

> **Udział osób trzecich w imprezie firmowej jako koszt uzyskania przychodu**

Spółka zamierza rozliczać w kosztach podatkowych wydatki związane z organizacją imprez o charakterze marketingowym w postaci pikników, w których biorą udział pracownicy i ich rodziny, osoby zatrudnione na podstawie umów cywilnoprawnych oraz emerytowani pracownicy. W wydarzeniu uczestniczyć będą również przedstawiciele organizacji non-profit (np. ZHP, PCK) wspieranych przez spółkę, a także podopieczni tych organizacji. W wydanej interpretacji organ wyraził opinię, iż wydatki związane z organizacją wspomnianych wydarzeń mogą być kosztem uzyskania przychodów, z wyłączeniem wydatków w części dotyczącej zapraszanych osób związanych z organizacjami non-profit.

Interpretacja została zaskarżona do sądu I instancji, który oddalił skargę spółki. Skarga kasacyjna również okazała się być nieskuteczna. Zdaniem NSA, o ile promowanie przez Spółkę zdrowego stylu życia zasługuje na aprobatę, o tyle działalność ta nie zachęca potencjalnych klientów do zakupu produktów spółki w postaci komponentów dla przemysłu motoryzacyjnego, gdyż podczas pikniku reklama będzie skierowana do grona odbiorców niezwiązanych z branżą motoryzacyjną.

Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 06.11.2019 r. (sygn. akt II FSK 1359/19)

> **Obowiązki agencji przy organizacji programu lojalnościowego**

Wnioskodawca zajmuje się organizacją i zarządzaniem programem lojalnościowym na zlecenie swojego klienta będącego producentów wyrobów wykorzystywanych przez firmy budowlane przy realizacji suchej zabudowy wewnątrz. Program lojalnościowy adresowany jest do firm wykonawczych specjalizujących się w tego rodzaju zabudowach, które wykorzystują produkty klienta wnioskodawcy. W związku z zakupem produktów klienta, firmy wykonawcze otrzymują

punkty, które mogą wymienić na nagrody w postaci: i) nagród pieniężnych w formie kart przedpłaconych, ii) voucherów na usługi w postaci bonów jednego i różnego przeznaczenia, iii) nagrody rzeczowe (w tym nagrody rzeczowe wymienione w załączniku nr 15 do ustawy o VAT, tj. towary objęte mechanizmem podzielonej płatności).

We wniosku o interpretację podatnik zadał szereg pytań dotyczących konsekwencji podatkowych związanych z organizacją programów lojalnościowych.

W interpretacji dotyczącej podatku dochodowego organ potwierdził stanowisko podatnika uznając, że:

- program ten stanowi sprzedaż premią i nie zmienia tego faktu, iż spółka – jako zarządzający programem – działa na zlecenie swego klienta, zaś sprzedaż produktów dokonywana jest przez dystrybutorów hurtowych oraz sprzedawców detalicznych,
- uzyskanie dodatkowych punktów za działania niezwiązane z zakupami produktów (np. udział w quizach) nie wpływa na ocenę programu jako „sprzedaży premiowej”,
- nagrody otrzymywane przez osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą stanowią przychód tych osób ze źródła działalności gospodarczej, w związku z czym, na spółce nie ciąży obowiązek poboru 10% zryczałtowanego podatku od nagród.

Z kolei, w interpretacji indywidualnej wydanej na gruncie podatku VAT organ stwierdził, że:

- zapłaty za wydane uczestnikom programu nagrody dokonuje co prawda klient wnioskodawcy, a nie uczestnik programu, to jednak zapłata ta nie stanowi wynagrodzenia za dostawę nagród na rzecz klienta, gdyż klient, w żadnym momencie, nie jest beneficjentem przekazywanych nagród, w związku z czym, w celu udokumentowania otrzymanych od klientów środków pieniężnych tytułem pokrycia wartości nabywanych i

wydawanych uczestnikom nagród, wnioskodawca może posłużyć się notą obciążeniową lub innym dokumentem księgowym,

