



Przeczytaj w tym wydaniu:

- > Płatnikiem PIT od nagród wydawanych w ramach akcji promocyjnych jest podmiot finansujący akcję
- > Sprzedaż miejsca na cele reklamowe w Internecie jest opodatkowana 8,5% stawką ryczałtu
- > Usługa zarządzania profilami klientów na portalach społecznościowych z 23 stawką VAT
- > Opłaty alkoholowe nie tylko od producentów i dystrybutorów
- > Bony towarowe przyznane respondentom za wzięcie udziału w ankiecie nie podlegają zwolnieniu z podatku dochodowego
- > Nagroda w programie lojalnościowym a zwolnienie z PIT
- > Limit 2000 PLN, do którego przysługuje zwolnienie nagród z PIT, liczony jest odrębnie dla każdej przyznanej nagrody
- > Wydatki na nagrody przyznane w programie motywacyjnym
- > Wydatki na spotkania integracyjne współpracowników nie stanowią kosztów uzyskania przychodów.

> **Płatnikiem PIT od nagród wydawanych w ramach akcji promocyjnych jest podmiot finansujący akcję**

Agencja reklamowa zajmuje się organizowaniem działań marketingowych na zlecenie i koszt przedsiębiorców. Zleceniodawcy będą finansowali przeprowadzenie i realizację akcji promocyjnej, zaś faktycznym i oficjalnym jej organizatorem wydającym nagrody zwycięzcom będzie agencja. Wątpliwości powzięte przez wnioskodawcę dotyczyły tego, kto będzie płatnikiem podatku PIT w związku z wydawanymi nagrodami. Zdaniem agencji, to ona będzie zobowiązana do obliczenia, pobrania i wpłacenia podatku. Dyrektor Krajowej Informacji Skarbowej nie podzielił opinii wnioskodawcy stwierdzając, że płatnikiem w tym przypadku będzie przedsiębiorca, na zlecenie którego organizowana jest akcja promocyjna. Swoje stanowisko argumentował tym, że to

zleceniodawca podnosi ekonomiczny ciężar przekazywanych nagród.

Interpretacja indywidualna Dyrektora KIS z dnia 17.03.2022 r. (sygn. 0113-KDIPT2-3.4011.1105.2021.2.MS)

- > **Sprzedaż miejsca na cele reklamowe w Internecie jest opodatkowana 8,5% stawką ryczałtu**

W ramach prowadzonej działalności, wnioskodawca zajmuje się marketingiem afiliacyjnym w Internecie. Wynajmuje on powierzchnię reklamową na swojej stronie internetowej oraz w mediach społecznościowych. Jeżeli potencjalny klient, będąc na stronie internetowej wnioskodawcy, wybierze kursorem hiperłącze przenoszące go na stronę internetową sklepu, a następnie dokona tam zakupu, wnioskodawca otrzymuje wynagrodzenie. Przedsiębiorca zapytał Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej, czy prowadzona przez niego działalność może być opodatkowana ryczałtem o stawce 8,5%. W udzielonej odpowiedzi Dyrektor KIS potwierdził taką możliwość.

Interpretacja Indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej z dnia 25.02.2022 r. (sygn. 0115-KDIT1.4011.862.2021.2.MK)

- > **Usługa zarządzania profilami klientów na portalach społecznościowych z 23% stawką VAT**

Wnioskodawca zajmuje się prowadzeniem profili swoich klientów na portalach społecznościowych. Świadczone usługi polegają w szczególności na dokonywaniu wpisów, odpowiadaniu na komentarze internautów oraz przygotowywaniu fotogalerii. Zarządzanie ww. profilami ma na celu zwiększenie sprzedaży oraz kreowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstw (klientów podatnika). Klientami wnioskodawcy

są osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą oraz spółki. Podatnik zapytał organ podatkowy o właściwą stawkę VAT do opodatkowania świadczonych przez niego usług. Dyrektor Krajowej Informacji Skarbowej, w wydanej informacji zakwalifikował usługę zarządzania profilami do działu 73 Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług obejmującej „Usługi reklamowe, usługi badania rynku i opinii publicznej” opodatkowanej według stawki 23% VAT.

