

Вих. № 0819 - 11  
Від «19» серпня 2010 року

Президенту України  
Януковичу В.Ф.  
Адміністрація Президента  
01220, м. Київ, вул. Банкова, 11

Вельмишановний Вікторе Федоровичу,

Висловлюючи Вам свою щирю повагу, звертаємося до Вас з проханням підтримати пропозиції стосовно сплати податку з реклами до проекту Податкового кодексу України, прийнятого у першому читанні (№ 6509 від 15.06.2010 р., ініціатор: Азаров М.Я., Кабінет Міністрів України) та виписаного на всенародне обговорення 3 серпня цього року.

Всупереч усталеній практиці та нормам спеціального законодавства у сфері реклами, стаття 1 «Податок з реклами» Розділу XII «Місцеві податки і збори» проекту Податкового кодексу безпідставно розширює:

- 1) об'єкт оподаткування – па послуги з виробництва реклами (п.п. 1.2.1. статті 1 Розділу XII проекту Податкового кодексу);
- 2) базу оподаткування – на вартість наданих рекламодавцю послуг з виробництва реклами (п.п. 1.3.1. статті 1 Розділу XII проекту Податкового кодексу);
- 3) визначення терміну «платники податку з реклами» – шляхом включення замовників виробництва реклами та виробників реклами (п.п. 1.1.1. статті 1 Розділу XII проекту Податкового кодексу);
- 4) визначення терміну «податкові агенти із сплати податку з реклами» – шляхом охоплення виробників реклами (п.п. 1.1.2. статті 1 Розділу XII проекту Податкового кодексу).

Закон України «Про рекламу» від 3 липня 1996 року № 270/96-ВР (у редакції Закону від 11 липня 2003 року № 1121-IV) надає наступне визначення поняття «реклама»: це – інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.

Відповідно, Закон вирізняє чотири категорії суб'єктів у сфері реклами:

- 1) виробник реклами, тобто особа, яка повністю або частково здійснює виробництво реклами;
- 2) рекламодавець, тобто особа, яка є замовником реклами для її виробництва та/або розповсюдження;
- 3) розповсюдjuвач реклами, тобто особа, яка здійснює розповсюдження реклами;
- 4) споживачі реклами – невизначене коло осіб, на яких спрямовується реклама.

Керуючись нормами вказаного Закону, виготовлені матеріали не вважаються рекламою доти, поки вони не розповсюджені (не розміщені) за допомогою певних рекламних засобів та не стали доступними споживачам реклами.

Зважаючи на це, з точки зору нарахування та справляння податку з реклами, послуги з виробництва реклами не можуть підпадати під об'єкт оподаткування податку з реклами. Так само, як вартість цих послуг не може бути базою оподаткування даним податком.

Зауважимо, що чинний на сьогодні Декрет Кабінету Міністрів України «Про місцеві податки і збори» від 20 травня 1993 року № 56-93 встановлює у якості об'єкту податку з реклами виключно вартість послуг за встановлення та розміщення реклами, що відповідає вимогам Закону України «Про рекламу».

Зрозуміло, що виробники реклами не можуть бути податковими агентами та зареєструватися як платники податку з реклами в органах державної податкової служби за місцем розміщення реклами у зв'язку з тим, що не розповсюджують (не розміщують) рекламу та не володіють інформацією щодо місця її розповсюдження (розміщення).

Більше того, принагідно хочемо звернути Вашу увагу на те, що податок з реклами відсутній у більшості країн світу. Для прикладу, з 1 січня 2005 року податок з реклами скасований у Російській Федерації, оскільки був визнаний неефективним. Проте, зважаючи на нагальні завдання, що стоять перед Україною, щодо виведення економіки з кризи та покращення добробуту населення, ми готові надалі парахувати і сплачувати податок з реклами на умовах, що не погіршують становище виробників та замовників реклами порівняно з тим положенням, що існує зараз, та є прозорими і зрозумілими для індустрії.

Таким чином, враховуючи вищевикладені пропозиції до проекту Податкового кодексу України, а також можливі негативні наслідки для рекламної сфери та дотичних до неї галузей господарювання в Україні у випадку затвердження проекту в такій редакції, ми просимо Вас сприяти включенню поправок від представників рекламної індустрії та засобів масової інформації до оновленої редакції проекту Податкового кодексу, що готується на друге читання.

Заздалегідь Вам вдячні за увагу до цього питання!

Сподіваючись на Ваше розуміння та підтримку,

Додаток:

1. Поправки до проекту Податкового кодексу України № 6509 від 15 червня 2010 року (Ініціатор – Азаров М.Я., Кабінет Міністрів України), опублікованого у газеті «Урядовий кур'єр» від 03.08.2010 р. № 141 (4292) – на 2 арк.

З повагою,

**Голова Координаційної ради  
Асоціації зовнішньої реклами  
України**

А.І. Біденко

**Виконавчий директор Асоціації  
«Індустріальний Телевізійний  
Комітет»**

К.С. Котенко

**Виконавчий директор Незалежної  
Асоціації Мовників**

К.А. М'ясникова

**Голова Комітету з питань засобів  
масової інформації Асоціації  
Правників України**

І.А. Стройко

**Генеральний Директор  
Української Асоціація Видавців  
Періодичної Преси**

О.В. Погорелов