

Data:
19 listopada 2019

Miejsce:
Hotel Bristol, Warszawa

AKCJE MARKETINGOWE

w rozliczeniach podatkowych przedsiębiorcy

Prowadzący:

Andrzej Paczuski
Justyna Pułka
Piotr Zaremba

Partner, Paczuski & Taudul
Doradca podatkowy, Paczuski & Taudul
Konsultant, Paczuski & Taudul

Podejmowanie różnorodnych działań promocyjno-reklamowych nierozdzielnie wiąże się z działalnością gospodarczą każdego podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą. Akcje tego rodzaju kreują szereg problemów podatkowych.

Celem Szkolenia będzie próba (i) usystematyzowania konsekwencji podatkowych w PIT, CIT i VAT wiążących się z organizacją szeroko rozumianych akcji marketingowych, ze szczególnym uwzględnieniem ostatnich zmian w przepisach prawnych oraz (ii) rozwiązania najbardziej istotnych i aktualnych problemów podatkowych, z którymi na co dzień stykają się podatnicy.

Szkolenie będzie składać się z dwóch części. Pierwsza z nich obejmie omówienie ogólnych zasad określania skutków podatkowych akcji marketingowych. Natomiast podczas drugiej części uwaga zostanie skupiona na aktualnych problemach podatkowych pojawiających się podczas rozliczania konkretnych, najpopularniejszych rodzajów akcji marketingowych, takich jak np. konkursy, sprzedaż premiowa, współpraca z Blogerami/Influencerami czy działalność CSR.

Materiał, który będzie prezentowany na Szkoleniu, przygotowany został zarówno w oparciu o ugruntowane już linie orzecznicze/interpretacyjne, jak i najnowsze stanowiska sądów administracyjnych oraz organów podatkowych.

SZKOLENIE SKIEROWANE JEST W SZCZEGÓLNOŚCI DO:

Szkolenie skierowane jest do wszystkich osób, których zakres obowiązków obejmuje zadania związane z organizacją oraz rozliczaniem akcji marketingowych lub które chcą poszerzyć swoją wiedzę w tym zakresie.

Adresatami Szkolenia są więc przede wszystkim: przedstawiciele działów podatkowych, księgowych czy prawnych przedsiębiorstw oraz osoby organizujące akcje marketingowe. Szkolenia może być również przydatne dla przedstawicieli działów personalnych/HR, na których ciążyą obowiązki związane z rozliczaniem PIT.

ANDRZEJ PACZUSKI

Andrzej Paczuski jest partnerem w Kancelarii Podatkowej Paczuski & Taudul. Ukończył Wydział Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego oraz Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. W 2003 roku Andrzej uzyskał tytuł Executive MBA na Uniwersytecie Illinois. Ukończył kurs dla doradców inwestycyjnych.

Andrzej jest uznanym ekspertem z zakresu doradztwa podatkowego na rzecz podmiotów z sektora finansowego oraz sektora nieruchomości. Andrzej jest autorem monografi i pt. „Opodatkowanie dochodów kapitałowych osób prawnych”, wydanej przez Wydawnictwo C.H. Beck oraz wielu artykułów dotyczących opodatkowania instytucji finansowych, publikowanych w prasie polskiej, jak i zagranicznej.

W Rankingu Firm Doradztwa Podatkowego organizowanym przez „Rzeczpospolita”, głosami innych doradców podatkowych Andrzej został wybrany w 2008 i 2009 roku najlepszym doradcą podatkowym w Polsce świadczącym usługi na rzecz sektora finansowego. W 2007 roku, w tym samym rankingu został uznany za jednego z trzech najlepszych doradców w kategorii optymalizacji podatkowej.

