

Warszawa, 9 grudnia 2002 r.

**Opinia w sprawie
zgodności z prawem przekazywania 10% wartości usług reklamowych
wyrobów alkoholowych na kulturę fizyczną i sport (druk nr 587)**

Ustawa z dnia 26 listopada 1998 r. o finansach publicznych zezwala na tworzenie środków specjalnych na podstawie odrębnych ustaw. W przypadku projektowanego środka specjalnego należy wskazać, że minister właściwy do spraw kultury fizycznej i sportu prowadzi już rachunek środka specjalnego, który jest przeznaczony na modernizację, remonty i dofinansowanie inwestycji obiektów sportowych oraz rozwijanie sportu wśród dzieci, młodzieży i niepełnosprawnych. Projektowane obecnie wpłaty stanowiłyby zatem najprawdopodobniej dodatkowe źródło zasilania tego środka.

Projektowany środek spowodowałby najprawdopodobniej powiększenie zakresu gospodarki pozabudżetowej kosztem gospodarki budżetowej, gdyż pewnemu zmniejszeniu uległyby wpływy z podatków dochodowych, stanowiące dochód budżetu państwa. Aby przeciwdziałać zaliczaniu przez podmioty reklamujące i promujące piwo wpłat na rzecz projektowanego środka do kosztów uzyskania przychodów należałoby dokonać zmian w ustawach podatkowych i ustanowić zasadę, iż wpłat na rzecz tego środka nie uważa się za koszt uzyskania przychodów.

Projektowane wpłaty na rzecz środka stanowiłyby dodatkowe świadczenie publiczne podmiotów reklamujących i promujących piwo. Zbyt krótkie jest projektowane *vacatio legis* przepisów nakładających to nowe obciążenie.

Stosowanie projektowanych przepisów rodziłoby poważne problemy w przypadku podmiotów promujących piwo. jeśli promocji nie towarzyszyłby zakup usług reklamowych.

Art. 21 ust. 1 pkt 1 ustawy o finansach publicznych stanowi, że „Środki specjalne są środkami finansowymi, gromadzonymi przez jednostki budżetowe na wyodrębnionych rachunkach bankowych ... na podstawie odrębnych ustaw ...”, zaś z ust. 2 wynika, iż „Środki specjalne przeznacza się na ... cele wskazane w ustawie ... na podstawie której utworzono te środki”. Obowiązujące prawo zezwala zatem na tworzenie środków specjalnych na podstawie ustaw, które winny określać m.in. cele, na które środek specjalny będzie przeznaczony. Od wyboru politycznego, dokonywanego przez parlament, zależy czy dany środek specjalny zostanie utworzony czy też nie i które podmioty będą dokonywały wpłat na jego rzecz.

Projektowany środek specjalny ma być zasilany wpływami w wysokości 10% wartości netto zakupu usług reklamowych, wpłacanymi przez podmioty reklamujące i promujące piwo. Wpłaty te mają być przeznaczane wyłącznie na dofinansowanie inwestycji obiektów sportowych oraz rozwijanie sportu wśród dzieci, młodzieży oraz osób niepełnosprawnych.

Obecnie funkcjonuje już środek specjalny, którego cele w istotnym zakresie pokrywają się z celami projektowanego środka. Zgodnie z art. 47a ust. 1 ustawy z dnia 29 lipca 1992 r. o grach losowych i zakładach wzajemnych „W grach liczbowych stanowiących monopol państwa ustanawia się dopłaty do stawek w wysokości 20% stawki ustalonej dla danej gry”. Stosownie do art. 47b ust. 1 „Podmiot zarządzający gry liczbowe obowiązany jest przekazywać wpływy z dopłat, o których mowa w art. 47a ust. 1 na wyodrębniony rachunek prowadzony w tym celu przez ministra właściwego do spraw kultury fizycznej i sportu”, zaś w świetle ust. 2 „Wpływy z dopłat, o których mowa w ust. 1, przeznaczone są wyłącznie na modernizację, remonty i dofinansowanie inwestycji obiektów sportowych oraz rozwijanie sportu wśród dzieci, młodzieży i niepełnosprawnych”. Dopelnieniem tych regulacji jest ust. 2a, który stanowi, że „Gospodarka finansowa środkami, o których mowa w art. 47a ust. 1, jest prowadzona

