

Charitatívna reklama



Inštitút **charitatívnej reklamy** bol do nášho právneho poriadku zavedený novelou č. 344/2017 Z. z. zákona o dani z príjmov. Novou právnou úpravou sa zaviedlo u **občianskych združení, nadácií, neinvestičných fondov a neziskových organizácií poskytujúcich všeobecne prospešné služby** (ďalej len „neziskové subjekty“) oslobodenie príjmov plynúcich z reklamy na charitatívne účely, a to až do **výšky 20 000 eur za príslušné zdaňovacie obdobie**.

Zákon zároveň ustanovil ako podmienku pre oslobodenie príjmu do 20 000 eur od dane z príjmov povinnosť týchto právnych foriem právnických osôb použiť oslobodené príjmy iba na všeobecne prospešné účely^[3] ako sú:

- ochrana a podpora zdravia; prevencia, liečba, resocializácia drogovo závislých v oblasti zdravotníctva a sociálnych služieb,
- podpora a rozvoj športu,
- poskytovanie sociálnej pomoci,
- zachovanie kultúrnych hodnôt,
- podpora vzdelávania,
- ochrana ľudských práv,
- ochrana a tvorba životného prostredia,
- veda a výskum,
- organizovanie a sprostredkovanie dobrovoľníckej činnosti.

Reklamu, pri ktorej sú splnené uvedené podmienky, je možné označiť ako „**charitatívna reklama**“.

Prívlastok „**charitatívna**“ odlišuje tento nový inštitút od bežnej, komerčnej „**reklamy**“ a vyjadruje skutočnosť, že okrem poskytnutia reklamy je ďalším cieľom tohto inštitútu aj podpora zákonom ustanovených všeobecných prospešných účelov/cieľov, prostredníctvom neziskových subjektov, ktoré takúto činnosť majú ako predmet alebo cieľ svojej činnosti uvedený vo svojom zakladateľskom dokumente. Takýto účel by mal byť dojednaný/uvedený aj v zmluve o reklame, aby bolo možné jednoznačne právne identifikovať a preukázať, že ide o charitatívnu reklamu, t.j. že príjem z reklamy bude použitý na všeobecne prospešný účel. V tej súvislosti odporúčame pomenovať zmluvu upravujúcu poskytnutie charitatívnej reklamy ako „zmluva o charitatívnej reklame“.

Čo sa týka „**charitatívnych účelov**“, ide o identické kategórie, ktoré zákon o dani z príjmov považuje za všeobecne prospešné aj v rámci asignácie/poukázania podielu zaplatenej dane, tzv. „2 percentá“.

Pri charitatívnej reklame zákonodarca pristúpil k postupnému zosúlaďovaniu účelov, na ktoré je možné použiť poskytnuté prostriedky tak, aby rôzne právne inštitúty jednotne upravili oblasti verejnoprospešných činností, ktoré je možné podporiť.

Podnikatelia - objednávateľi reklamy s prívlastkom „charitatívna“ si poskytnuté prostriedky môžu uplatniť (obdobne ako pri bežnej reklame) ako **daňovo uznané výdavky v rámci kalendárneho roku, v ktorom boli vynaložené („po zaplatení“)**. U podnikateľov neobsahuje zákon žiadne limity pokiaľ ide o počet podporených subjektov neziskového sektora resp. celkový objem finančných prostriedkov, ktoré môže podnikateľ v jednom zdaňovacom období vynaložiť na reklamu s prívlastkom „charitatívna“, t.j. neziskovým subjektom na všeobecne prospešné účely. Podstatné zvýhodnenie však nastáva od 1.1.2018 pre širitel'a reklamy, t.j. pre podporovaný neziskový subjekt (občianske združenie, nadácia, neinvestičný fond a nezisková organizácia poskytujúca všeobecne prospešné služby), ktorý má príjem z charitatívnej reklamy **do 20 000 eur ročne oslobodený od dane**.

Limit 20 000 eur ročne je súčet príjmov z charitatívnej reklamy za jedno účtovné obdobie jednej právnickej osoby. To znamená, že neziskový subjekt môže do tohto limitu započítať príjmy z charitatívnej reklamy od viacerých objednávateľov reklamy, **musia byť však poskytnuté, aj použité na hore uvedené všeobecne prospešné účely**.

Prvý krát bude možné tento inštitút využiť v roku 2018 s uplatnením v rámci daňového priznania za rok 2018, pričom prostriedky musia byť **zaplatené zo strany podnikateľa neziskovému subjektu do 31.12.2018** a musia byť **použité neziskovým subjektom na všeobecne prospešný účel do konca roku 2019**. V prípade, ak by k využitiu takto získaných finančných prostriedkov neziskovým subjektom nedošlo v rámci nasledujúceho zdaňovacieho obdobia, ktorým spravidla býva nasledujúci kalendárny rok po ich poskytnutí podnikateľom, podliehali by prostriedky daňovej povinnosti v rámci dane z príjmu tak ako všetky ostatné príjmy právnickej osoby z podnikania.

V tomto smere je možné do budúcnosti uvažovať aj o legislatívnej úprave využitia „zmluvy o sponzorstve v športe“, ktorá by mohla byť po overení transparentnosti a funkčnosti tohto inštitútu v oblasti športu, rozšírená aj na ostatné verejnoprospešné oblasti vo forme všeobecnej „zmluvy o sponzorstve“ upravenej ako osobitný zmluvný typ v Občianskom zákonníku, prípadne v novom zákone o spolkoch.

Ako už bolo aj vyššie uvedené, povinnosť použitia oslobodených príjmov plynúcich z charitatívnej reklamy na všeobecne prospešné účely musia vybrané právne formy neziskových subjektov splniť do konca roka nasledujúceho po roku, v ktorom tieto príjmy získali, t.j. ak majú príjem z charitatívnej reklamy v roku 2018, musia ho použiť na verejnoprospešné účely do 31.12.2019.

To znamená, že zatiaľ čo pri bežnej **reklame** ide o príjem z podnikania, t.j. príjem na strane poskytovateľa reklamy musí byť zdanený ako príjem z podnikania, pri **charitatívnej reklame** bude príjem zo „zmluvy o charitatívnej reklame“ hore uvedených neziskových subjektov do 20 000 eur oslobodený od dane z príjmov, ak bude použitý na verejnoprospešné účely do konca kalendárneho roka nasledujúceho po roku, v ktorom boli poskytnuté.

Zatiaľ čo pri bežnej reklame museli **neziskové subjekty** vrátane tých, ktoré sú uvedené v § 12 ods. 3 písm. a) zákona o dani z príjmov svoj príjem zdaniť ako príjem z podnikania a až takto zdanený zostatok mohli použiť hoci aj na verejnoprospešné účely, **pri charitatívnej reklame je príjem do 20 000 eur oslobodený od dane**.

