

# Minden vállalkozást érinthet a reklámadó törvény?

Kedves Partnereink!

Ahogy már korábbi hírlevelünkben is tájékoztatást adtunk róla, 2014. augusztus 15-én – jelentős módosítások után - hatályba lépett a reklámadóról szóló 2014. évi XXII. törvény.

A jogszabályalkotó eredeti szándéka szerint **a reklámadó alanyai elsősorban az ún. közzevők**, azaz azok a vállalkozások, amelyek a reklámokat a nyilvánosság számára elérhetővé teszik. Ezek elsősorban a médiaszolgáltatók és a kiadók. Ez mellett az internetes média is érintett. A saját reklám is adóköteles lenne az éves szintű értékhatár felett, de ez nagyon kis számú vállalkozást érint. A közzevők akkor kötelesek reklámadót bevallani és megfizetni, ha az a reklám közzétételből származó árbevételük eléri vagy meghaladja éves szinten az 500 millió forintot.

**A közzevő KÖTELES NYILATKOZATOT ADNI a Megrendelőnek**, hogy

- az adókötelezettség őt terheli és eleget tesz adóbevallási, illetve az adófizetési kötelezettségének vagy
- adóévben reklám közzététele miatt adófizetési kötelezettség nem terheli.

A nyilatkozattétel történhet szerződésen, külön dokumentumként vagy a reklám közzétételét követő számlán.

Ha a megrendelő nem kap nyilatkozatot a közzevőtől, akkor a megrendelő válik adóalannyá!!! Tehát a törvény - az elsődleges kötelezett helytállásának hiányában - a megrendelőre, mint másodlagos adókötelezettre teszi át az adóztatás terhét.

Így az a megrendelő válik adóalannyá, aki szerződéses viszonyban áll a közzevővel. Az adó alapja a reklámközzététel havi összesített ellenértékének 2.500.000 forintot meghaladó része, az adó mértéke pedig az adóalap 20%-a. (Kivéve, ha a megrendelő az Sza tv. szerint egyéni vállalkozónak nem minősülő magánszemély.)

A mai ismereteink szerint a legnagyobb internetes felületeket üzemeltető nemzetközi cégek, illetve több hazai médiacég - várhatóan - nem ad ki nyilatkozatot, így az ilyen reklámokat igénybe vevő vállalkozásoknak számolniuk kell azzal, hogy ők válhatnak a reklámadó alanyává, bevallási és adófizetési kötelezettségük keletkezhet, de csak akkor, ha havi szinten túllépi a 2.500.000 forintos értékhatárt. (Bár gondolhatnánk, hogy lehetséges a reklám közzétételére vonatkozó számlák befogadásának időpontjával trükközni, hogy ne érje el a megrendelő az adott értékhatárt. Nem szabad azonban elfelejtenünk arról a tényről, hogy főleg a hazai, a számlát kibocsátó ún. közzevő céget is köti a Ptk. teljesítésre, illetve az áfa törvény számlázásra vonatkozó előírása, így a számla kézhezvétele is viszonylag kötött.)

Következmények:

- Ez az adófizetési kötelezettség megdrágítja a reklámot. Célszerű a budget tervezésénél a közzevők nyilatkozattételi szándéka felől előre információt beszerezni.
- Abban az esetben, ha közvetítő is van a közzevő és a megrendelő között, akkor – nyilatkozat hiányában - a közvetítő lesz az adóalany, s ő fogja az adóval növelten a közzétételi díjat továbbszámlázni a megrendelő felé.
- Számolni lehet a reklámokat közzevő vállalkozások szervezeti átalakulásával, a vonatkozó szerződések (ÁSZF) megváltoztatásával, mert ők is adóminimalizálásra törekcsenek. Ez a megrendelők felé akár áremeléssel, akár az eddigi kialakult feltételek megváltozásával is együtt járhat.

**Ha a közzevő nem ad nyilatkozatot** (akár arról, hogy az adót megfizeti, akár arról, hogy nem kötelezett reklámadó

fizetésére, mert pl. nem éri el az éves 500 milliós értékhatárt), akkor belép a megrendelői oldalon egy további szankció. A megrendelő a reklám közzétételére fordított teljes költségét nem számolhatja el a vállalkozás költségei között, azaz év végén a teljes közzétételi költséggel meg kell emelni a társasági adó alapját. Így a reklám közzétételi díjat társasági adó is terheli. Hangsúlyozni szeretnénk, hogy ez az adóalap korrekció a közzétételi díj első forintjától életbe lép, a nyilatkozatot nem adó(k) által számított közzétételi költség egészére vonatkozik.

Következmények:

- Célszerű a vállalkozások reklámtevékenységének (megrendelés, bonyolítás, dokumentálás, stb.) egy – lehetőleg szakember – kezébe történő összpontosítása, mert csak így biztosítható az adó minimalizálása.
- Minden közzétételt megrendelő vállalkozásnak érdeke a közzetevők nyilatkozatairól megfelelő analitikus nyilvántartást vezetni. Ennek a könyveléssel összhangban kell lennie.
- Számolni kell azzal, hogy amennyiben a közzetevő megrendelője egy ügynökség, s a közzetevő nem ad nyilatkozatot, akkor az ügynökség szolgáltatása – vélhetően – meg fog drágulni, mert az áterhelt reklámadó mellett a nála keletkező társasági adó többletet is érvényesíteni fogja az árakban.

A reklámadó sarkalatos pontja a **szereplőknek (közzetevő, megrendelő) a helyes beazonosítása**. Ez nélkül nem lehet a valós fizetési kötelezettséget megállapítani. Nehezíti a helyzetet, hogy sok esetben egész megrendelői láncolatot kell feltérképezni.

A reklámadóval kapcsolatosan számos értelmezés – esetleg jogszabályváltozás – láthat még napvilágot. Minden vállalkozásnak az adott időpontban hatályos törvényszöveg alapján kell eljárnia.

A reklámadónak az optimális kezeléséhez nélkülözhetetlen a vonatkozó szerződések és gyakorlatok felülvizsgálata. Ezekben a kérdésekben célszerű jogász, adótanácsadó, könyvelő és reklámszakember együttes igénybevétele ahhoz, hogy az adott vállalkozásnak (légyen az közzetevő, közvetítő vagy megrendelő) a lehető legkevesebb adófizetési kötelezettsége keletkezzen.

Budapest, 2014. szeptember 02.

Tisztelettel:

*dr. Sallai Csilla*

*Kamarai tag könyvvizsgáló*

*A honlapon található írások figyelem felhívó jelleggel készültek és tájékoztatásul szolgálnak. Felhívjuk a figyelmet honlapunk jogi nyilatkozatában foglaltakra, amely szerint írásainkban szereplő információk nem helyettesítik a szakmai tanácsadást és nem szolgálnak bármely döntés vagy cselekmény alapjául, azokat a konkrét esetekben mindenki csak a saját kockázatára használhatja fel, illetve az érintett szabályok kivonatos ismertetése, értelmezése miatt nem vállalhatunk felelősséget*