



Charitatívna reklama môže pomôcť podnikateľom aj neziskovkám v súvislosti s pomocou vojnou skúšanej Ukrajine

Jaroslava Lukačovičová

www.cus.sk



Charitatívna reklama bola do legislatívy zavedená novelou zákona o dani z príjmov a to zákonom č.344/2017 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov v znení neskorších predpisov a ktorým sa mení zákon č. 563/2009 Z. z. o správe daní (daňový poriadok) a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.

CHARITATÍVNA REKLAMA – PRIJÍMATEĽ

Finančné prostriedky v rámci charitatívnej reklamy môžu byť poskytnuté na základe písomnej zmluvy o charitatívnej reklame. Prijímateľmi charitatívnej reklamy **môžu byť iba občianske združenia, nadácie, neinvestičné fondy a neziskové organizácie poskytujúce všeobecne prospešné služby**. Prijímateľmi teda nemôžu byť záujmové združenia právnických osôb, verejné vysoké školy, spoločenstvá vlastníkov bytov, cirkvi a náboženské spoločnosti, ani politické strany či hnutia.

CHARITATÍVNA REKLAMA - POSKYTOVATEĽ

Poskytovateľmi prostriedkov na charitatívnu reklamu môžu byť fyzické a právnické osoby s príjmami podľa § 6 zákona o dani z príjmov (príjmami z podnikania). U poskytovateľov prostriedkov na charitatívnu reklamu sú takto poskytnuté finančné prostriedky daňovým výdavkom, ktorý je možné v plnej výške uplatniť v daňových výdavkoch (po zaplatení).

NA ČO MUSIA BYŤ PROSTRIEDKY Z CHARITATÍVNEJ REKLAMY POUŽITÉ?

Na rozdiel od klasickej reklamy nemusí poskytovateľ komplikovane dokazovať reklamné plnenia, nakoľko poskytnuté prostriedky musia byť použité na nasledujúce účely:

1. ochrana a podpora zdravia, prevencia, liečba, resocializácia drogovo závislých v oblasti zdravotníctva a sociálnych služieb,
2. podpora a rozvoj športu,
3. poskytovanie sociálnej pomoci,

4. zachovanie kultúrnych hodnôt,
5. podpora vzdelávania,
6. ochrana ľudských práv,
7. ochrana a tvorba životného prostredia,
8. veda a výskum,
9. organizovanie a sprostredkovanie dobrovoľníckej činnosti.

Sú to tie isté účely, na ktoré je možné použiť prijaté podiely zaplatenej dane, teda 2%.

Aj keď je použitie prostriedkov na základe zmluvy o charitatívnej reklame účelovo viazané, predsa len, stále je v názve reklama a preto musí byť poskytnuté aj reklamné plnenie. Pre uznanie charitatívnej reklamy ako daňového výdavku u poskytovateľa musí byť realizované reklamné plnenie, pretože hovoríme stále o reklame, aj keď charitatívnej (či už vo vlastnej réžii prijímateľa, resp. dodávateľsky). Hodnota reklamy nie je definovaná, teda postačuje akákoľvek reklama, ktorá spĺňa náležitosti reklamy podľa zákona o reklame. Realizácia reklamy musí byť preukázateľná (štandardné podmienky pre uznanie nákladu ako daňového výdavku).

Odporúčam realizovať reklamné plnenie vyplývajúce zo zmluvy o charitatívnej reklame spolu so samotným použitím prostriedkov určených na charitatívnu reklamu. Napríklad – ak robíte športové alebo kultúrne podujatie, tak uveďte logo a názov objednávateľa charitatívnej reklamy na pozvánkach, plagátoch, vstupenkách. Ak ste nezisková účtovná jednotka, ktorá v týchto dňoch koordinuje dobrovoľníkov a poskytuje materiálnu a inú pomoc utečencom z Ukrajiny, ak dostanete prostriedky na charitatívnu reklamu, reklamné plnenie môžete uskutočniť aj prostredníctvom príspevkov na sociálnych sieťach, poďakovaním na svojom webovom sídle s uvedením poskytovateľa, alebo nosením reflexných viest a iných pomôcok s logom poskytovateľa.

DOKEDY JE POTREBNÉ PROSTRIEDKY Z CHARITATÍVNEJ REKLAMY POUŽIŤ?

Na strane prijímateľa je príjem z charitatívnej reklamy potrebné účelovo použiť do konca roka nasledujúceho po roku, v ktorom bol poskytnutý (obdobne ako pri použití príjmu z 2%).

Na rozdiel od prijatých podielov zaplatenej dane (2%) sa na prijímanie prostriedkov na charitatívnu reklamu nie je potrebné registrovať, nie je potrebné čakať minimálne jeden rok od vzniku a tiež sa nemusí zverejňovať použitie týchto prostriedkov, či dávať overovať účtovnú závierku audítorom.

Pri zakladaní nových občianskych združení sa odporúča do stanov, časti hospodárenie, uviesť ako jeden zo zdrojov financovania občianskeho združenia aj príjem z charitatívnej reklamy.

Plnenie poskytnuté v rámci charitatívnej reklamy môže byť peňažné aj nepeňažné.

CHARITATÍVNA REKLAMA A ZÁKON O DANI Z PRÍJMOV

Z pohľadu zákona o dani z príjmov je pre prijímateľa príjem z charitatívnej reklamy **až do výšky 20 000 euro ročne oslobodený od dane z príjmov. Z pohľadu objednávateľa charitatívnej reklamy sú finančné prostriedky poskytnuté na charitatívnu reklamu daňovým výdavkom po zaplatení.**

NA ZÁVER:

Mnohí sa v týchto dňoch pýtate, ako by ste mohli pomôcť Ukrajine? Charitatívna reklama a prostriedky prostredníctvom nej poskytnuté sú vhodným finančným nástrojom, ako prepojiť dva svety a to svet podnikateľov a teda tých, ktorí chcú a majú možnosť pomôcť hlavne finančne a svet neziskových účtovných jednotiek a organizácií, z ktorých veľká časť má takéto činnosti vo svojich zriaďovacích listinách a od začiatku konfliktu realizuje pomoc. Z účelov, ktoré sú vymenované v rámci zákona o dani z príjmov sa na poskytnutie charitatívnej reklamy najviac hodia:

- ochrana a podpora zdravia
- poskytovanie sociálnej pomoci
- ochrana ľudských práv
- podpora vzdelávania

- organizovanie a sprostredkovanie dobrovoľníckej činnosti.

Využite túto možnosť, nech je pomoc nielen adresná a nezištná, ale z pohľadu vašich financií aj efektívna.

www.cus.sk

