**Nagrody rzeczowe a podatki**

**Organizator akcji promocyjnej z nagrodami powinien pamiętać, że koszt nagród nie jest jego jedynym wydatkiem. W szczególności warto zainteresować się podatkami, a te będą one się od siebie różniły, w zależności od rodzaju akcji.**

- Akcje promocyjne dla kontrahentów, dystrybutorów, sprzedawców oraz ich pracowników to świetny sposób na wzrost poziomu sprzedaży. Promocja może być zorganizowana w wielu formach, np. konkursu, sprzedaży premiowej, programu motywacyjnego czy loterii – mówi Grzegorz Kobryń z serwisu NagrodyB2B.pl. – Aby jednak akcję z nagrodami przeprowadzić zgodnie z prawem, warto zwrócić uwagę na przepisy podatkowe i zastanowić się, która forma akcji promocyjnej będzie korzystniejsza dla przedsiębiorcy – podkreśla.

**Konkurs czy loteria – co to właściwie znaczy?**

**Z punktu widzenia prawa podatkowego najważniejszą sprawą jest odróżnienie loterii od konkursu**. Nie każde wydarzenie nazwane przez jego organizatora konkursem będzie traktowane jako konkurs dla celów ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych. Główna różnica polega na tym, **że w przypadku loterii o przyznaniu wygranej decyduje los**, nagroda otrzymywana jest niezależnie od „zasług” gracza, natomiast przy konkursie najważniejsze są postanowienia regulaminu precyzujące sposób wyłonienia zwycięzcy czy innych osób, którem przyznane będą nagrody.

**Konkurs a dochód, czyli jak widzi to urząd skarbowy**

Ustawa o podatku dochodowym nie definiuje pojęcia konkursu. W interpretacjach organów podatkowych, podaje się, że aby dane wydarzenie mogło zostać uznane za konkurs **musi istnieć element rywalizacji pomiędzy uczestnikami.** Nieodzowna jest też akceptacja postanowień regulaminu przez osobę biorącą udział w konkursie. To ten akt określa jakie warunki musi spełnić zwycięzca. Wykluczona jest losowość!

Nie z każdą wygraną będzie wiązała się konieczność zapłaty podatku. Zwolnione z opodatkowania są: wygrane w konkursach i grach organizowanych i emitowanych (ogłaszanych) w środkach masowego przekazu, a także konkursy z dziedziny nauki, kultury, sztuki, dziennikarstwa i sportu. Zwolnienie obowiązuje wyłącznie dla nagród, których jednorazowa wartość nie przekracza kwoty 2.000 zł.

Uwaga: fiskus nie zgadza się na zwolnienie z podatku dochodowego nagród zdobywanych w konkursach internetowych. W jego ocenie ulga przysługuje tylko wtedy, gdy organizatorem jest środek masowego przekazu (np. radio, telewizja lub wydawca portalu). Nie wystarczy ogłoszenie konkursu na specjalistycznym portalu internetowym. Konkurs powinien więc być zarówno ogłoszony, jak i zorganizowany przez środki masowego przekazu (przy czym zalicza się do nich również internet). Potwierdzenie takiego stanowiska znajdziemy w wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie (Sygnatura akt: III SA/Wa 1079/18).

Jeśli nie przysługuje zwolnienie to od nagród w konkursach pobiera się zryczałtowany podatek dochodowy w wysokości **10%**. Jeśli przysługuje zwolnienie, to warto pamiętać, że wartości wygranych nie sumuje się w ciągu roku! Gdy kwota pojedynczej wygranej jest mniejsza lub równa kwocie 2 000 zł, to nawet jeżeli suma otrzymanych nagród ją przekracza, to zwolnienie ciągle przysługuje.

To na **organizatorach wszelakich konkursów spoczywa obowiązek naliczenia i pobrania, a także odprowadzenia podatku od nagród**. Według ustawy, są oni płatnikami podatku od wygranej. Jak to się robi?

Jeżeli nagroda ma charakter pieniężny, organizator konkursu wypłaci uczestnikowi kwotę pomniejszoną o 10% podatku od wygranej. Natomiast, gdy uczestnik wygra nagrodę rzeczową, będzie musiał zapłacić na rzecz organizatora kwotę należnego podatku i dopiero po dopełnieniu tego obowiązku będzie mógł otrzymać swoją rzecz.