ZAUFALI NAM M.IN.:

ACCENTURE	GRUPA LOTOS
ALLIANZ	IDEA BANK
AMREST	ING BANK ŚLĄSKI
AVIVA	KGHM POLSKA MIEDŹ
BANK HANDLOWY	KPMG
BANK PEKAO	mBANK
BASF	MESSER GROUP
BGK	NETIA
BNP PARIBAS	PGE
BUDIMEX	PGNiG
CAN PACK	PKN ORLEN
CARGILL	PKO BANK POLSKI
CEZ	POLPHARMA
CIECH	PWC
COLIAN	RAFAKO
CREDIT AGRICOLE	ROVESE
DELOITTE	SGB BANK
DM BOŚ	SIEMENS
EC BĘDZIN	SOCIETE GENERALE
EFL	TAURON
ENEA	TU EUROPA
ENERGA	TVN
EUROCASH	UNIDEVELOPMENT
EURONET	UNIMOT
EY	VEOLIA GROUP
GENERAL ELECTRIC	VOLKSWAGEN GROUP
GPW	WARTA
GRUPA AZOTY	ZGH „BOLESŁAW”

JUSTYNA PUŁKA

doradca podatkowy z ponad siedmioletnim doświadczeniem zawodowym zdobytym w czołowych polskich kancelariach podatkowych, w tym od czterech lat w kancelarii Paczuski Taudul Doradcy Podatkowi Sp. z o.o. Absolwentka Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Łódzkiego.

W swojej pracy zawodowej koncentruje się przede wszystkim na zagadnieniach związanych z podatkiem VAT oraz podatkami dochodowymi. Posiada doświadczenie w doradztwie na rzecz przedsiębiorstw z branży FMCG, motoryzacyjnej, energetycznej, medialnej, farmaceutycznej, usług finansowych oraz nieruchomości, w tym w szczególności w zakresie podatkowego rozliczania akcji marketingowych.

Jednocześnie jest autorką publikacji m.in. w Przeglądzie Podatkowym, Monitorze Podatkowym czy Rzeczpospolitej oraz prelegentką na konferencjach naukowych.

PIOTR ZAREMBA

konsultant podatkowy w kancelarii Paczuski Taudul Doradcy Podatkowi Sp. z o.o., absolwent Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego.

Piotr posiada bogate doświadczenie zawodowe w świadczeniu usług doradztwa podatkowego w zakresie podatków dochodowych na rzecz zarówno polskich, jak i zagranicznych przedsiębiorców.

W swojej codziennej pracy Piotr w szczególności regularnie pomaga klientom w dokonaniu kwalifikacji oraz podatkowym rozliczeniu organizowanych przez nich konkursów, sprzedaży premiowych, promocji bankowych oraz wszelkich innych działań marketingowych.

CEETA

CEETA specjalizuje się w organizacji najwyższej klasy warsztatów szkoleniowych, seminariów, wykładów i konferencji z zakresu rynków finansowych w krajach Europy Środkowej i Wschodniej.

Od 2003 roku zrealizowaliśmy ponad 500 zaawansowanych merytorycznie, eksperckich sesji szkoleniowych i seminariów. Współpracujemy ze środowiskiem eksperckim z Polski, Europy i Stanów Zjednoczonych.

Ponad 10 000 osób wzięło udział w wydarzeniach organizowanych przez nasz zespół. Wsłuchujemy się w opinie naszych klientów, stale śledzimy tendencje oraz funkcjonowanie interesujących nas obszarów tematycznych i staramy się wychodzić naprzeciw oczekiwaniom uczestników rynku stawiając reputację i doskonałość za priorytet.

PROGRAM:

I. ZAGADNIENIA OGÓLNE

1. Wydatki związane z akcjami marketingowymi jako koszty podatkowe

- ogólne warunki umożliwiające zaliczenie wydatków do kosztów podatkowych;
- reklama a reprezentacja – różnice i wątpliwości;
- dokumentacja usług niematerialnych;
- płatności zagraniczne – obowiązki płatnika w podatku u źródła;
- limit usług niematerialnych – zakres stosowania oraz sposób kalkulacji.

