

kancelarie rp



kancelarierp.pl

Kancelarie RP to nowa jakość w usługach prawniczych. Sieć prawna zrzesza dynamicznie rozwijające się, w pełni niezależne kancelarie ze wszystkich województw, a doświadczeni specjaliści udzielają kompleksowej pomocy prawnej.

OBOWIĄZKI

Podatek piwny może być zaskoczeniem

Część przedsiębiorców nie zdaje sobie sprawy, że podanie klientowi piwa w kuflu z logo producenta czy postawienie w sklepie opatrzonej nim lodówki, może wiązać się dodatkowym zobowiązaniem finansowym.

NATALIA GAWEL

Przepisy ustawy z 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, określające zasady prowadzenia reklamy napojów alkoholowych, pomimo że obowiązują od dawna, to jednak w praktyce nieustannie wywołują wiele wątpliwości. Dotyczą one m.in. tzw. podatku piwnego i określają w szczególności kto i kiedy powinien go uiszczać.

Reklama napojów

Podatek piwny to opłata, jaką zobowiązane są uiszczać podmioty świadczące usługę reklamy napojów alkoholowych. Obowiązek jego zapłaty dotyczy reklamy wszystkich rodzajów napojów alkoholowych, tj. zarówno piwa, jak i alkoholi mocnych.

Reklama w rozumieniu ww. ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi ma inne, szersze znaczenie niż powszechne rozumienie tego pojęcia. Co do zasady bowiem reklama, w powszechnym rozumieniu tego słowa, ma zachęcać do nabywania produktów lub korzystania z usług poprzez zastosowanie elementów namowy lub perswazji, oddziałujących na emocje odbiorcy. Na gruncie omawianej regulacji prawnej zachęcanie do nabywania napojów alkoholowych jest natomiast zakazane. Intencją ustawodawcy, co zresztą wynika z samego tytułu ustawy, było bowiem propagowanie trzeźwości. Dlatego w jej rozumieniu, reklamą napojów alkoholowych jest każde publiczne rozpowszechnianie znaków towarowych napojów alkoholowych lub symboli graficznych z nimi związanych, a także nazw i symboli graficznych przedsiębiorców produkujących napoje alkoholowe, nieróżniących się od nazw i symboli graficznych napojów alkoholowych, służące popularyzowaniu znaków towarowych napojów alkoholowych. Tak sformułowana definicja pozwala na pobieranie za każdą formę propagowania znaków towarowych napojów alkoholowych (nawet, jeżeli nie ma charakteru perswazyjnego, choć to zdarza się rzadko) daniny w postaci podatku piwnego.

W gazetkach, na bilbordach i na półkach

W kontekście przytoczonej definicji, reklamą napojów alkoholowych będą działania takie jak prezentowanie napojów alkoholowych w gazetkach promocyjnych, na bilbordach, na plakatach, czy eksponowanie ich na półkach sklepowych. Przy czym należy pamiętać, że działania te można sprzedawać tylko na terenie pomieszczeń hurtowni, wydzielonych stoisk lub punktów prowadzących wyłącznie sprzedaż napojów alkoholowych oraz punktów prowadzących sprzedaż napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia w miejscu sprzedaży. Na zewnątrz pomieszczeń/budynków, np. na bilbordach, można reklamować wyłącznie piwo, jednak pod warunkiem, że 20 proc. powierzchni reklamy zajmują widoczne i czytelne napisy informujące o szkodliwości spożycia alkoholu lub o zakazie sprzedaży alkoholu małoletnim.

Co istotne, za reklamę napojów alkoholowych nie uważa się informacji używanych do celów handlowych pomiędzy przedsiębiorcami zajmującymi się produkcją, obrotem hurtowym i handlem napojami alkoholowymi (np. przesyłanych pomiędzy nimi ofert handlowych).

