwencjonalnej będą płatne dwukrotnie w ciągu roku – do 25 lipca ma być wpłacana zaliczka na składkę za pierwsze półrocze, a składka roczna ma być wpłacana do 25 stycznia następnego roku.

Składki z tytułu reklamy internetowej będą płatne za roczne okresy rozliczeniowe, w terminie do 25 lutego za rok poprzedni.

Podmioty zobowiązane do opłacania składek będą musiały również składać właściwemu organowi deklaracje w sprawie składek w terminach ich płatności.

Organem właściwym w sprawie składek będzie Naczelnik Drugiego Śląskiego Urzędu Skarbowego w Bielsku-Białej.

Szacuje się, że wpływy ze składek od reklam w 2022 r. mogą wynieść około 800 mln zł i mają zasilić w 50 proc. Narodowy Fundusz Zdrowia, w 35 proc. Fundusz Wsparcia Kultury i Dziedzictwa Narodowego w Obszarze Mediów a w 15 proc. Narodowy Fundusz Ochrony Zabytków.

Obecnie prowadzone są konsultacje projektu ustawy, otwarte dla wszystkich zainteresowanych podmiotów. Uwagi i opinie do projektu można zgłaszać do 16 lutego 2021 r.

Ustawa ma wejść w życie z dniem 1 lipca 2021 r.

Jeżeli są Państwo zainteresowani szczegółami dotyczącymi omawianych zagadnień, prosimy o kontakt: mam pytanie@kpmg.pl

Informacje zawarte w niniejszej publikacji mają charakter ogólny i nie odnoszą się do sytuacji konkretnej osoby lub firmy.

Pomimo, iż staramy się dostarczać dokładne i aktualne informacje, nie możemy zagwarantować, że takie informacje będą aktualne na dzień ich otrzymania lub że będą nadal aktualne w przyszłości. Nikt nie powinien podejmować decyzji na podstawie takich informacji bez odpowiedniego profesjonalnego doradztwa po dokładnym zbadaniu konkretnej sytuacji.

Nazwa i logo KPMG są znakami towarowymi używanymi na podstawie licencji przez niezależne firmy członkowskie globalnej organizacji KPMG.

© 2021 KPMG Tax M.Michna sp.k., polska spółka komandytowa i członek globalnej organizacji KPMG składającej się z niezależnych spółek członkowskich stowarzyszonych z KPMG International Limited, prywatną spółką angielską z odpowiedzialnością ograniczoną do wysokości gwarancji. Wszelkie prawa zastrzeżone.

Biura KPMG

Warszawa

ul. Inflancka 4a
00-189 Warszawa
Tel. : +48 22 528 11 00
Faks: +48 22 528 10 09
kpmg@kpmg.pl

Gdańsk

al. Zwycięstwa 13a
80-219 Gdańsk
Tel. : +48 58 772 95 00
Faks: +48 58 772 95 01
gdansk@kpmg.pl

Kraków

ul. Opolska 114
31-323 Kraków
Tel. : +48 12 424 94 00
Faks: +48 12 424 94 01
krakow@kpmg.pl

Katowice

ul. Francuska 36
40-028 Katowice
Tel. : +48 32 778 88 00
Faks: +48 32 778 88 10
katowice@kpmg.pl

Poznań

ul. Roosevelta 22
60-829 Poznań
Tel. : +48 61 845 46 00
Faks: +48 61 845 46 01
poznan@kpmg.pl

Łódź

ul. Składowa 35
90-127 Łódź
Tel. : +48 42 232 77 00
Faks: +48 42 232 77 01
lodz@kpmg.pl

Wrocław

ul. Szczytnicka 11
50-382 Wrocław
Tel. : +48 71 370 49 00
Faks: +48 71 370 49 01
wroclaw@kpmg.pl



Informacje zawarte w niniejszej publikacji mają charakter ogólny i nie odnoszą się do sytuacji konkretnej osoby lub firmy. Pomimo, iż staramy się dostarczać dokładne i aktualne informacje, nie możemy zagwarantować, że takie informacje będą aktualne na dzień ich otrzymania lub że będą nadal aktualne w przyszłości. Nikt nie powinien podejmować decyzji na podstawie takich informacji bez odpowiedniego profesjonalnego doradztwa po dokładnym zbadaniu konkretnej sytuacji. Nazwa i logo KPMG są znakami towarowymi używanymi na podstawie licencji przez niezależne firmy członkowskie globalnej organizacji KPMG.

© 2021 KPMG Tax M.Michna sp.k., polska spółka komandytowa i członek globalnej organizacji KPMG składającej się z niezależnych spółek członkowskich stowarzyszonych z KPMG International Limited, prywatną spółką angielską z odpowiedzialnością ograniczoną do wysokości gwarancji. Wszelkie prawa zastrzeżone.

kpmg.pl