2. Skutki podatkowe akcji marketingowych na gruncie PIT

- przesłanki powstania przychodu podatkowego w kontekście wyroku TK K 7/13;
- kwalifikacja przychodu do właściwego źródła przychodów;
- obowiązki płatnika ciążące na organizatorach akcji marketingowych;
- obowiązki informacyjne ciążące na organizatorach akcji marketingowych.

3. Rozliczanie akcji marketingowych do celów VAT

- dwa modele rozliczeń nieodpłatnej dostawy towarów;
- prezenty o małej wartości i próbki;
- dostawa materiałów reklamowych;
- kiedy nieodpłatne świadczenie usług powinno być opodatkowane VAT;
- warunki prawa do odliczenia VAT;
- zakres obowiązków ewidencyjnych z użyciem kas rejestrujących;
- rozliczanie transakcji z udziałem bonów/voucherów.

II. ZAGADNIENIA SZCZEGÓŁOWE – ROZLICZANIE POSZCZEGÓLNYCH RODZAJÓW AKCJI MARKETINGOWYCH

1. Konkurs

- kiedy mamy do czynienia z konkursem?;
- zwolnienie podatkowe dla mass-mediów;
- zwolnienie podatkowe dla konkursów z określonych dziedzin;

- czy konkursy mogą korzystać ze zwolnienia dla nieodpłatnych świadczeń do 200 zł?;
- jak kalkulować jednorazową wartość nagród uprawniającą do skorzystania ze zwolnienia?;

2. Sprzedaż premiowa

- pojęcie sprzedaży premiowej;
- czy nagrody za polecenie klienta można uznać za nagrody w sprzedaży premiowej?;
- sprzedaż premiowa na rzecz przedsiębiorców;
- sprzedaż premiowa na rzecz osób odpowiedzialnych za składanie zamówień w spółkach;
- jak kalkulować jednorazową wartość nagród uprawniającą do skorzystania ze zwolnienia?;

3. Inne nieodpłatne świadczenia

- warunki zwolnienia z art. 21 ust. 1 pkt 68a ustawy PIT;
- nieodpłatne świadczenie na gruncie VAT;
- lunch z kontrahentem;

4. Działania promocyjne instytucji finansowych

- zakres i zasady stosowania szczególnych zasad opodatkowania promocji instytucji finansowych;
- działania promocyjne instytucji finansowych a sprzedaż premiowa lub konkurs;

5. Program motywacyjny

- jak rozróżnić program motywacyjny od konkursu?;
- zasady opodatkowania PIT programów motywacyjnych;

6. Akcje na rzecz pracowników kontrahentów

- kwalifikacja akcji na rzecz pracowników kontrahentów na gruncie PIT;

7. Sponsoring

- rodzaje sponsoringu, kwalifikacja podatkowa;
- sponsoring w kosztach podatkowych sponsora;
- sponsoring a VAT;

8. Rabat

- rabat bezpośredni a rabat pośredni – podatki dochodowe i VAT;
- rabat a nieodpłatne świadczenie;

9. Akcja organizowana przez zewnętrzną agencję marketingową

- kto pełni obowiązki płatnika w PIT – agencja czy przedsiębiorca?;
- zakres prawa do odliczenia VAT z faktur od agencji marketingowych;

10. Imprezy integracyjno-rozrywkowe

- czy udział w imprezach integracyjno-rozrywkowych kreuje przychód podatkowy po stronie ich uczestników?;
- możliwość zaliczenia wydatków na ww. wydarzenia do kosztów uzyskania przychodów;

11. Działalność CSR

- działalność CSR a koszty uzyskania przychodów;

12. Influencerzy/Blogerzy

- rozliczenia umów z Influencerami/Blogerami;
- rozliczania przekazania towarów na rzecz Influencerów/Blogerów;

13. Targi i wystawy

- jak ustalić miejsca świadczenia do celów VAT?;

Zajęcia rozpoczynają się o godzinie 9:00 i kończą się ok. 17:00. W trakcie zaplanowano dwie przerwy kawowe i lunch.