

OLDAL/PAGE 1

A reklámadó törvény hatályba lépése

Entry into force of the advertising tax

OLDAL/PAGE 2

A törvény hatálya

Scope of the act

Elsődleges adókötelezettség

Primary tax liability

OLDAL/PAGE 3

Másodlagos adókötelezettség

Secondary tax liability

OLDAL/PAGE 4

Bevallási és befizetési kötelezettség

Reporting and payment liability

Bizonytalanságok

Uncertainties

Tisztelt Ügyfeleink!

Idén nyáron az adótörvények kapcsán több módosító csomagot is tárgyalt a magyar Parlament, illetve voltak olyan korábbi jogszabályváltozások melyek most lépnek hatályba. Tekintettel a változások nagy számára, adótípusonként külön mailingLeitnerrel szeretnénk Önöket tájékoztatni.

Jelen hírlevelünkben a frissen bevezetett, majd még hatályba lépés előtt módosított új reklámadó törvény szabályaira szeretnénk felhívni a figyelmüket.

1 A reklámadó törvény hatályba lépése

A magyar Parlament 2014. június 11-én kivételes eljárásban megszavazta a médiában széles körben vitatott reklámadó bevezetését, amely a Köztársasági Elnök aláírása után 2014. június 17-én kedden 2014/XXII. szám alatt jelent meg a Magyar Közlönyben. A tervek szerint a törvény 2014. július 18-án lépett volna hatályba, azonban 2014. július 4-én a Parlament elfogadta a reklámadó törvény módosítását és hatályba lépésének hasztását, melyet 2014. július 15-én hirdettek ki.

A fentiek eredményeként **a reklámadó törvény, módosított szöveggel 2014. augusztus 15-én fog hatályba lépni.**

Mindez azonban nem érinti a tényt, hogy **az első adóbevallási és adóelőleg fizetési kötelezettséget 2014. augusztus 21-ig kell teljesíteni.**

Dear Clients,

The Hungarian Parliament has adopted more tax law amendments during this summer, while other, earlier changes come into force this time. Due to the significant volume of the amendments, we provide you with separate mailingLeitner newsletters according to the nature of the taxes.

Our present newsletter is focusing on the newly introduced advertising tax that has been modified even before it came into force.

1 Entry into force of the advertising tax

The Hungarian Parliament in the frame of an extraordinary procedure has passed the act on advertising tax, preliminary widely disputed on the media. After the Presidential signature, the act was published as No. 2014/XXII. in the Hungarian Gazette on 17 June 2014. According to the original plans, the act should have come into force on 18 July 2014; however, the Hungarian Parliament has adopted changes on 4 July 2014 and postponed the effective date. The act was published on 15 July 2014.

As a consequence of the above, **the act on advertising tax will enter into force on 15 August 2014 in its amended version.**

Irrespective of the above, **the first tax return and the first prepayment are due until 21 August 2014.**

OLDAL/PAGE 1

A reklámadó törvény hatályba lépése

Entry into force of the advertising tax

OLDAL/PAGE 2

A törvény hatálya

Scope of the act

Elsődleges adókötelezettség

Primary tax liability

OLDAL/PAGE 3

Másodlagos adókötelezettség

Secondary tax liability

OLDAL/PAGE 4

Bevallási és befizetési kötelezettség

Reporting and payment liability

Bizonytalanságok

Uncertainties

2 A törvény hatálya

Az új adónem a reklámok közzétételéből származó bevételeket és a reklámköltségeket adóztatja. Nem csupán a médiaszolgáltatókra, hanem szektortól függetlenül valamennyi jelentős reklámtevékenységet folytató vállalkozásra is hatással lesz. Elsődleges adókötelezettként a médiaszolgáltatók és a saját célú reklámot folytatók merülnek fel, ám a reklám tartalmat megrendelő adóalanyok is kötelezetté válhatnak.

3 Elsődleges adókötelezettség

Az elsődleges **adókötelezettek köre kiterjed** a médiatartalom- ill. média szolgáltatókra; a sajtótermékek kiadójára; a szabadtéri reklámhordozót, járművet, nyomtatott anyagot, ingatlan reklám céljára hasznosító személyekre és szervezetekre, valamint a reklám közzevőjére.