Pobrany zryczałtowany podatek płatnik musi przekazać na rachunek bankowy właściwego urzędu skarbowego właściwego ze względu na miejsce zamieszkania lub siedziby płatnika, w terminie **do 20 dnia miesiąca następującego po miesiącu przekazania nagrody**.

To nie wszystkie obowiązki organizatora. Musi on jeszcze sporządzić deklarację **PIT-8AR** i wysłać ją do właściwego urzędu skarbowego w terminie do końca stycznia roku następującego po roku podatkowym, w którym przekazano nagrodę.

**Obowiązki wygrywających**

**Przychodu opodatkowanego w formie ryczałtu, zwycięzca konkursu - osoba fizyczna) - nie wykazuje w swoim rocznym zeznaniu podatkowym.**

Co do przedsiębiorców zaszły ostatnio istotne zmiany. Jeszcze nie tak dawno temu, gdy nagrodę uzyskał przedsiębiorca, w konkursie związanym z prowadzoną przez niego działalnością gospodarczą, to fiskus twierdził, że należy doliczyć ją do ogółu przychodów uzyskanych z działalności gospodarczej w celu opodatkowania podatkiem dochodowym zgodnie ze stosowaną formą opodatkowania.

**Ta wykładnia uległa zmianie**. Obecnie przyjmuje się analogiczne zasady rozliczania nagród, jak w przypadku osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej, zatem nagrodę uzyskaną przez przedsiębiorcę organizator opodatkowuje 10% zryczałtowanym podatkiem dochodowym. I nie wykazuje jej w zeznaniu rocznym.

**A co gdy konkurs organizuje pracodawca?**

Gdy organizatorem jest pracodawca, **wartość nagrody w konkursie, niezależnie od tego, czy jest to nagroda pieniężna czy rzeczowa, pracodawca jako płatnik powinien doliczyć do pozostałych przychodów pracownika.** Wtedy wartość nagrody konkursowej wykazuje się w zeznaniu razem z dochodami ze stosunku pracy (PIT-11).

Konkurs to korzystna finansowo akcja promocyjna, ze względu na niską stawką podatku dochodowego, który jest pobierany od wygranych nagród (10% PIT). To zdecydowanie mniej, niż tradycyjne progi podatkowe w podatkach dochodowych. Ponadto, w konkursie może brać udział nieograniczony krąg uczestników (inaczej niż np. przy sprzedaży premiowej, gdzie istotne jest zaistnienie stosunku sprzedaży pomiędzy organizatorem akcji promocyjnej a uczestnikiem).

**Przy pozostałych akcjach promocyjnych (za wyjątkiem sprzedaży premiowej) nagrody są opodatkowane przez uczestników na zasadach ogólnych, czyli co do zasady wyższą stawką, według skali podatkowej.**

**Uwaga na loterie!**

Loteria promocyjna jest również chętnie stosowaną formą uatrakcyjnienia sprzedaży. Jeśli jednak decydujemy się na taką formę promocji, trzeba mieć świadomość odmiennych od konkursu regulacji prawnych.

Według ustawy o grach hazardowych loterie promocyjne to gry losowe, w których uczestniczy się przez nabycie towaru, usługi lub innego dowodu udziału w grze i tym samym nieodpłatnie uczestniczy się w loterii, a podmiot urządzający loterię oferuje wygrane pieniężne lub rzeczowe.

Co bardzo ważne – aby zorganizować loterię promocyjną, fantową, a nawet bingo fantowe – osoby fizyczne, osoby prawne lub jednostki organizacyjne niemające osobowości prawnej **muszą uzyskać stosowne zezwolenie!** Udziela go dyrektor izby administracji skarbowej, właściwy ze względu na miejsce gdzie takie loterie będą urządzane. Warto o tym pamiętać, gdyż znane były sytuacje, gdy nieświadomi niczego organizatorzy parafialnych loteryjek na szczytne cele znaleźli się na celowniku fiskusa.

Wniosek o udzielenie zezwolenia na organizację loterii promocyjnej rozpatrywany jest przez właściwego dyrektora izby administracji skarbowej w terminie 2 miesięcy od dnia jego złożenia i podlega opłacie, w wysokości 10% wartości nagród, nie mniejszej jednak niż 50% kwoty przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w sektorze przedsiębiorstw bez wypłat nagród z zysku, w drugim kwartale roku poprzedniego.