przez ministra właściwego do spraw kultury fizycznej i sportu w formie określonej w art. 21 ustawy z dnia 26 listopada 1998 r. o finansach publicznych (Dz. U. Nr 155, poz. 1014)”. Jeśli projektowana ustawa zostanie uchwalona przez parlament w obecnym kształcie, to wpłaty podmiotów reklamujących i promujących piwo będą prawdopodobnie stanowić dodatkowe źródło zasilania istniejącego już środka specjalnego.

Jest wysoce prawdopodobne, że wpłaty, o których mowa, zostaną zaliczone przez podmioty reklamujące i promujące piwo do kosztów uzyskania przychodów, co spowoduje, że wpływy z podatku dochodowego od tych podmiotów ulegną pewnemu zmniejszeniu. Efekt ekonomiczny utworzenia projektowanego środka będzie zatem polegał na tym, że środek specjalny przeznaczany na dofinansowanie inwestycji obiektów sportowych oraz rozwijanie sportu wśród dzieci, młodzieży oraz osób niepełnosprawnych osiągnie wpływy, lecz odbędzie się to kosztem dochodów budżetu państwa. Wpływy z podatków dochodowych stanowią bowiem dochody budżetu państwa. Utworzenie projektowanego środka spowoduje zatem prawdopodobnie, że powiększy się zakres gospodarki pozabudżetowej kosztem gospodarki budżetowej.

Aby uniemożliwić podmiotom reklamującym i promującym piwo zaliczanie projektowanych wpłat do kosztów uzyskania przychodów należałoby dokonać zmian w ustawie o podatku dochodowym od osób prawnych i - być może - w ustawie o podatku dochodowym od osób fizycznych. W tych ustawach należałoby ustanowić regułę, że wpłat dokonywanych na rzecz projektowanego środka nie uważa się za koszt uzyskania przychodów.

Zgodnie z projektowanym ust. 16 ustawy o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi „Do należności z tytułu uiszczenia kwot, o których mowa w ust. 12, stosuje się odpowiednio przepisy działu III ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Ordynacja podatkowa ...”. Byłyby więc do nich stosowane przepisy dotyczące zobowiązań podatkowych. Nie przesądzając charakteru prawnego projektowanej wpłaty na rzecz środka specjalnego należy stwierdzić, iż wpłaty te stanowiłyby, bez wątpienia, dodatkowe świadczenie publiczne podmiotów reklamujących i promujących piwo. Z tego powodu należałoby do nich stosować te wszystkie zasady i reguły, które są związane z podatkami i innymi daninami publicznymi. W związku z tym zwraca uwagę zbyt krótkie *vacatio legis* projektowanej ustawy. Zgodnie z projektowanym art. 2 ustawy „Ustawa wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia ogłoszenia”. Tymczasem w świetle dotychczasowych orzeczeń Trybunału

Konstytucyjnego *vacatio legis* przepisów nakładających daniny publiczne winno wynosić co najmniej 1 miesiąc od ich ogłoszenia.

Jeśli projektowana ustawa zostanie uchwalona w obecnym kształcie, to stosowanie jej przepisów będzie rodzić poważne problemy w przypadku podmiotów promujących piwo, lecz bez zakupu usług reklamowych. W szczególności będzie na nich spoczywał obowiązek dokonania wpłaty (wynika on z projektowanego ust. 12), lecz nie sposób wskazać od czego będzie liczona owa wpłata (podstawą jej obliczenia jest obecnie jedynie wartość netto zakupu usług reklamowych).

Sporządziła: dr Teresa Augustyniak-Górna