Az ún. saját célú reklám, azaz az ön-reklám is adókötelezettséget von maga után, amely minden a jogszabályi kötelezettségen túlmenő tájékoztatási, marketing vagy értékesítési tevékenységet magában foglal. A saját célú reklám tárgya lehet minden a cég terméke, áruja, szolgáltatása, tevékenysége, neve vagy egyéb megjelenése.

Az adó alapja az adóköteles tevékenységből származó **nettó árbevétel** – amelybe továbbá (amennyiben érintettek) a reklámértékesítő ügynökségek hasznát is be kell számítani, ha azok egyébként a számviteli törvény szerinti kapcsolatban vannak a reklámadó törvény szerinti adóalanyal.

2 Scope of the act

According to the provisions of the new act, income from broadcasting advertisements as well as advertisement expenditures are subject to tax. The new rules have effects not only on media enterprises but also on enterprises carrying out significant advertisement activity irrespective of their field of operation. At a primary instance, media enterprises and companies active in self-advertising come into focus; however, companies ordering an advertisement may also qualify as taxable person for the purpose of the advertising act.

3 Primary tax liability

The **primary tax liability** consists media extent and media service providers, publishers of press products, persons and organizations utilizing outdoor advertisement materials, further, using vehicles, printed materials and real estates for advertising purposes as well as advertisement broadcasters/publishers.

Advertising performed for own purposes, i.e. self-advertising is also subject to tax. Such activity includes information activity over the legislation as well as marketing and sales. The products, goods, services and activities, name or other appearance of a given company might also be subject to self-advertising.

The tax base is the **net revenues** deriving from the taxable activity; whereas, in the case of related party connections with the taxable person according to the act on accounting (if affected), the profit of advertising agencies are also to be added to the tax base.

OLDAL/PAGE 1

A reklámadó törvény hatályba lépése

Entry into force of the advertising tax

OLDAL/PAGE 2

A törvény hatálya

Scope of the act

Elsődleges adókötelezettség

Primary tax liability

OLDAL/PAGE 3

Másodlagos adókötelezettség

Secondary tax liability

OLDAL/PAGE 4

Bevallási és befizetési kötelezettség

Reporting and payment liability

Bizonytalanságok

Uncertainties

A saját célú reklám közzététele esetén a reklám közzétételevel kapcsolatban **közvetlenül felmerült költség az adó alapja.**

A társasági adó szerinti **kapcsolt felek adóalapját összevontan kell meghatározni**: azaz az egyedi adóalapokat először össze kell adni, az adót a magasabb összeg után megállapítani, majd az egyedi adóalapok arányában kell megosztani.

Kivételes szabályként 2014-ben a Tao/Szja törvény szerinti **veszteség 50 %-ával lehet csökkenteni** a reklámadó alapját, ha az adóalany 2013-ban számvitelesen is veszteséges volt (azaz ha az adózás előtti eredmény is nulla vagy negatív volt). Az így felhasznált veszteséget a Tao/Szja szerint még egyszer már nem lehet felhasználni.

Az **adó mértéke sávosan progresszív**: az adóalap első 500 millió forintjáig 0 %, míg a legfelső kulcs – az adóalap 20 milliárd forintot meghaladó része után – 40 %.

4 Másodlagos adókötelezettség

Bármilyen reklám adókötelezettsége havi 2,5 millió Ft-os költség felett átszáll a megrendelőre, ha az adófizetésre elsődlegesen kötelezett nem nyilatkozik arról, hogy bevallja és befizeti az adót, vagy arra egyébként nem kötelezett.

Itt az adó mértéke 20 %, melyet havonta kell megállapítani.

By publishing self-advertising, the **related expenditures are regarded as the tax base.**

The tax base for related parties according to the corporate income tax act shall be determined on a consolidated basis: namely, the given tax bases have to be added together at first and the tax shall be assessed according to the higher amount. Tax shall be divided proportionally, according to the single tax bases.

According to the special provisions, in 2014 **50 % of the losses** calculated under the provisions of the corporate/personal income tax acts **might decrease the tax base** of the advertising tax, provided that the taxable person is regarded as having losses in 2013 under the accounting rules (thus, if the pre-tax profit was nil or even zero as well). Losses utilized this way may not be utilized again according to the corporate/personal income tax acts.