Wiążąca Informacja Stawkowa Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej z dnia 14.03.2022 (sygn. 0112-KDSL1-1.440.312.2021.2.JB)

- > **Opłaty alkoholowe nie tylko od producentów i dystrybutorów**

Z wnioskiem o interpretację do Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej wystąpiła spółka zajmująca się organizowaniem programów lojalnościowych i motywacyjnych, konkursów, akcji promocyjnych i innych wydarzeń mających na celu reklamę produktów i marek swoich klientów. Jeden z klientów spółki jest przedsiębiorcą będącym producentem napojów alkoholowych. Wnioskodawca świadczy na jego rzecz usługę polegającą na organizacji loterii promocyjnej piwa.

Konsument, dokonując zakupu produktów klienta, przystępuje do loterii dokonując odpowiedniego zgłoszenia na stronie internetowej stworzonej przez wnioskodawcę. Po przeprowadzeniu losowania zostaje wyłoniony zwycięzca, który otrzymuje nagrody o charakterze pieniężnym lub niepieniężnym. Przedsięwzięcie ma na celu zwiększenie rozpoznawalności marki dystrybuowanego piwa. Spółka zapytała Dyrektora KIS, czy w związku z tym jest ona zobowiązana do uiszczania opłaty od reklamy napojów alkoholowych, określonej w ustawie o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi. Jednocześnie spółka założyła, że opłata będzie ciążyła na producencie napojów alkoholowych, ponieważ, jej zdaniem, czynność obsługi loterii nie powinna być traktowana jako reklama w rozumieniu

powyższej ustawy. W udzielonej odpowiedzi Dyrektor Krajowej Informacji Skarbowej nie zgodził się ze stanowiskiem spółki, wyjaśniając, że poprzez reklamę napojów alkoholowych należy rozumieć publiczne rozpowszechnianie znaków towarowych napojów alkoholowych lub ich producentów. Tym samym, nieprawidłowe jest stwierdzenie, że podmiot któremu została zlecona organizacja reklamy nie może być obciążony przedmiotową opłatą. Nie ma przy tym znaczenia, że działał on według wskazówek i na podstawie materiałów udostępnionych mu przez zleceniodawcę loterii.

Interpretacja indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej z dnia 28.02.2022 r. (sygn. 0111-KDIB3-2.4012.32.2022.1.SR)

> Bony towarowe przyznane respondentom za wzięcie udziału w ankiecie nie podlegają zwolnieniu z podatku dochodowego

Podmiot będący uczelnią publiczną, w ramach działalności naukowej prowadzi badania opinii publicznej, polegające na przeprowadzaniu wywiadów kwestionariuszowych wśród wylosowanej próby potencjalnych respondentów. W zależności od tematu badania, wypełnienie ankiety lub kwestionariusza trwa od kilku minut, do nawet kilku godzin. Aby zachęcić wylosowane według ustalonej metodologii badania osoby do wypełniania ankiety i szczerzej odpowiedzi na zadane pytania, uczelnia wręcza respondentom różnego rodzaju upominki lub bony towarowe. Czasami, uczelnia przyznaje respondentom także wynagrodzenie pieniężne. Każdorazowo jednak wartość takiego bonu czy wynagrodzenia oscyluje w przedziale od 20 do 200 PLN.

Wątpliwości uczelni dotyczyły tego czy przyznawane respondentom bony towarowe mogą być zwolnione z podatku zgodnie z preferencją przewidzianą dla nieodpłatnych świadczeń otrzymywanych w związku z promocją lub reklamą (art. 21 ust. 1 pkt 68a ustawy o PIT). Dyrektor Krajowej Informacji

Skarbowej nie zgodził się na zastosowanie przedmiotowego zwolnienia w odniesieniu do przekazywanych uczestnikom ankiet bonów, stwierdzając, że przepis ten może mieć zastosowanie tylko jeżeli zostaną spełnione łącznie następujące przesłanki:

- świadczenie będzie miało charakter nieodpłatny,
- świadczenie będzie pozostawać w związku z promocją lub reklamą świadczeniodawcy,
- jednorazowa wartość tego świadczenia nie będzie przekraczać 200 zł,
- świadczenie nie będzie dokonywane na rzecz pracownika świadczeniodawcy lub osoby związanej z nim stosunkiem cywilnoprawnym.

