



| Światowy lider w usługach przedpłaconych

# Regulacje prawno-podatkowe do Kart Premiowych Edenred



## **KARTY PREMIOWE EDENRED REGULACJE PRAWNO-PODATKOWE**

Zgodnie z art. 21 ust. 1 pkt 6a, 68 i 68a ustawy z 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych (tekst jednolity Dz.U. z 2018r. poz. 1509 z późn. zm.) – „ustawa o PDOF” – osoba fizyczna jest zwolniona z podatku dochodowego m.in. w przypadku uzyskania nieodpłatnie:

- Świadczeń przekazanych w ramach promocji lub reklamy – jednorazowo do 200 zł – przy czym zwolnienie nie dotyczy świadczeń przekazywanych m.in. własnym pracownikom lub zleceniobiorcom (pkt 68a);
- Nagród związanych ze sprzedażą premii towarów lub usług – jednorazowo do 2000 zł – pod warunkiem, że nagroda nie dotyczy prowadzonej przez osobę fizyczną działalności gospodarczej (pkt 68);
- Wygranych w konkursie z dziedziny nauki, kultury, sztuki, dziennikarstwa i sportu – jednorazowo do 2000 zł (pkt 68);
- Wygranych w konkursie organizowanym i emitowanym (ogłaszanym) przez środki masowego przekazu (prasa, radio i telewizja) – jednorazowo do 2000 zł (pkt 68);
- Wygranych w loterii promocyjnej – jednorazowo do 2280 zł (pkt 6a).

W powyższych przypadkach świadczeniodawca (organizator) nie jest zobowiązany do pobierania podatku i składania deklaracji PIT-11 lub PIT-8AR.

### ***Jak pobrać od osoby fizycznej i odprowadzić podatek dochodowy, jeśli jest należny?***

Jeżeli warunki uprawniające do zwolnienia nie zostały spełnione, organizator sprzedaży premiowej, konkursu lub loterii promocyjnej ma obowiązek przed wydaniem nagrody pobrać od osoby nagrodzonej / wygrywającego podatek w ryczałtowej wysokości 10% wartości nagrody / wygranej i do 20. dnia miesiąca następującego po miesiącu, w którym podatek został pobrany, wpłacić podatek do swojego Urzędu Skarbowego. Do końca stycznia roku następującego po roku podatkowym – organizator przesyła zaś do Urzędu Skarbowego roczną deklarację PIT-8AR. Natomiast w przypadku pozostałych świadczeń przekazanych w ramach promocji lub reklamy, podmiot, który je wydał, co do zasady sporządza i przesyła do osoby fizycznej oraz jej Urzędu Skarbowego informację PIT-11. Informacja ta przesyłana jest do końca lutego następnego roku podatkowego.

## Podstawowe typy promocji – stawki podatkowe:

	Sprzedaż premiowa	Konkurs	Loteria	Inna promocja
próg zwolnienia podatkowego	2000 zł*	2000 zł / 0 zł*	2280 zł	0 zł
wartość podatku	10%	10%	10%	wg stawki podatkowej uczestnika
rodzaj rozliczenia	PIT 8AR (zbiorczo)	PIT 8AR (zbiorczo)	PIT 8AR (zbiorczo)	PIT 11 (Indywidualny dla każdego uczestnika)
termin rozliczenia	do 20. dnia następnego miesiąca po wydaniu nagrody	do 20. dnia następnego miesiąca po wydaniu nagrody	do 20. dnia następnego miesiąca po wydaniu nagrody	do 31 stycznia następnego roku po wydaniu nagród

## PODATEK DOCHODOWY OD OSÓB PRAWNYCH

Kosztami uzyskania przychodów są koszty poniesione w celu osiągnięcia przychodów ze źródła przychodów lub w celu zachowania albo zabezpieczenia źródła przychodów, z wyjątkiem kosztów wymienionych w art. 16 ust. 1., zgodnie z art. 15 ust.1 ustawy z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych (tekst jednolity Dz U. z 2017 r. poz. 2343 z późn. zm.).



# SPRZEDAŻ PREMIOWA

Definicji tego pojęcia nie znajdziemy w ustawie podatkowej. Natomiast w praktyce uznaje się, że jest to sformalizowana akcja, w której w związku z dokonaniem określonego zakupu kupującemu przyznawana jest nagroda. Sprzedaż premiowa związana jest zatem z uatrakcyjnieniem sprzedaży określonych towarów lub usług, poprzez przyznanie jako nagrody innego towaru czy usługi, albo po prostu zniżki na przyszłe zakupy. Taka zniżka może być przyznana w formie rabatu lub też poprzez możliwość gromadzenia punktów w ramach programu lojalnościowego. Sprzedaż premiowa w rozumieniu ustawy o PDOF powinna być prowadzona na podstawie regulaminu. Zazwyczaj regulamin zakłada, że do każdego sprzedanego w danym okresie, konkretnego i ustalonego wcześniej towaru lub usługi, ewentualnie do towarów lub usług o określonej wartości, dodawana jest nagroda. Nagrodę otrzymuje więc każdy nabywca promowanego towaru lub usługi, który zaakceptuje regulamin promocji oraz spełni wymagane w nim warunki. Taki sposób rozumienia sprzedaży premiowej jest konsekwentnie potwierdzany w interpretacjach organów podatkowych.