- wnioskodawca ma obowiązek udokumentowania wydania nagród za pomocą faktury w odniesieniu do nagród wydawanych uczestnikom będących podmiotami prowadzącymi działalność gospodarczą, przy czym jako nabywcę towarów/usług będących przedmiotem nagrody należy wskazać uczestnika programu,
- wystawiona przez wnioskodawcę faktura dokumentująca wydanie nagród rzeczowych będących towarami wymienionymi w załączniku nr 15 do ustawy o VAT, gdy kwota należności ogółem przekracza 15 tys. PLN, powinna zawierać adnotację „mechanizm podzielonej płatności”,
- za prawidłowe należy uznać postępowania wnioskodawcy, który wystawiając fakturę dokumentującą wydanie uczestnikowi nagrody wskaże na fakturze dane klienta jako podmiotu dokonującego płatności,
- czynność przekazania przez wnioskodawcę uczestnikom nagród w postaci kart przedpłaconych oraz bonów różnego przeznaczenia nie będzie stanowiło czynności podlegającej opodatkowaniu, w związku z czym wartości tego typu nagród nie należy wliczać do podstawy opodatkowania z tytułu usługi organizacji programu,
- wnioskodawcy przysługuje prawo do odliczenia podatku naliczonego VAT z tytułu nabycia bonów jednego przeznaczenia, które są następnie przekazywane na rzecz uczestników w ramach programu.

Interpretacja indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej z dnia 5.06.2020 (sygn. 0114-KDIP3-1.4011.186.2020.4.MK1)

Interpretacja indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej z dnia 10.06.2020 r. (sygn. 0114-KDIP1-3.4012.125.2020.5.ISK)

> Moment zaliczenia do kosztów błędnie wystawionej faktury

Spółka zajmująca się produkcją oraz dystrybucją alkoholu, nabywa w ramach prowadzonej działalności materiały marketingowe służące wsparciu sprzedaży. W momencie zakupu materiałów, są one wprowadzane na stan magazynu, z którego są stopniowo zdejmowane w miarę zapotrzebowania i zużycia w trakcie realizowanych działań promocyjnych. Część z zakupionych materiałów jest wykorzystywana w kolejnym roku podatkowym po ich zakupie. Akcje promocyjne prowadzone z wykorzystaniem wspomnianych materiałów nie są powiązane bezpośrednio z konkretną sprzedażą produktów. Oprócz zakupu materiałów reklamowych Spółka nabywa również usługi o charakterze marketingowo-promocyjnym, które dokumentowane są przy pomocy faktur VAT. W praktyce zdarza się, że faktury są księgowane przez Spółkę z opóźnieniem, co wynika z następujących przyczyn: i) brak dowodów potwierdzających wykonanie usługi – faktura jest rozliczana dopiero po uzupełnieniu dokumentów, ii) błędne kwoty na fakturze – rozliczenie faktury następuje dopiero po otrzymaniu korekty, iii) brak systematyczności w rozliczaniu faktur przez osoby odpowiedzialne z zakup, iv) błędnie wprowadzone zamówienia, co oznacza błędą dekretacją faktury – faktura jest rozliczana dopiero po wyjaśnieniu wątpliwości umożliwiających prawidłową dekretację.

Na gruncie opisanego stanu faktycznego podatnika zadał pytanie o moment zaliczenia kosztu zakupu materiałów oraz usług promocyjno-marketingowych do kosztów uzyskania przychodu na podstawie faktur księgowanych z opóźnieniem.

W wydanej interpretacji Dyrektor KIS podzielił pogląd wnioskodawcy, iż wydatki ponoszone na nabycie materiałów marketingowych mają charakter kosztów pośrednich, ponieważ nie mają bezpośredniego odniesienia w uzyskiwanych przychodach. O momencie zaliczenia tego rodzaju wydatków do kosztów podatkowych decydują przepisy prawa

podatkowego, a nie sposób ich księgowania na potrzeby prawa bilansowego. W konsekwencji, zdaniem organu, podatnik jest zobowiązany do rozpoznania dla celów podatkowych kosztów o pośrednim charakterze w dacie, pod którą dany wydatek zostanie ujęty w księgach rachunkowych bez względu na rodzaj konta na jakim zostanie dokonany zapis księgowy (z wyjątkiem sytuacji, gdyby dotyczyło to rezerw albo biernych rozliczeń międzyokresowych kosztów). W zakresie kosztów nabywanych usług promocyjno-marketingowych organ stwierdził, że koszt z tym związany będzie mógł być uznany za poniesiony również w momencie jego zaksięgowania (np. poprzez ujęcie w tzw. dzienniku), a nie w momencie ustalenia jego prawidłowej wysokości.

