Breadcrumb

1. Αρχική
2. Entity Print

Δημοσιεύτηκε: 02/10/2020 Ενημερώθηκε: 02/10/2020

Φορολογικά κίνητρα για τη διαφήμιση των επιχειρήσεων

Προβολή σε μορφή PDF

Με την ψήφιση του ν. 4728/2020, θεσπίστηκαν σημαντικά φορολογικά κίνητρα που ωθούν τις επιχειρήσεις στην αύξηση της διαφημιστικής τους δαπάνης.

Πιο συγκεκριμένα, με την προσθήκη του άρθρου 22Γ στον Κώδικα Φορολογίας Εισοδήματος (ν. 4172/2013), προβλέπεται προσαυξημένη έκπτωση διαφημιστικής δαπάνης κατά 100% για το έτος 2020. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η ακαθάριστη δαπάνη να διατηρηθεί τουλάχιστον στα επίπεδα του 2019. Παρόλα αυτά, υπάρχει ειδική πρόβλεψη από το νόμο για επιχειρήσεις που ανεστάλη η λειτουργία τους ή εντάχθηκαν στις πληττόμενες λόγω της πανδημίας του Covid-19. Σε αυτή την περίπτωση, ακόμα και αν η ακαθάριστη διαφημιστική δαπάνη μειωθεί μέχρι 30% σε σχέση με το 2019, οι πληττόμενες επιχειρήσεις διατηρούν το δικαίωμα της προσαυξημένης έκπτωσης του εξόδου για φορολογικούς σκοπούς.

Παράδειγμα: Θεωρούμε ότι η ακαθάριστη διαφημιστική δαπάνη των επιχειρήσεων Α και Β ανήλθε σε 10.000 ευρώ το 2019, ενώ η εταιρεία Β ανέστειλε τη λειτουργία της το 2020 λόγω της εφαρμογής των μέτρων περιορισμού της διασποράς του Κορωνοϊού. Η εταιρεία Α διατήρησε τη διαφημιστική της δαπάνη στις 10.000 ευρώ το 2020, ενώ η εταιρεία Β περιόρισε το κόστος διαφήμισης σε 8.000 ευρώ. Κατά την υποβολή της εταιρικής δήλωσης εισοδήματος, η εταιρεία Α μπορεί να αναγνωρίσει φορολογικά έξοδο διαφήμισης στο ποσό των 20.000 ευρώ και η εταιρεία Β στο ποσό των 16.000 ευρώ.

Σύμφωνα με τον ίδιο νόμο, το μέτρο της προσαυξημένης έκπτωσης διαφημιστικής δαπάνης επεκτείνεται και το 2021, με το συντελεστή προσαύξησης όμως να μειώνεται στο 60%. Επίσης, τίθεται μία νέα προϋπόθεση που προβλέπει αύξηση της ακαθάριστης διαφημιστικής δαπάνης κατά 5% σε σχέση με το έτος 2019. Επανερχόμενοι στο παράδειγμά μας, τόσο η εταιρεία Α όσο και η εταιρεία Β θα πρέπει το 2021 να προβούν σε διαφημιστική δαπάνη τουλάχιστον 10.500 ευρώ, δεδομένου ότι για το επόμενο έτος δεν προβλέπεται κάποιος διαχωρισμός μεταξύ πληττόμενων και μη επιχειρήσεων.

Επίσης, η νέα διάταξη προβλέπει ότι αν προκύψουν ζημιές μετά από την αφαίρεση των προσαυξημένων διαφημιστικών δαπανών, αυτές μεταφέρονται προς συμψηφισμό με μελλοντικά κέρδη εντός της επόμενης πενταετίας. Συνεπώς, εφαρμόζονται κανονικά οι διατάξεις περί μεταφοράς των ζημιών του άρθρου 27 του ΚΦΕ.

Σημειώνεται ακόμη ότι οι εταιρείες πρέπει να φροντίζουν να καταβάλουν το τέλος διαφήμισης του 2%, όπου προβλέπεται, ώστε να διασφαλίζουν την εκπεσιμότητα του εξόδου και κατ’ επέκταση της προσαυξημένης έκπτωσης.

Κλείνοντας, βάσει της αιτιολογικής έκθεσης του νόμου, το συγκεκριμένο φορολογικό κίνητρο παρέχει τη δυνατότητα ακόμη και στις μικρές επιχειρήσεις να πραγματοποιήσουν διαφημιστικές δαπάνες. Επίσης, εκτιμάται ότι θα τονωθεί η κατανάλωση, θα ενισχυθεί το εμπόριο και θα αυξηθεί ο τζίρος των επιχειρήσεων, ειδικά έπειτα από την ύφεση που έχει προκληθεί λόγω της πανδημίας.

Heading
Ελληνικός Φορολογικός Οδηγός

Δείτε όλο τον Οδηγό