## ***Czym nie jest sprzedaż premiowa?***

Na pewno nie jest nią promocja, w której nagroda wydawana jest losowo, np. co dziesiątemu klientowi nabywającemu towar. Sprzedaż premiowa nie występuje także wtedy, kiedy nagroda jest losowana wśród nabywców premiowanych towarów biorących udział w promocji. Co więcej, zgodnie z powszechnym stanowiskiem organów podatkowych, ze sprzedażą premiową mamy do czynienia tylko wówczas, gdy ten sam podmiot (sprzedawca) sprzedaje premiowany towar lub usługę i wydaje nagrody. Od strony prawnej akcja nie stanowi sprzedaży premiowej, kiedy jej zasady nie są konkretnie i czytelnie ustalone lub kiedy brak jest obiektywnie określonych warunków otrzymania nagrody. Dlatego należy bezwzględnie pamiętać o zapisaniu odpowiednich warunków promocji w regulaminie akceptowanym przez klientów.

Do sprzedaży premiowej nie zaliczamy akcji promocyjnych, polegających na wręczaniu nagród w zamian za dokonaną transakcję, skierowanych do pracowników kontrahentów. Wynika to z faktu, że w tym przypadku osoby uprawnione do odbioru premii nie są stroną umowy sprzedaży, a jedynie reprezentują nabywcę.

## **Regulamin to podstawa**

Bez względu na to, jaką formę wsparcia sprzedaży wybierzesz, kluczową sprawą jest odpowiednio przygotowany regulamin. Jego zapisy muszą być dopasowane do zasad prowadzonej akcji. Regulamin sprzedaży premiowej powinien zawierać m.in.:

- nazwę organizatora i określenie adresatów promocji,
- czas i miejsce akcji,
- warunki udziału w promocji,
- opis zasad promocji, w tym, warunków otrzymania nagrody,
- określenie nagrody i jej wartości wraz ze sposobem jej przekazania itp.

Pamiętaj o zebraniu szczegółowej dokumentacji potwierdzającej spełnienie wymogów niezbędnych do otrzymania nagrody oraz wydania nagrody.

## **Skutki podatkowe**

Planując sprzedaż premiową, trzeba liczyć się z koniecznością zapłaty 10% zryczałtowanego podatku dochodowego od osób fizycznych, który pobierany jest od wartości przekazywanych nagród w sprzedaży premiowej skierowanej do konsumentów. Organizator pobiera podatek przed wydaniem nagród, wpłaca go do Urzędu Skarbowego i składa deklarację PIT-8AR.

Warto też wiedzieć, że Ustawa o PDOF (w art. 21 ust. 1 pkt 68) przewiduje zwolnienie z podatku dla nagród w sprzedaży premiowej – jeżeli jednorazowa wartość nagród nie przekracza 2000 zł. Trzeba tylko pamiętać, że zwolnienie podatkowe nagród związanych ze sprzedażą premiową nie dotyczy nagród otrzymanych przez podatnika w związku z prowadzoną przez niego pozarolniczą działalnością gospodarczą, stanowiących przychód z tej działalności. W takiej sytuacji organizator sprzedaży premiowej nie jest płatnikiem podatku ani zaliczek na podatek i nie ciąży na nim żadne obowiązki z tego tytułu. Natomiast zdobywca nagrody zobowiązany jest do zaliczenia jej wartości do swoich przychodów z działalności gospodarczej.



# KONKURS

Podobnie jak przy akcji promocyjnej o charakterze sprzedaży premiowej – zgodnie z Ustawą o podatku dochodowym od osób fizycznych Organizator w ramach konkursów ma obowiązek przed wydaniem nagrody pobrać od wygrywającego podatek w wysokości 10% wartości nagrody i do dnia 20 następującego po miesiącu, w którym podatek został pobrany, wpłacić podatek do swojego Urzędu Skarbowego. Do końca stycznia roku następującego po roku podatkowym – Organizator przesyła zaś do Urzędu Skarbowego roczną deklarację PIT-8AR. W omawianej ustawie jest również zapis o zwolnieniach z opodatkowania. Wolna od podatku dochodowego jest wartość wygranych w konkursach publicznych do kwoty 2000 PLN (art. 21 ust. 1 pkt 68 ustawy o PDOF).

Konkursy ze względu na krótki czas uruchomienia są atrakcyjnym rozwiązaniem wykorzystywanym przez firmy do wspierania sprzedaży oraz wprowadzania nowych produktów na rynek. Istotnym elementem konkursów jest współzawodnictwo zmierzające do osiągnięcia najlepszego wyniku, o przyznaniu nagród decydują zwykle wiedza lub umiejętności. Organizator konkursu wyłania zwycięzcę bądź kilku zwycięzców spośród grupy najlepszych uczestników, którzy spełnili określone kryteria. Przeprowadzając konkurs określi dokładne zasady w regulaminie i kontroluj przebieg akcji. Nieprzestrzeganie tych zasad może skutkować tym, że akcja zostanie uznana za działanie innego rodzaju, w szczególności loterię (gdy pojawi się tzw. losowość) lub reprezentację (w przypadku braku obiektywnych zasad wyłaniania zwycięzców). Konkursy mogą być powiązane z wiedzą na temat np. kultury, nauki, sztuki, a także dotyczyć samej firmy i jej produktów. Mogą być organizowane i emitowane lub prowadzone w inny sposób. Konkursy są najczęściej kierowane do konsumentów, kontrahentów (dystrybutorów, hurtowników, detalistów itp.), pracowników punktów sprzedaży oraz pracowników organizatora.