Interpretacja indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej z dnia 29.04.2020 r. (sygn. 0111-KDIB1-2.4010.89.2020.1.BG)

> Zakupu alkoholu nie rozliczysz w kosztach

We wniosku o interpretację podatnik zapytał o możliwość zaliczenia do kosztów uzyskania przychodów wydatków na nabycie produktów spożywczych oraz usług gastronomicznych i cateringowych na potrzeby organizowanych spotkań wewnętrznych oraz spotkań biznesowych (z kontrahentami). W wydanej interpretacji organ uznał, że Spółka jest uprawniona do ujęcia w kosztach podatkowych:

- usług gastronomicznych, usług cateringowych oraz gotowych posiłków, a także artykułów spożywczych (takich jak: kawa, herbata, ciastka, soki, miód, imbir, woda i owoce),
- cukierków udostępnianych klientom spółki w ramach prowadzonych w sklepach stacjonarnych działań promocyjnych.

Organ nie zgodził się natomiast na rozpoznanie do celów podatkowych:

- usług gastronomicznych, usług cateringowych oraz gotowych posiłków, a także artykułów spożywczych (takich

jak np. kawa, herbata, ciastka, soki, miód, imbir, woda i owoce) na rzecz osób zatrudnionych na podstawie umów cywilnoprawnych i osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą (stali współpracownicy),

- alkoholu, który jest udostępniany osobom zatrudnionym w spółce podczas spotkań integracyjnych,
- artykułów spożywczych (w tym alkoholu) przekazywanych kontrahentom jako prezenty.

Interpretacja indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej z dnia 30.04.2020 r. (sygn. 0114-KDIP2-1.4010.37.2020.4.KS)

> Nagroda w konkursie jako nieodpłatne świadczenie

Nagrody otrzymane w konkursach organizowanych przez przedsiębiorców w celu reklamy korzystają ze zwolnienia z podatku na podstawie art. 21 ust. 1 pkt 68a ustawy o PIT jako nieodpłatne świadczenie otrzymane od świadczeniodawcy w związku z jego promocją, pod warunkiem, że

- wartość tej nagrody nie przekracza 200 PLN,
- beneficjent nagrody uzyskał ją bez związku z prowadzoną działalnością,
- osoba ta nie jest zatrudniona przez organizatora na podstawie umowy o pracę lub umowy cywilnoprawnej.

Interpretacja indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej z dnia 21.04.2020 r. (sygn. 0461-ITPB2.4511.1076.2016.8.20-S.ENB)

> Miejsce świadczenia usług merchandisingowych

Podmiot świadczący usługi merchandisingowe w sklepach wielkopowierzchniowych zlokalizowanych na terenie Polski oraz UE zapytał w trybie wniosku o interpretację o miejsce opodatkowania wykonywanych usług. W wydanej interpretacji organ uznał, że wspomniane usługi nie mają bezpośredniego

związku z nieruchomościami, w efekcie czego, do usług tych nie znajduje zastosowania przepis art. 28e ustawy o VAT. W opinii organu, miejsce świadczenia tych usług należy ustalić w oparciu o regułę ogólną wyrażoną w art. 28b ustawy o VAT, wedle której krajem opodatkowania usługi świadczonej na rzecz innego podatnika jest kraj siedziby nabywcy usługi.

Interpretacja indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej z dnia 20.04.2020 r. (sygn. 0113-KD IPT1-2.4012.89.2020.2.JS)

> **Opodatkowanie nagrody w konkursie organizowanym za granicą**

Nagroda w loterii organizowanej przez spółkę słowacką uzyskana przez osobę fizyczną mającą miejsce zamieszkania na terytorium Polski (tzw. polski rezydent podatkowy), zgodnie z art. 22 ust. 1 umowy między Polską a Słowacją w sprawie unikania podwójnego opodatkowania, podlega opodatkowaniu wyłącznie w Polsce. Organ wyjaśnił, że wartość nagrody powinna zostać zadeklarowana przez podatnika w formularzu PIT-36 oraz załączniku PIT-ZG jako dochód z innych źródeł uzyskanych za granicą.

Interpretacja indywidualna Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej z dnia 23.06.2020 r. (sygn. 0113-KD IPT2-3.4011.312.2020.3.IR)

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.