

Сбор за рекламу в Интернете – не первоапрельская шутка

Вниманию руководителей организаций и сотрудников юридических департаментов

Юридическая компания «Пепеляев Групп» сообщает: менее чем через месяц, с 1 апреля 2025 г. новой редакцией Закона о рекламе вводятся обязательные отчисления за рекламу в Интернете¹.

Сбор (3% с полученных доходов) будет уплачиваться рекламодателями, операторами рекламных систем и другими лицами, участвующими в размещении рекламы в Интернете. Бремя этих расходов почувствуют и рекламодатели, так как сбор наверняка повлияет на цену рекламных услуг.

Порядок исчисления сбора должно установить Правительство РФ. Но уже сейчас участникам рекламного рынка стоит перечитать договоры на размещение рекламы и разобраться с новыми обязанностями.

Если Ваша компания размещает информацию о себе или других в Интернете, либо как-то способствует этому, то, готовясь к введению сбора, нужно ответить на следующие вопросы:

1. Размещаемая информация – реклама?

Комментарий «Пепеляев Групп»

Прежде всего, необходимо проверить, соответствует ли информация признакам, перечисленным в ст. 3 Закона о рекламе. Если ответ положительный, не стоит спешить ставить знак равенства между «рекламой» и вашим контентом. Множество исключений из общего правила могут существенно повлиять на финальную квалификацию материала. На практике данный вопрос разрешается каждый раз индивидуально, с учетом всех конкретных обстоятельств, способов, условий и целей размещения таких сведений.

¹ <https://sozd.duma.gov.ru/bill/600974-8>.

2. Какова роль компании в размещении рекламы? Какую именно услугу она оказывает? Признается ли она плательщиком отчислений?

Комментарий «Пепеляев Групп»

Как показывает практика, выделить свою роль в цепочке контрагентов, участвующих в рекламной кампании (рекламодатель, рекламодатель, рекламодатель и т.д.), не так уж просто. Необходимо установить, какую именно функцию выполняет компания: определяет ли она объект рекламирования и содержание рекламы, приводит ли информацию в готовую для распространения форму или же распространяет ее. Озадачиться данным вопросом нужно уже сейчас, ведь от этого зависит обязанность по уплате новых отчислений.

3. Где, на каких ресурсах размещается информация?

Комментарий «Пепеляев Групп»

Самая очевидная площадка для размещения рекламы в Интернете - официальный сайт компании. Но список может быть намного шире: мессенджеры, приложения для смартфонов, маркетплейсы и даже запрещенные соцсети. Стоит уже сейчас задуматься, на каких потенциальных, и, возможно, не самых очевидных Интернет-ресурсах может распространяться реклама. Не стоит забывать, что закон освобождает от новых отчислений рекламу, размещенную на площадках вещателей телеканалов и (или) радиоканалов, информационных агентств, некоторых СМИ с госучастием или получавших бюджетные субсидии, а также ресурсах крупных печатных изданий.

4. Что есть доход от оказания таких услуг?

Комментарий «Пепеляев Групп»

Для целей налогообложения под доходом понимается экономическая выгода (ст. 41 НК РФ). Обычно это выручка, цена услуги, которая за вычетом издержек становится прибылью компании. Впрочем, поскольку данный сбор формально не включен в общую систему налогов и сборов, не исключаем, что понятие дохода и правила его исчисления тоже будут иными.

Но поскольку в любом случае новые отчисления взимаются с дохода от размещения рекламы, а не с прибыли, то следует обратить внимание на то, каким образом формируется этот доход. Возможно, доход от размещения рекламы вашей компанией искусственно завышен с целью покрыть сопутствующие расходы и издержки. Некоторые расходы, комиссии могут непосредственно влиять на цену сделки и, соответственно, на доход от реализации услуг. Тогда необходимо пересмотреть договорные отношения, взаимные обязательства сторон и исключить необоснованное завышение таких доходов.

5. Как изменить договорную модель, в какие договоры внести изменения, чтобы не платить сбор с доходов, с которых не должны взиматься новые отчисления?

Комментарий «Пепеляев Групп»

Новые отчисления взимаются лишь с определенных доходов, которые указаны в Законе. Необходимо пересмотреть договоры, чтобы прямо обозначить цену соответствующих услуг и облагаемые доходы, отделить их от необлагаемых. Недопустимо смешение таких доходов с другими доходами, получение платы за услуги в виде единого платежа, без разбивки цены. В противном случае, мы предполагаем, весь платеж, вся цена по договору будет облагаться новым сбором.

6. Есть ли необходимость внести изменения в учетную политику, чтобы корректно и своевременно отражать доходы от размещения рекламы в Интернете?

Комментарий «Пепеляев Групп»

Плательщикам новых отчислений следует продумать изменения в системе учета доходов от рекламных услуг так, чтобы обособить их от доходов от оказания иных услуг, сопутствующих распространению рекламы и которые не должны включаться в базу для взимания рекламного сбора. Посредникам в рекламной цепочке необходимо обособить в учете доходы в виде агентского вознаграждения, облагаемые рекламным сбором. Рекламодателям, привлекающим для распространения рекламы иностранные компании или частных лиц, необходимо продумать порядок учета и удержания рекламного сбора при расчетах с такими рекламораспространителями. Изменения в системе учета рекомендуем закрепить в учетной политике.

Помощь консультанта

Специалисты компании «Пепеляев Групп» обладают большим опытом правового сопровождения клиентов в сфере законодательства о рекламе, налогообложения и бухгалтерского учета.

Наши специалисты в режиме непрерывного мониторинга отслеживают изменения в рекламном законодательстве и готовы оперативно консультировать по всем правовым аспектам, возникающим в связи с принятием новых норм.

Контактная информация



Рустем Ахметшин
Старший партнер

T: +7 (495) 767 00 07
r.ahmetshin@pgplaw.ru



Елена Соколовская
Партнер

T: +7 (495) 767 00 07
e.sokolovskaya@pgplaw.ru



Анна Симаченко
Юрист

T: +7 (495) 767 00 07
a.simachenko@pgplaw.ru



Ирина Халимоненко
Ведущий эксперт-аудитор

T: +7 (495) 767 00 07
i.khalimonenko@pgplaw.ru