Konieczność zapłaty

Obowiązek wnoszenia opłaty za świadczenie usług będących reklamą napojów alkoholowych, a więc za rozpowszechnianie znaków towarowych napojów alkoholowych, dotyczy wszystkich podmiotów, które reklamę rozpowszechniają na zlecenie innego podmiotu (tj. zamieszczają na bilbordach, na łamach gazet, nadają przez radio i TV, itp.). Obowiązkiem tym objęte są także punkty sprzedaży napojów alkoholowych do spożycia w miejscu sprzedaży (np. puby, restauracje), jak i poza miejscem sprzedaży (sklepy detaliczne, hurtownie), jeżeli podejmują działania zmierzające do publicznego rozpowszechniania znaków towarowych napojów alkoholowych. Świadczą one bowiem usługę reklamy na rzecz producentów tych napojów. Przykładowo, w ślad za wyrokiem Naczelnego Sądu Administracyjnego w Warszawie,

ZDANIEM AUTORKI

Natalia Gawel

advokat w Kancelarii KSP Legal & Tax Advice



Należy zadbać o precyzyjne postanowienia umowne

Przepisy dotyczące opłaty za świadczenie usług będących reklamą napojów alkoholowych, pomimo, że funkcjonują w polskim systemie prawnym od dawna, ciągle wywołują wiele wątpliwości interpretacyjnych. Dotyczą one w szczególności tego, kto i za co powinien płacić. Wielu przedsiębiorców nie jest bowiem w stanie pogodzić się z tym, że podanie klientowi piwa w kuflu z logo producenta, czy postawienie w sklepie lodówki opatrzonej takim logo, skutkuje po ich stronie powstaniem dodatkowych zobowiązań finansowych. Rozwiązaniem w tym zakresie może być skonstruowanie umów z producentami lub dystrybutorami napojów alkoholowych w taki sposób, by jasno z nich wynikało, co jest usługą reklamy napojów alkoholowych, a przede wszystkim, jakie wynagrodzenie przysługuje z tego tytułu przedsiębiorcy, który ją świadczy. Pozwoli to w sposób precyzyjny ustalić wysokość podatku piwnego i w terminie go zapłacić. Nie budzi bowiem wątpliwości, że każdy, kto propaguje znaki towarowe napojów alkoholowych, będzie musiał to uczynić.

z 31 marca 2015 r. (II FSK 707/13) obowiązek zapłaty podatku piwnego powstanie w przypadku sprzedaży w pubie piwa w kuflach z logo producenta napoju alkoholowego, czy dystrybuowania w lokalu podkładek pod kufle z takim logo.

Do zapłaty podatku piwnego nie są natomiast zobligowane podmioty wykonujące same prace pomocnicze towarzyszące procesowi reklamy. Jak wskazał Naczelny Sąd Administracyjny w wyroku z 11 stycznia 2013 r. (II FSK 988/11), obowiązek ten nie obciąża podmiotu wynajmującego powierzchnię reklamową, gdy sam nie zamieszcza na niej reklamy, lecz we własnym zakresie robi to jej najemca.

Wysokość daniny

Stawka podatku piwnego wynosi 10 proc. Podstawą do obliczenia jego wysokości jest wartość netto świadczonych usług reklamy. Wartość ta jest najczęściej określona w umowie z producentem lub dystrybutorem napojów alkoholowych. Należy jednak pamiętać, że brak zapisów w umowie w tym zakresie nie zwalnia z obowiązku zapłaty. W sytuacji bowiem, gdy podmiot podejmujący czynności polegające na publicznym rozpowszechnianiu znaków towarowych napojów alkoholowych

nie pobiera z tego tytułu wynagrodzenia od ich producenta, dochodzi do nieodpłatnego świadczenia usług. Podstawę obliczenia podatku piwnego należy wówczas ustalić w drodze szacowania. W razie niedopełnienia tego obowiązku przez podatnika podstawę opodatkowania ustali organ skarbowy.

Procedura zapłaty

Podmiot świadczący usługi będące reklamą napojów alkoholowych zobowiązany jest wystawić z tego tytułu fakturę VAT, a następnie wszystkie faktury wystawione w danym miesiącu w tym przedmiocie wyszczególnić w zbiorczej deklaracji miesięcznej (formularz DRA-1). Wypełnioną deklarację należy złożyć w urzędzie skarbowym właściwym dla rozliczenia VAT w terminie do 20. dnia miesiąca następującego bezpośrednio po miesiącu, w którym powstał obowiązek wystawienia faktury, zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług.

Opłatę z tytułu świadczenia usług reklamy napojów alkoholowych, zgodną z deklaracją DRA-1, wnosi się bezpośrednio na wyodrębniony rachunek Funduszu Zająć Sportowych dla Uczniów o numerze: 48 1130 1017 0200 0000 0013 7186, prowadzony przez Bank Gospodarstwa Krajowego.

