

## A reklámadó 2015-ös módosítása

### Tartalom

|                                                                              |   |
|------------------------------------------------------------------------------|---|
| BEVEZETŐ.....                                                                | 2 |
| 1. A REKLÁMADÓ SZABÁLYOZÁSÁRÓL .....                                         | 3 |
| 1.1. REKLÁMADÓ MÉRTÉKE .....                                                 | 3 |
| 1.1.1. A SAJÁT CÉLÚ REKLÁM ÉS AZ EHHEZ KAPCSOLÓDÓ ADÓALAP MEGHATÁROZÁSA..... | 4 |
| 1.2. KAPCSOLT VÁLLALKOZÁSOK ADÓALAP MEGHATÁROZÁSA .....                      | 4 |
| 1.3. ADÓALAP CSÖKKENTÉS LEHETŐSÉGE .....                                     | 4 |
| 1.4. REKLÁMADÓ ALAP MEGÁLLAPÍTÁSA – VÁLASZTÁS AZ ADÓZÓ ÁLTAL .....           | 5 |
| 1.5. A REKLÁMADÓ ÉS A TÁRSASÁGI ADÓ KÖZÖTTI ELSZÁMOLHATÓSÁG.....             | 5 |

## Bevezető

A reklámadóról szóló 2014. évi XXII. törvény 2014. augusztus 15.-i hatályba lépése óta erős vitát generál a jogalkotó, a Nemzetgazdasági Minisztérium jogértelmezői és az egyszerű jogalkalmazó között, legyen az az adó „elsődleges” alanya, azaz a médiaszolgáltató vagy egy olyan adóalany, aki saját célú reklámtevékenysége miatt lett kötelezett. Bizonyára a sok értelmezési probléma miatt is, és – többek közt – az adó progresszivitását érintő Uniós kifogások miatt a Nemzetgazdasági Minisztérium 2015. május 9-én közzétette azt a törvénymódosító javaslatát, amely a reklámadót érintő Uniós kifogások kezelésére született.



Jelen kiadványunk bemutatja a törvénytervezetben foglalt változások adózási és egyéb hatásait mind az adókötelezettséget, mind az egyéb témákat érintően. Mindezt tesszük úgy, hogy a törvénytervezetet – bár 2015. május 27-én az Országgyűlés elfogadta – még nem hirdették ki.

## 1. A reklámadó szabályozásáról

A reklámadóról szóló 2014. évi XXII. törvény (továbbiakban: reklámadó törvény) a hatályba lépése (2014.08.15) óta több alkalommal is módosításra került. A korábbi változásokhoz képest a május 27-én elfogadott újabb törvenymódosító javaslat az alábbi pontokban változtatja meg a hatályos reklámadó törvényt:

1. a reklámadó kötelezettség adó mértéke,
2. a kapcsolt vállalkozások adóalap megállapításával kapcsolatos szabályozása,
3. az feltétel nélküli adóalap csökkentés lehetősége az elhatárolt veszteséggel,
4. a reklámadó alap megállapítás választásával kapcsolatban, valamint
5. a reklámadó és a társasági adó közötti elszámolhatóság kapcsán.

Az alábbiakban ezeknek a pontoknak a valós tartalmi jelentését magyarázzuk.

### 1.1. Reklámadó mértéke

Ha pusztán a számokat tekintjük, ez lehet a legjelentősebb módosítása a mostani törvényjavaslatnak. Ahogyan azt korábban megismertük, a reklámadó törvény progresszív adóterhelést alkalmazott, ahol a legalacsonyabb terhelés 1%, míg a legmagasabb 50%-os volt. A mostani módosítás eredményeként a sávos progressziót felváltja egy egykulcsos (5,3%-os) terhelés változatlan adóalapra történő felszámítással.

Magának az adóalapnak a meghatározása nem módosult: az adóalap megegyezik az adóalany adóköteles tevékenységének éves árbevételével (a szükséges korrekciók elvégzése mellett), illetve saját célú reklám esetében a reklám közzétételével kapcsolatban közvetlenül felmerült költségek összegével.