The tax rates are progressive: Up to the first HUF 500 million of the tax base amounts to 0 %, while the highest rate of 40 % is due for the part of the tax base over HUF 20 billion.

4 Secondary tax liability

If the value of advertising services rendered exceeds HUF 2.5 million on a monthly basis, the tax liability shall be transferred to the principal in case the company primary subject to the tax does not declare to assess, to file the tax return and to pay the tax and if otherwise not liable therefore.

Here the tax rate is 20 % to be assessed on a monthly basis.

OLDAL/PAGE 1

A reklámadó törvény hatályba lépése

Entry into force of the advertising tax

OLDAL/PAGE 2

A törvény hatálya

Scope of the act

Elsődleges adókötelezettség

Primary tax liability

OLDAL/PAGE 3

Másodlagos adókötelezettség

Secondary tax liability

OLDAL/PAGE 4

Bevallási és befizetési kötelezettség

Reporting and payment liability

Bizonytalanságok

Uncertainties

Itt szeretnénk felhívni a figyelmet arra, hogy bármilyen reklám közzétételével kapcsolatban felmerült költség nem a vállalkozás érdekében felmerült költségnek, azaz a társasági adóban el nem ismert költségnek minősül (azzal a társasági adó alapját meg kell növelni), ha az adófizetésre kötelezett nem nyilatkozik arról, hogy a reklámadót bevallja és befizeti, vagy arra egyébként nem kötelezett. Ezt a szabályt a 2,5 milliós havi korláttól függetlenül, az alatt is alkalmazni kell.

5 Bevallási és befizetési kötelezettség

A reklámadót az általános szabályok szerint május 31-ig kell bevallani. Adóelőleg fizetési kötelezettség két részletben jelentkezik július 20-ig és október 20-ig; továbbá év végén december 20-ig feltöltési kötelezettséggel is kell számolni.

A fentiekől eltérően a 2014. adóévre vonatkozó adóelőleget a 2013-as tényadatok alapján augusztus 20. (a nemzeti ünnep miatt augusztus 21)-ig kell bevalani, az első részletet eddig az időpontig, a második részletet pedig november 20-ig kell megfizetni. Év végén december 20-i határidővel az előleget fel kell tölteni az ez évre várható adó összegéig.

Az első előleg bevallási és fizetési kötelezettség időpontja tehát 2014. augusztus 21.

5 Bizonytalanságok

A törvény szövege ugyanakkor olyan sok kérdést vet föl, és hagy nyitva, amely bizonytalanságot eredményez és megkívánja, hogy pl. a saját célú reklám kapcsán felmerülő adókötelezettséget minden egyes helyzetre egyedileg vizsgáljuk meg.

Hereby we would like to point out that costs related to advertisement are regarded as non-business expenditures; therefore, in corporate income taxation they are not acknowledged (and the corporate income tax base shall be increased accordingly), unless the person liable to pay the tax declares that he submits the tax return and pays the tax or otherwise he is not liable for those. The application of this rule is irrespective of the monthly limit of HUF 2.5 million and applicable even under this threshold.

5 Reporting and payment liability

According to the general rules, the tax return on advertising tax shall be submitted until 31 May. Tax advance payments are due in two instalments, by 20 July and 20 October; in addition, by 20 December the top up obligation is also due.

Irrespective of the above, the advance payment for the tax year of 2014 shall be declared until 20 August (practically 21 August due to national holidays) based on the actual data of 2013. The second advance payment is due until 20 November. By 20 December the top up obligation is due and tax advances shall be completed to the expected total yearly liability.

Thus, the first advance payment shall be effected and declared until 21. August 2014.

5 Uncertainties

The wording of the act leads to many questions and opens several doubts leading to uncertainties and requiring the necessity of the investigation of possible tax assessment on a case by case basis, e.g. for self-advertising.

OLDAL/PAGE 1

A reklámadó törvény hatályba lépése

Entry into force of the advertising tax

OLDAL/PAGE 2

A törvény hatálya

Scope of the act

Elsődleges adókötelezettség

Primary tax liability

OLDAL/PAGE 3

Másodlagos adókötelezettség

Secondary tax liability

OLDAL/PAGE 4

Bevallási és befizetési kötelezettség

Reporting and payment liability

Bizonytalanságok

Uncertainties

Az egyes cégeknél ráadásul **a különböző adókötelezettségi jogcímek együttesen is felmerülhetnek**: pl. áruház láncok (reklám bevételek és saját célú reklám kapcsán is), vagy bármely iparágban (saját célú reklám és másodlagos kötelezettség).