Opłatę wnosi się najpóźniej w ostatnim dniu miesiąca, w którym powstał obowiązek złożenia deklaracji DRA-1.

Odsetki za zwłokę

Zgodnie z ustawą o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, w sprawach w niej nieuregulowanych do opłaty za usługi będące reklamą napojów alkoholowych, stosuje się odpowiednio przepisy ustawy z 29 sierpnia 1997 r. - Ordynacja podatkowa (dalej: o.p.). Stosownie do treści o.p., podatek niezapłacony w terminie stanowi zaległość podatkową. Dotyczy to także niezapłaconego podatku piwnego. Od zaległości podatkowych co do zasady naliczane są natomiast odsetki za zwłokę. Przedawnienie obowiązku zapłaty zobowiązań podatkowych (w tym podatku piwnego) następuje w terminie określonym w art. 70 ust. 1 o.p., tj. z upływem pięciu lat, licząc od końca roku kalendarzowego, w którym upłynął termin płatności podatku.

Odpowiedzialność karno-skarbowa

Opłata z tytułu świadczenia usług będących reklamą napojów alkoholowych nie bez przyczyny określana jest mianem podatku piwnego. Rzeczywiście bowiem stanowi podatek w rozumieniu art. 53 § 30 kodeksu karnego skarbowego (dalej: k.k.s.). Jak wynika z treści wskazanej regulacji, określenie „podatek” oznacza m.in. zaliczkę na podatek, ratę podatku, a także opłaty oraz inne niepodatkowe należności budżetu państwa o podobnym charakterze daninowym. W konsekwencji, niezłożenie deklaracji DRA-1 i brak zapłaty podatku piwnego może stanowić przestępstwo karno-skarbowe, o którym mowa w art. 54 § 1 k.k.s. Stosownie do treści wskazanego przepisu, nieujawnienie właściwemu organowi przedmiotu lub podstawy opodatkowania lub niezłożenie deklaracji, prowadzące do narażenia podatku na uszczuplenie, zagrożone jest karą grzywny do 720 stawek dziennych albo karą pozbawienia wolności, albo oboma tymi karami łącznie. Odpowiedzialność karno-skarbowa ulega złagodzeniu, gdy kwota podatku narażone-

go na uszczuplenie jest małej wartości.

Czynny żal

Odpowiedzialności karno-skarbowej za wskazany czyn można uniknąć składając tzw. czynny żal. Polega on na zawiadomieniu organu ścigania - na piśmie lub ustnie do protokołu - o popełnieniu czynu zabronionego, w tym ujawnieniu jego istotnych okoliczności, w szczególności osób współdziałających w jego popełnieniu. Warunkiem uniknięcia odpowiedzialności jest również uiszczenie w całości wymagalnej należności publicznoprawnej uszczuplonej popełnionym czynem zabronionym, w terminie wyznaczonym przez uprawniony organ postępowania przygotowawczego. Zaległość warto jednak uiszczyć wcześniej, żeby uniknąć dalszego naliczania odsetek. Czynny żal powinien być złożony przez osobę, która na podstawie przepisu prawa, decyzji właściwego organu, umowy lub faktycznego wykonywania zajmuje się sprawami gospodarczymi przedmiotowo odpowiedzialnego, w szczególności finansowymi, zanim organ ścigania sam poweźmie informację o popełnieniu przestępstwa.

Przedawnienie

Zgodnie z k.k.s., karalność przestępstwa skarbowego polegającego na uszczupleniu lub narażeniu na uszczuplenie należności publicznoprawnej ustaje, jeżeli od jego popełnienia upłynęło pięć lat. Jego karalność ustaje także wówczas, gdy nastąpiło przedawnienie tej należności (tj. jak już wskazywano, okres ten również wynosi pięć lat licząc od końca roku kalendarzowego, w którym upłynął termin płatności podatku). /©

rozporządzenie ministra sportu i turystyki z 1 marca 2011 r. w sprawie wzoru zbiorczej deklaracji miesięcznej dotyczącej opłaty wnoszonej przez podmioty świadczące usługę będącą reklamą napojów alkoholowych

podstawa prawna:

[DzU z 2011 r. nr 61, poz. 311]

podstawa prawna:

ustawa z 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi [tekst jedn. DzU z 2018 r. poz. 2137 ze zm.]