Az adómérték ilyen irányú átalakítása mind a reklámozást főtevékenység keretében végző médiaszolgáltatók, mind a saját célú reklámozást megvalósítók esetében jelentős. Azzal, hogy a progresszió helyett egykulcsossá alakítják a terhelés mértékét, az adóterhet egy lényegesen nagyobb adózói körre vetik ki, ahol az effektív adóterhelés növekedése az alacsonyabb árbevétellel rendelkező társaságoknál csapódik le. Az új tervezett adóterhelés hatása elsődlegesen a 100 millió feletti és 5 milliárd forint alatti éves nettó árbevétellel (és ezzel megegyező adóalappal) rendelkező adózóknál lesz különösen érezhető, hiszen a jelenleg hatályos effektív adóterhelés ebben a szektorban 500 millióig nulla, afelett 0,17% - 0,90% az adóterhelés, míg a módosítás eredményeként már 150 millió adóalapról 1,77%-ra emelkedik az effektív adóterhelés.<sup>1</sup> Az elfogadott törvényjavaslattal a legjobban a 10 milliárd forintot elérő adóalappal rendelkező – vagy az feletti – adózók örülhetnek,

<sup>1</sup> A fizetendő adóterhek az adóalaphoz mért aránya.

hiszen ezen mérték felett az adóterhelés már a korábbi adóteherhez képest alacsonyabb lesz.

### 1.1.1. A saját célú reklám és az ehhez kapcsolódó adóalap meghatározása

A reklámadó törvény elfogadott módosítása nem változtatja meg a saját célú reklám fogalmát, továbbra is „a reklám közzétevő saját termékére, árujára, szolgáltatására, tevékenységére, nevére, megjelenésére vonatkozó reklám” fogalmat használja. Úgyszintén változatlan, hogy a saját célú reklám esetén az adó alapja a reklám közzétételével kapcsolatban közvetlenül felmerült költség. A közvetlenül felmerült költség értelmezésekor – az NGM által kiadott korábbi állásfoglalások alapján – nem lehet kijelenteni, hogy az megegyezik a számviteli törvényben megismert közvetlen költség fogalmával, így meghatározása az adott saját célú reklámtevékenység alapos költségvizsgálatával valósítható meg.

### 1.2. Kapcsolt vállalkozások adóalap meghatározása

A reklámadó törvény módosítása szerint a kapcsolt vállalkozások közötti speciális, összeszámított és arányosan az egyes felekre leosztott adóterhelést csak abban az esetben kell alkalmazni, ha a kapcsolt vállalkozói jogviszony a reklámadó törvény hatályba lépését – 2014. augusztus 15. – követően szétválással jött létre. Ez a módosítás lényegében okafogyottá teszi a kapcsolt vállalkozások közötti reklámadó kötelezettség összeszámítási előírását, gyakorlatilag minden vállalkozásnak önállóan, saját adóalapja alapján kell meghatározni a reklámadó kötelezettségét.

### 1.3. Adóalap csökkentés lehetősége

A jelenleg hatályos reklámadó törvény záró rendelkezései szerint a 2014. évben kezdődő adóév reklámadó adóalapját csökkenteni lehet a társasági adó törvény szerint<sup>2</sup> korábban elhatárolt veszteség 50%-ával egyetlen további feltétel teljesítésével: a 2013-as üzleti évének adózás előtti eredménye nulla vagy negatív, azaz veszteséges.

A reklámadó törvény módosító elfogadásával ez utóbbi feltétel törlődött, azaz a 2014. évben kezdődő üzleti év esetében a társasági adó törvény szerinti elhatárolt veszteséget annak maximum 50%-áig fel lehet használni.

Ez a lehetőség csak a jelen módosító törvénytervezet elfogadását és hatályba lépését követően alkalmazható (az elfogadott tervezet szerint a kihirdetéstől számított 31. napon

<sup>2</sup> illetve a személyi jövedelemadó törvényben az egyéni vállalkozóra vonatkozó szabályozás veszteségelhatárolási szabályai alapján

lép hatályba). Ugyanakkor a törvénytervezet figyelemmel van azon adózókra, akik a módosító törvény hatályba lépését megelőzően már megállapították és elszámolták a 2014-ben kezdődő üzleti évekre vonatkozóan a reklámadó kötelezettségüket, és a még hatályos szabályok miatt nem tudtak élni a veszteségelhatárolás 50%-os beszámítási lehetőségével. Számukra a az elfogadott törvényjavaslat lehetővé teszi, hogy utólagos önellenőrzés keretében csökkentsék a hivatkozott reklámadó kötelezettséget.

