

Warszawa, dnia 30 sierpnia 2021 r.

Pan Jan Sarnowski
Podsekretarz Stanu
Ministerstwo Finansów
Funduszy i Polityki regionalnej

OPINIA

ZWIĄZKU PRACODAWCÓW BRANŻY INTERNETOWEJ INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU (IAB POLSKA) W/S PROJEKTU USTAW PODATKOWYCH Z DNIA 26 LIPCA 2021 R. (NR W WYKAZIE UD260) WYNIKAJĄCYCH Z REALIZACJI PROGRAMU „POLSKI ŁAD”.

W związku z przedstawionym w maju tego roku rządowym programem społeczno-gospodarczym pn.: „Polski Ład” pragniemy przedstawić poniżej opinię Związku Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska dot. tej propozycji. IAB Polska, jako zrzeszenie ponad 200 członków, wśród których znajdują się m.in. największe portale internetowe, sieci reklamowe, domy mediowe i agencje interaktywne, ceni sobie możliwość współpracy w zakresie wdrażania do polskiego porządku prawnego koniecznych zmian, mających wpływ na przedsiębiorców działających interaktywnie, w szczególności w internecie oraz branży reklamowej. Dlatego też mając możliwości wzięcia udziału w konsultacjach publicznych projektu ustaw podatkowych PIT i CIT z 26 lipca 2021 r. (UD 260) pragniemy w szczególności zwrócić uwagę na propozycje zmian w zakresie podatku dochodowego od osób prawnych. Program „Polski Ład” przewiduje wiele nowych rozwiązań, w tym zaostrezenie regulacji poprzez wprowadzenie tzw. przepisów uszczelniających.

Projekt prezentowany jest społecznie jako obniżający podatki i inne daniny odprowadzane na rzecz państwa. Natomiast środowiska przedsiębiorców, w tym rzecznik MŚP, biją z kolei na alarm, że są to zmiany tylko powierzchownie odciążające oraz iluzorycznie chroniące, a w efekcie doprowadzą do zwiększenia wysokości opłacanych danin, co bezpośrednio może wpłynąć na zaburzenie konkurencyjności i zahamowanie rozwoju polskich przedsiębiorców. IAB Polska, którego członkami są polskie, innowacyjne przedsiębiorstwa mające duży potencjał do ekspansji na rynki zagraniczne podziela te obawy. Każde nowe obciążenie fiskalne wprowadzane w momencie odbudowy strat poniesionych w wyniku pandemii COVID-19 może doprowadzić do zahamowania innowacyjności, redukcji zatrudnienia, aż po likwidację tych firm, które nie będą w stanie sprostać nowym wymogom. Zatem efekt finalny będzie dokładnie odwrotny od zakładanego.

Chociaż niektóre z proponowanych zmian mogą wydawać się korzystne, jak np. ulga na ekspansję dla firm, które zdecydują się na rozwój swojej działalności i znalezienie nowych

rynków zbytu (preferencja będzie dotyczyła wydatków poniesionych w celu zwiększenia sprzedaży własnych produktów, w tym uczestnictwo w targach, działania promocyjne, przygotowanie koniecznej dokumentacji) mamy wątpliwości czy faktycznie wpłyną one korzystnie na funkcjonowanie wszystkich firm. IAB Polska zrzesza firmy działające w branży reklamy cyfrowej, zatem pozostaje wątpliwość, czy taka działalność może być objęta ww. ulgą. W szczególności, niezrozumiałe jest wyłączenie możliwości korzystania z ulgi przez podatników świadczących usługi. W ocenie IAB Polska taka regulacja jest bardzo **niekorzystna z perspektywy polskich nowoczesnych firm technologicznych sprzedających rozwiązania technologiczne w formie usług (SaaS, software as a service) i podejmujących liczne, kosztowne działania na rynkach zagranicznych w poszukiwaniu nabywców usług. W ocenie IAB Polska, zasadne jest umożliwienie młodym polskim kreatywnym przedsiębiorcom, np. tworzącym rozwiązania technologiczne, skorzystanie z ulgi dot. kosztów działań marketingowych na takich samych zasadach, jak w przypadkach producentów towarów.**

IAB Polska równie krytycznie ocenia **wyłączenie z kosztów uzyskania przychodów kosztów finansowania dłużnego uzyskanego od podmiotów powiązanych przeznaczonego na tzw. transakcje kapitałowe.** W naszej ocenie, może to ograniczyć możliwości pozyskania inwestorów przez nowe, innowacyjne firmy technologiczne. Nabycie lub objęcie udziałów w takich spółkach będzie nieefektywne podatkowo w przypadku, gdy inwestor będzie finansować się długiem grupowym, co jest bardzo częste.

Niezależnie od powyższego pragniemy zwrócić uwagę na inne propozycje podatkowe, które w międzyczasie przedstawiane były lub są zarówno na forum międzynarodowym, ale także krajowym, w tym np. koncepcja „ podatku od przychodów reklamowych” czy „opłaty cyfrowej”. Wszystkie te rozwiązania uderzą w sposób istotny w firmy z branży, którą reprezentujemy powodując szereg niepożądanych negatywnych skutków.

Apelujemy zatem o rewizję skutków planowanej zmiany ustawy o CIT oraz rozważenie wprowadzenia mniej radykalnych zmian lub ich dopracowanie. W razie potrzeby pozostajemy do dyspozycji i jesteśmy gotowi przedstawić bardziej szczegółowo argumentację Związku.

Z poważaniem,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'W. Schmidt', written over a horizontal line.

Włodzimierz Schmidt
Prezes Zarządu