Szükséges ezért a **reklám tevékenységek tételes átvilágítása** annak megálapítására, hogy mely kommunikációs, tájékoztatási, értékesítési célú tevékenységek esnek a törvény hatálya alá, hiszen csak ezt követően határozható meg, hogy a költségeknek mely része után kell adót fizetni. Érdemes továbbá megvizsgálni az érvényben lévő beszállítói szerződéseket és a tervezett marketing-költségvetést is.

A számításokat azoknak is el kell végezni, akik nem érik el az 500 milliós értékhatárt, hiszen egy ellenőrzés során az adóhatóság vizsgálhatja majd a mentesség jogosságát. Vagyis minden vállalkozásnak érdemes pontos nyilvántartást vezetnie arról, hogy mit vett figyelembe reklámadó-kötelezettsége megállapításakor.

Kérdés esetén, kérjük, forduljanak hozzánk bizalommal, a reklámadó problémáira speciális adózási, jogi és számviteli szakemberekből álló csapattal állunk rendelkezésükre.

Végezetül felhívjuk figyelmüket az utóbbi időben megjelent további blogbejegyzéseinkre, melyek számos gyakorlati kérdésben nyújthatnak segítséget.

A LeitnerLeitner Budapest hivatalos blogját „adózásról érthetően” címmel az alábbi linken olvashatják:
<http://adozasrolerthetoen.blog.hu/>

Furthermore, at certain enterprises the **tax liability might emerge jointly on different grounds**: e.g. department stores (advertisement income and self-advertising) or in any industries (self-advertising and secondary tax liability).

Consequently, the **advertising activity is subject to detailed investigation** in order to see which communication, information, sales activities fall under the scope of the act as it may only be determined afterwards **which costs might lead to taxation**. It is worth further investigating the existing agreements with subcontractors as well as the planned marketing budget.

The calculation shall also be done by enterprises staying under the threshold of HUF 500 million since in the frame of tax audits the Hungarian Tax Authority might review the rightful application of tax exemption. Namely, all the enterprises are advised to have accurate records on the assessment of advertising tax liability.

Should you have any questions in connection with advertising tax, our team constituted of taxation, law and accounting professionals specialized on advertising tax is ready to assist you anytime.

Finally, we would like to draw your attention to the recent posts in our professional blog, which may provide helpful information in certain practical cases.

You may browse our professional blog “surprisingly simple about taxes”, which is currently only available in Hungarian language, under the following link:
<http://adozasrolerthetoen.blog.hu/>

OLDAL/PAGE 1

A reklámadó törvény hatályba lépése

Entry into force of the advertising tax

OLDAL/PAGE 2

A törvény hatálya

Scope of the act

Elsődleges adókötelezettség

Primary tax liability

OLDAL/PAGE 3

Másodlagos adókötelezettség

Secondary tax liability

OLDAL/PAGE 4

Bevallási és befizetési kötelezettség

Reporting and payment liability

Bizonytalanságok

Uncertainties

Reméljük, hogy tájékoztatónkat hasznosnak találták. Amennyiben a fentiekkel kapcsolatban, illetve egyéb, az adózást érintő területtel összefüggésben kérdésük merülne fel, kérjük, forduljanak hozzánk az ismert elérhetőségeinken.

We trust that you find our current newsletter helpful. Should you have any questions in connection with the above, or any other taxation issues, please, do not hesitate to contact us via our regular contact data.

További információért kérjük, forduljon:

For further information, please contact:

BUDAPEST

Judit Jancsa-Pék
T +36 1 279 29-46
E judit.jancsa-pek@leitnerleitner.hu

Márta Juhász
T +36 1 279 29-36
E marta.juhasz@leitnerleitner.hu

Márta Siklós
T +36 1 279 29-30
E marta.siklos@leitnerleitner.hu

Nóra Rác
T +36 1 279 29-30
E nora.racz@leitnerleitner.hu

LINZ

Clemens Nowotny
T +43 732 70 93-359
E clemens.nowotny@leitnerleitner.com