#### 1.4. Reklámadó alap megállapítása – választás az adózó által

A reklámadó törvény módosítása a kihirdetéstől számított 31. napon lép hatályba, azaz ettől az időponttól alkalmazható. Jelen sorok írásakor már ismert, hogy a tervezetet elfogadták, de kihirdetésre még nem került, így a 31 napos hatálybalépés kezdő napja is egyelőre bizonytalan. Azonban a gazdaság folyamatosan működik, így a reklámadó törvény alanyainak is olyan megoldást kell nyújtani, ami áthidalja ezt a problémát. Erre született a reklámadó törvény módosító javaslatának azon rendelkezése, amely szerint az adózó választhat, hogy a

1. 2015. évi<sup>3</sup> reklámadó kötelezettségét részben a régi (azaz a jelenleg hatályos) törvényi rendelkezések alapján napokra arányosítva, részben az új szabályok alapján teljesíti, vagy
2. teljes egészében az új szabályokat alkalmazza.

Amennyiben az 1. pontban foglaltakat választja az adózó (és a kisebb cégek, 500 milliónál alacsonyabb saját reklámköltséggel rendelkezők ebben lesznek érdekeltek), akkor összetettebb módon, két megállapítási formát ötvözve kell az adókötelezettségét meghatároznia.

Annak érdekében, hogy a döntést megkönnyítsük, készítettünk egy kalkulátort, amely az adóalap és a reklámadó törvény hatályba lépése alapján kalkulálja mindkét alternatíva effektív hatását. A kalkulátort [erre a hivatkozásra](#) kattintva érhetik el.

#### 1.5. A reklámadó és a társasági adó közötti elszámolhatóság

A reklámadót módosító törvény utolsó rendelkezése a társasági adó törvény és a reklámadó törvény kapcsolódási pontjait rendezi. Ennek keretében a 2015. január 1-jétől

---

<sup>3</sup> A jogszabály tervezet nem a 2015. év fogalmát használja, hiszen az eltérő üzleti évek esetében az adóév és a naptári év eltér egymástól, és ez félreértéshez vezetne. A pontos jogszabályi rendelkezéshez lépjen kapcsolatba adótanácsadójaival.



alkalmazható alábbi szabályokat már a 2014. évben kezdődő adóévben is alkalmazhatóvá teszi. Melyek is ezek a rendelkezések?

A társasági adó törvény 3/A. mellékletének 16. pontja szerint elismert költségnek minősül

1. a reklám közzétételével kapcsolatban elszámolt költség, ha nem haladja meg a 30 millió forintot, és
2. ha a költséget elszámoló adóalany rendelkezik a reklám közzétevőjétől egy olyan nyilatkozattal, amiben a közzétevő elismeri, hogy a reklámadóval kapcsolatos kötelezettségek őt terhelik, valamint ezt a nyilatkozó teljesíti is.

**Amennyiben bármilyen kérdésük merülne fel a leírtakkal kapcsolatban, keressen minket bizalommal!**

2015. május 29.

Üdvözlettel: PMX Csapat

#### **Kedves Olvasó!**

Minden {pmx} kiadványt a lehető legnagyobb gonddal, figyelemmel állítunk össze, az elmúlt több mint két évtizedben megszerzett ismereteink, gyakorlati tapasztalataink birtokában. S éppen ezen ismeretek mondatják velünk azt, hogy adózási szempontból szinte nincs két egyforma eset, sokszor egy jelentéktelennek tűnő eltérés alapvetően érintheti, változtathatja meg egy ügylet, tranzakció vagy éppen juttatás adókötelezettségét. Erre tekintettel kérjük, hogy nagyon gondosan mérlegelje, ha üzleti döntéseit kizárólag ezen kiadványban foglalt tartalomra alapozva hozza meg, és nem konzultál adószakértőjével a konkrét eset kapcsán. Mi nyomatékosan azt hangsúlyozzuk, hogy minden esetben ki kell kérni a konkrét esetről az szakértő véleményét, megalapozott, felelősségteljes döntés csak ennek birtokában hozható.

A fentiek miatt, a kiadvány nem megfelelő gondossággal történő felhasználásából fakadó semmilyen kárért nem tudunk felelősséget vállalni.

Megértésüket köszönjük!

Szalai János partner