## **Skutki podatkowe**

W konkursie podobnie jak w sprzedaży premiowej trzeba pamiętać o konieczności zapłaty 10% zryczałtowanego podatku dochodowego od osób fizycznych, który pobierany jest od wartości przekazywanych nagród w konkursie skierowanym do konsumentów. Organizator pobiera podatek przed wydaniem nagród, wpłaca go do Urzędu Skarbowego i składa deklarację PIT-8AR.

Warto też wiedzieć, że Ustawa o PDOF (w art. 21 ust. 1 pkt 68) przewiduje zwolnienie z podatku, jeżeli jednorazowa wartość nagrody nie przekracza 2000 zł, dla konkursów: z dziedziny nauki, kultury, sztuki, dziennikarstwa lub sportu, ewentualnie konkursów organizowanych i emitowanych przez środki masowego przekazu (prasa, radio i telewizja).





# LOTERIA

Definicja loterii zawarta jest w ustawie o grach hazardowych w art. 2 ust. 1: „Grami losowymi są gry, w tym urządzone przez sieć Internet, o wygrane pieniężne lub rzeczowe, których wynik w szczególności zależy od przypadku”. Cechą charakterystyczną takich gier jest wystąpienie elementu losowości.

Największym zainteresowaniem cieszą się loterie promocyjne i audiotekstowe. W loterii promocyjnej należy nabyć towar lub usługę, które upoważniają do nieodpłatnego wzięcia udziału w grze. Natomiast w loterii audiotekstowej uczestniczy się wyłącznie przez wysyłanie odpłatnych wiadomości tekstowych (SMS) lub poprzez wykonanie odpłatnego połączenia telefonicznego z użyciem publicznej sieci telekomunikacyjnej. Bez względu na typ loterii organizator oferuje wygrane pieniężne lub rzeczowe.

## ***Dokumentacja to podstawa***

Jeśli decydujesz się na przeprowadzenie loterii, pamiętaj o uzyskaniu zezwoleń, a te wymagają czasu. Dlatego odpowiednio wcześniej zaplanuj poszczególne kroki, nawet kilka miesięcy przed startem akcji. Zorganizowanie gry losowej bez wymaganych zezwoleń ma swoje skutki prawne i finansowe względem organizatora i uczestnika.

Loterie promocyjne mogą być prowadzone przez osoby fizyczne, osoby prawne lub jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej. Wyjątek stanowią loterie audiotekstowe, które mogą być urządzone wyłącznie przez spółki akcyjne lub spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą na terytorium RP. Dodatkowo ustawa o grach hazardowych przewiduje, że osoby lub firmy nadzorujące loterie muszą posiadać świadectwa zawodowe wydane przez Ministra Finansów oraz powołać wewnętrzną komisję sprawującą nadzór nad prawidłowym przebiegiem loterii. Do jej przeprowadzenia wymagane jest zezwolenie Dyrektora Izby Celnej, ważne w okresie trwania loterii. Wniosek dotyczący loterii promocyjnej rozpatrywany jest do dwóch miesięcy od dnia jego złożenia. Niezbędnym elementem jest regulamin zawierający m.in. nazwę loterii, zasady jej prowadzenia, termin i tryb rozpatrywania reklamacji, okres sprzedaży towarów itp.

## ***Skutki podatkowe***

Na podstawie art. 30 ust. 1 pkt 2 Ustawy o PDOF od nagród w loteriach pobiera się 10% zryczałtowany podatek. Podobnie jak w przypadku sprzedaży premiowej organizator pobiera podatek przed wydaniem nagród, wpłaca go do Urzędu Skarbowego i składa deklarację PIT-8AR. Ustawodawca przewidział też stosowne zwolnienie z podatku (art. 21 ust. 1 pkt 6a Ustawy o PDOF): Wolne od podatku dochodowego są „wygrane w grach hazardowych, jeżeli jednorazowa wartość tych wygranych nie przekracza 2280 zł, urządzanych i prowadzonych przez uprawniony podmiot na podstawie przepisów o grach hazardowych obowiązujących w państwie członkowskim Unii Europejskiej lub w innym państwie należącym do Europejskiego Obszaru Gospodarczego.”



# Kontakt

**Edenred Polska Sp. z o.o.**  
ul. Rozbrat 44a  
00-419 Warszawa

tel. +48 22 209 82 59

[lojalnosc.edenred.pl](mailto:lojalnosc.edenred.pl)  
[www.edenred.pl](http://www.edenred.pl)