Biorąc pod uwagę stan faktyczny przedstawiony przez uczelnię, przekazanie bonu respondentom nie będzie miało charakteru nieodpłatnego. Istotą nieodpłatnego świadczenia jest bowiem to, że podmiot otrzymujący świadczenie nie jest zobowiązany do żadnego wzajemnego świadczenia względem świadczeniodawcy. Uzyskiwane bony towarowe pełnią funkcję gratyfikacyjną, a ich otrzymanie jest uzależnione od wzięcia udziału w badaniu. Ich wartość nie będzie zatem zwolniona z podatku dochodowego.

Interpretacja indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej z dnia 14.09.2021 r. (sygn. 0113-KDIPT2-3.4011.516.2021.2.ID)

> Nagroda w programie lojalnościowym a zwolnienie z PIT

Wnioskodawcą jest spółka prowadząca działalność w zakresie organizacji i obsługi programów lojalnościowych. Celem takich programów jest promocja produktów klienta spółki oraz zwiększenie jego sprzedaży. Zarejestrowani w programach lojalnościowych konsumenci ostatecznie nabywający produkty, przy każdym zakupie nabywają określoną ilość punktów. Punkty przeliczane są na określoną

wartość pieniężną, a następnie wypłacane przez uczestnika lub wymieniane na wybraną nagrodę. Spółka wystąpiła z zapytaniem do Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej o podatkowe konsekwencje wydania nagród klientom, wyrażając pogląd, iż:

- otrzymywane przez klientów nagrody mogą być zwolnione z podatku na podstawie art. 21 ust. 1 pkt 68 ustawy o PIT,
- jako osobną nagrodę związaną ze sprzedażą premiovą należy traktować kwotę zasilenia karty przedpłaconej, kwotę przelewu środków pieniężnych na rachunek bankowy lub wartość wydanej nagrody rzeczowej.

Dyrektor KIS potwierdził prawidłowość stanowiska wnioskodawcy.

Interpretacja indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej z dnia 17.02.2022 r. (0112-KDIL2-1.4011.1067.2021.2.MKA)

- > **Limit 2000 PLN, do którego przysługuje zwolnienie nagród z PIT, liczony jest odrębnie dla każdej przyznanej nagrody**

Podatnik jest instytucją kultury zajmującą się m.in. organizacją wydarzeń kulturalnych i przedsięwzięć artystycznych, w skład których niejednokrotnie wchodzi szereg konkursów kompozytorskich, filmowych, literackich oraz innych konkursów okolicznościowych. Każdy konkurs przewiduje kilka kategorii nagród np. nagroda publiczności, nagroda za najlepszy występ według jury itp. Uczestnictwo w konkursach nie musi ograniczać się jedynie do jednej kategorii. Każdy z uczestników ma prawo przystąpić do konkursu i uzyskać nagrodę w kilku kategoriach jednocześnie.

W związku z tym, podatnik zapytał Dyrektora KIS czy wartość nagród otrzymanych przez jednego laureata w dwóch różnych kategoriach tego samego konkursu należy zsumować, czy należy traktować je jako dwie odrębne nagrody

niepodlegające sumowaniu. Ma to znaczenie dla możliwości zastosowania zwolnienia przewidzianego w art. 21 ust. 1 pkt 68 ustawy o PIT. Podatnik stanął na stanowisku, że dla potrzeb wskazanego zwolnienia wartość każdej z nagród przyznanych uczestnikowi w ramach danego konkursu powinna być rozpatrywana oddzielnie. W udzielonej odpowiedzi Dyrektor KIS potwierdził prawidłowość stanowiska podatnika.

