Министерство финансов Российской Федерации: Письмо № 03-11-04/2/58 от 27.03.2008

17.04.08 15:28

118



Министерство финансов Российской Федерации

П и с ь м о

27.03.2008

№ 03-11-04/2/58

**Вопрос:** Прошу разъяснить, вправе ли организация, применяющая упрощенную систему налогообложения с объектом налогообложения "доходы, уменьшенные на величину расходов", уменьшать доходы на расходы, понесенные в связи с уплатой денежных средств по спонсорскому договору со спортивной организацией в случае, если данным договором предусмотрена обязанность спонсора финансировать участие спортсмена и его тренера в соревнованиях, в том числе оплачивать приобретение спортивного оборудования, проезд, питание, проживание, визы, страховку спортсмена и его тренера, а спортивная организация (спонсируемое лицо) обязана распространять рекламу о спонсоре во время соревнований путем размещения рекламы спонсора (товарного знака, включающего словесное и изобразительное обозначение) на спортивном обмундировании, оборудовании, а также наименования спортивной команды, в которой выступает спортсмен, англоязычным вариантом словесного обозначения товарного знака спонсора.

Заявка на регистрацию товарного знака в Роспатент подана. В соответствии с п. 1 ст. 1494 Гражданского кодекса РФ, ст. 9 Закона РФ от 23.09.1992 N 3520-1 "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров" приоритет товарного знака устанавливается по дате подачи заявки на товарный знак в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности.

**Ответ:**Департамент налоговой и таможенно-тарифной политики рассмотрел письмо от 08.02.2008 N 2797 по вопросу отнесения к расходам сумм на спонсорскую рекламу организацией, применяющей упрощенную систему налогообложения, и сообщает следующее.

Подпунктом 20 пункта 1 статьи 346.16 Налогового кодекса Российской Федерации (далее - Кодекс) предусмотрено, что налогоплательщики, применяющие упрощенную систему налогообложения, уменьшают полученные доходы на расходы на рекламу производимых (приобретенных) и (или) реализуемых товаров (работ, услуг), товарного знака и знака обслуживания. При этом в соответствии с пунктом 2 статьи 346.16 Кодекса данные расходы принимаются применительно к порядку, предусмотренному статьей 264 Кодекса для исчисления налога на прибыль организаций.

На основании подпункта 28 пункта 1 статьи 264 Кодекса расходы на рекламу следует рассматривать с учетом пункта 4 статьи 264 Кодекса, в частности, к расходам организации на рекламу относятся:

расходы на рекламные мероприятия через средства массовой информации (в том числе объявления в печати, передача по радио и телевидению) и телекоммуникационные сети;

расходы на световую и иную наружную рекламу, включая изготовление рекламных стендов и рекламных щитов;

расходы на участие в выставках, ярмарках, экспозициях, на оформление витрин, выставок-продаж, комнат образцов и демонстрационных залов, изготовление рекламных брошюр и каталогов, содержащих информацию о реализуемых товарах, выполняемых работах, оказываемых услугах, товарных знаках и знаках обслуживания, и (или) о самой организации, на уценку товаров, полностью или частично потерявших свои первоначальные качества при экспонировании.

Расходы налогоплательщика на приобретение (изготовление) призов, вручаемых победителям розыгрышей таких призов во время проведения массовых рекламных кампаний, а также расходы на иные виды рекламы, не указанные в абзацах втором - четвертом вышеназванного пункта, осуществленные им в течение отчетного (налогового) периода, для целей налогообложения признаются в размере, не превышающем 1 процента выручки от реализации, определяемой в соответствии со статьей 249 Кодекса.

Согласно пункту 9 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон) спонсором признается лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности. Спонсорская реклама представляет собой рекламу, распространяемую на условии обязательного упоминания в ней об определенном лице как о спонсоре (пункт 10 статьи 3 Закона).

Таким образом, расходы по спонсорскому договору со спортивной организацией при условии, что спортивная организация будет распространять рекламу о спонсоре в виде товарного знака в словесном и изобразительном обозначении на спортивном оборудовании, обмундировании спортсменов во время спортивных соревнований, могут быть учтены для целей налогообложения организацией, применяющей упрощенную систему налогообложения, в размере, не превышающем 1 процент выручки от реализации, определяемой в соответствии со статьей 249 Кодекса.

Заместитель директора Департамента
С.В. Разгулин