Jako, że udział w loterii promocyjnej jest nieodpłatny i nie powoduje uzyskania przychodu u organizatora, brak jest podstaw do jego opodatkowania podatkiem od gier hazardowych.

Natomiast przychód z tytułu nagród uzyskanych przez zwycięzców konkursów lub loterii promocyjnych organizowanych przez przedsiębiorcę będzie podlegał opodatkowaniu 10% zryczałtowanym podatkiem dochodowym, którego płatnikami są organizatorzy. Tak więc to organizujący loterię są obowiązani pobierać zryczałtowany podatek dochodowy od dokonywanych wypłat. Kiedy nagroda ma charakter niepieniężny, to wygrywający jest obowiązany wpłacić organizatorowi kwotę zaliczki lub należnego zryczałtowanego podatku przed udostępnieniem wygranej.

**Warto zaznaczyć, że zwolnione z podatku od wygranej w loterii są nagrody, których jednorazowa wartość nie przekracza 2 280 zł.**

Analogicznie jak przy konkursach organizator jako płatnik obowiązany jest obliczyć i wpłacić ww. podatek w terminie do 20. dnia miesiąca następującego po miesiącu, w którym pobrano podatek - na rachunek urzędu skarbowego, właściwego ze względu na miejsce zamieszkania lub siedziby. Ponadto, do końca stycznia roku następującego po roku podatkowym w którym pobrano podatek, urządzający loterię musi przesłać do urzędu skarbowego, roczne deklaracje oznaczone jako PIT-8AR.

**Sprzedaż premiowa**

Ten rodzaj promocji jest dla organizatora korzystny, gdyż **pozwala na zaliczenie wydatków związanych z przeprowadzeniem akcji do firmowych kosztów podatkowych.** Warto jednak zwrócić uwagę na konieczność prawidłowego udokumentowania poniesionych w związku z tym wydatków. Dokumentacja musi zawierać regulamin sprzedaży premiowej, który pozwala wykazać jaki był charakter i cel poniesienia kosztów na jej przeprowadzenie oraz udowodnić, że wydatki te nie noszą cech reprezentacyjnych. Dokumenty muszą także określać, jakie warunki musi spełnić uczestnik, celem otrzymania upominku oraz potwierdzać odebranie nagrody przez beneficjentów.

Gdy premię otrzymuje osoba nieprowadząca działalności gospodarczej, wówczas jej wartość stanowi przychód zasadniczo podlegający opodatkowaniu 10% ryczałtem, tak jak w przypadku konkursu i loterii. Ze zwolnienia od podatku korzystają nagrody, których jednorazowa wartość nie przekracza **2.000 zł**. Jeżeli jednak jest wyższa, to wówczas w całości podlega ona opodatkowaniu (a nie tylko nadwyżka ponad 2.000 zł). Płatnikiem jest przekazujący premię i obowiązują go takie same zasady jak przy organizacji konkursu i loterii.

Gdy uczestnikiem sprzedaży premiowej jest przedsiębiorca, to nagroda otrzymana przez niego stanowi przychód z działalności gospodarczej, który powstaje w momencie uzyskania nagrody. **Jeżeli nagroda ma charakter niepieniężny to jej wartość należy ustalić na podstawie cen rynkowych stosowanych przy udostępnianiu rzeczy lub świadczeniu usług tego samego rodzaju i gatunku, z uwzględnieniem w szczególności ich stanu i stopnia zużycia oraz czasu i miejsca udostępnienia.**

Jeśli przekazanie nagrody pracownikowi, nagradzało rezultaty wykonywanej przez niego pracy, wówczas traktuje się ją jako dodatkowe wynagrodzenie i opodatkowuje jako zwykły przychód ze stosunku pracy.

- Akcja z nagrodami organizowana przez firmę w większości przypadków nie jest akcją charytatywną. Firmy przeprowadzają konkursy, loterie lub sprzedaż premiową, aby osiągać konkretne cele, takie jak wyższa sprzedaż lub wzmocnienie motywacji pracowników. I jak przy każdej inwestycji, tak również przy akcjach z nagrodami, należy liczyć się z kosztami, także podatkowymi – mówi Grzegorz Kobryń. – W prawidłowym rozliczeniu akcji pomóc może współpraca z platformą wyspecjalizowaną w dystrybucji nagród – podkreśla.

Źródło: [nagrodyb2b.pl](https://nagrodyb2b.pl/)