Interpretacja indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej z dnia 14.01.2022 r. (sygn. 0113-KDIPT2-3.4011.879.2021.2.RR)

- > **Wydatki na nagrody przyznane w programie motywacyjnym**

Z wnioskiem o interpretację zwróciła się spółka, prowadząca działalność w zakresie realizacji projektów związanych z wykonywaniem prac na elewacjach oraz pokryciach dachowych. Spółka współpracuje z innymi przedsiębiorcami, którzy pełniąc rolę pośredników, sprzedają usługi świadczone przez Spółkę klientom. W zamian za to, pośrednicy otrzymują prowizję w określonej wysokości. Aby zwiększyć sprzedaż swoich usług, spółka zamierza przeprowadzić wśród swoich kontrahentów konkurs. Jego zwycięzcami mają być pośrednicy, którzy odnotowali największe wyniki w sprzedaży usług spółki.

Wątpliwości spółki dotyczą tego czy wydatki poniesione przez nią na zakup nagród stanowią koszty uzyskania przychodu. Zdaniem wnioskodawcy wydatki te będą stanowić koszty uzyskania przychodu, ponieważ zostały poniesione w celu uzyskania przychodu, pozostają w związku z prowadzoną działalnością oraz są gospodarczo i ekonomicznie uzasadnione. Dyrektor KIS zgodził się ze stanowiskiem spółki, nie widząc przeszkód, aby przedmiotowe wydatki zostały zaliczone przez podatnika do jego kosztów podatkowych, o ile tylko zostały rzeczywiście poniesione.

Interpretacja indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej z dnia

23.03.2022 r. (sygn. 0111-KDIB1-2.4010.682.2021.4.MZA)

18.02.2022 r. (sygn. 0111-KDIB1-1.4010.665.2021.1.SH).

> Wydatki na spotkania integracyjne współpracowników nie stanowią kosztów uzyskania przychodów

Spółka prowadzi działalność w branży IT, zajmując się tworzeniem i rozwojem oprogramowania komputerowego oraz oprogramowaniem na telefony komórkowe. W tym celu, spółka nawiązuje współpracę z zewnętrznymi podmiotami, w szczególności z osobami prowadzącymi działalność gospodarczą, które pracują dla spółki na podstawie umowy B2B lub na podstawie umów cywilnoprawnych. Osoby te, w przeważającej mierze pracują w sposób zdalny, wobec czego nie mają możliwości nawiązania rzeczywistych relacji koleżeńskich. W celu wzmocnienia pozytywnych relacji w zespołach oraz zwiększenia lojalności tych osób wobec spółki, oraz w zamiarze wzrostu motywacji i efektywności pracy, spółka planuje organizację spotkań integracyjnych. Wątpliwości wnioskodawcy dotyczą tego, czy wydatki poniesione na organizację takich spotkań integracyjnych mogą być zaliczone do kosztów uzyskania przychodów.

W udzielonej odpowiedzi Dyrektor Krajowej Informacji Skarbowej odrzucił taką możliwość. Jego zdaniem, tego rodzaju wydatki nie mogą zostać uznane za koszty uzyskania przychodów, ponieważ są one wydatkami o charakterze reprezentacyjnym. Ich celem, w opinii Dyrektora KIS, jest tworzenie lub poprawa wizerunku przedsiębiorcy wobec osób trzecich, niebędących pracownikami Wnioskodawcy. Osoby współpracujące ze spółką na podstawie umów B2B są na gruncie prawnym podmiotem równorzędnym i niezależnym, a zatem wydatki poniesione na organizację imprezy integracyjnej stanowią wydatki na reprezentację, wyłączone z kosztów uzyskania przychodów.

Interpretacja indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej z dnia

Opracowanie

JKDP Kancelaria Doradztwa Podatkowego

Jerzy Kuprianowicz

doradca podatkowy nr wpisu 11980

Dane kontaktowe

ul. Hetmańska 79/1

15-727 Białystok

tel.: +48 504-405-304

biuro@jkdp.pl

www.jkdp.pl

Chcesz otrzymywać ten Newsletter na e-mail?

Zapisz się na stronie www.jkdp.pl

Zapraszamy

Przedmiotowy Newsletter ma charakter bezpłatny i jest dostępny dla użytkowników poczty e-mail, którzy potwierdzili chęć otrzymywania Newslettera oraz nie prowadzą działalności konkurencyjnej względem autora niniejszego opracowania (tj. usług doradztwa podatkowego).

Przedstawiona treść Newslettera nie stanowi porady ani opinii podatkowej w rozumieniu ustawy o doradztwie podatkowym.