

Ai câștigat un premiu într-o campanie promoțională? Fii atent la obligațiile fiscale care însoțesc acest câștig

Atragerea și fidelizarea clienților implica din partea comercianților strategii și campanii prin care ofera discounturi, adopta operațiuni de tip cash-back sau de „puncte bonus” în tot felul de aplicații create și lansate cu diverse ocazii. Foarte populare sunt și campaniile prin care se ofera premii la cumparaturi de peste anumite praguri valorice. Obiectivul principal este acela de creștere a vânzarilor și fidelizare a clienților.

Premiile, ca valoare și forma materială, pun la grea încercare imaginația marketerilor din companii, începând cu voucherele pentru combustibil, excursii și sejururi oferite prin agenții de turism, cumparaturi la magazine online sau chiar pentru servicii online de video streaming. Mai mult, cumparatorii se pot înscrie și la loterie, unde câștigătorii se stabilesc prin tragere la sorți, iar premiile sunt chiar mai valoroase, comparativ cu o campanie obișnuită.

Obligațiile fiscale ce deriva din obținerea unor premii, indiferent de natura lor (în bani sau în obiecte), în astfel de campanii, sunt însă mai puțin cunoscute de către cumparatori. Este foarte important de menționat aici ca aceștia pot avea anumite obligații fiscale, tocmai de aceea prima regula de urmat este să citească în detaliu regulamentul campaniei respective. În egala măsură, implicațiile fiscale pot apărea și la nivelul comercianților care organizează aceste campanii promoționale.

Astfel, în cazul acordării de către comerciant clienților săi a unor reduceri de preț, dar și a unor materiale publicitare, pliante, mostre și puncte bonus pentru stimularea vânzarilor, aceștia din urmă nu datorează taxe. Reducerile comerciale pot fi atât clasicele discount-uri, dar, în anumite cazuri, și operațiuni de tip cash back sau alte mecanisme similare, care au început să devină tot mai populare.

Cashback (n.n., din engl. cash = numerar, back = înapoi) este operațiunea prin care clientul primește bani înapoi, în cazul unei promoții sau unei campanii derulate de comerciant, de regula un procent din suma cheltuită. Sunt două modalități prin care clientul beneficiază de această facilitate: fie prin reducerea operată instant, în momentul cumparaturii, când obiectul respectiv este achiziționat cu o sumă mai mică față de cea afișată pe eticheta, fie prin acumularea banilor în contul de cumparator al clientului, astfel încât să poată fi utilizați în viitor.

În substanța, din punct de vedere fiscal, operațiunea de cash-back poate fi asimilată unei reduceri comerciale, pe de altă parte ar putea fi considerată și premiu/venit din alte surse, dar aici depinde mult de cum este concepută și implementată fiecare campanie promoțională în parte.

Pe de altă parte, pentru premiile din concursuri și cele acordate pentru promovarea produselor sau serviciilor nu se datorează taxe, dacă valoarea premiului este mai mică de 600 lei. În cazul premiilor de peste 600 lei, organizatorul român al concursurilor / campaniilor trebuie să declare și să plătească un impozit de 10% la diferența dintre valoarea premiului și suma de 600 lei. În această situație, clientul nu datorează alte taxe și nu trebuie să raporteze la autoritățile fiscale premiul obținut, întrucât vorbim despre o reținere la sursa a impozitului datorat.

Legislația privind practicile comerciale pentru promovarea produselor sau serviciilor este complexă. Este important ca aceste campanii să fie atent concepute, pentru a fi pe deplin conforme atât din punct de vedere legal, cât și fiscal, iar cumparatorii să fie informați despre regimul taxelor și impozitelor datorate. În cazul în care campaniile nu respectă reglementările comerciale în vigoare, impozitul ce trebuie plătit de către organizator pentru premiul acordat ar putea fi de 10%, fără a se mai aplica plafonul neimpozabil de 600 lei. Mai mult, clientul poate, în unele cazuri, să datoreze separat și contribuția de asigurări sociale de sănătate pentru premiul obținut, plafonată

însa, potrivit legii, la o anumita valoare.

Campaniile prin care sunt acordate premii cumparatorilor sunt de regula însoțite de regulamente. Acestea conțin și un capitol dedicat taxelor și impozitelor, unde sunt explicate responsabilitățile fiecărei părți. Cumparatorul ar trebui sa consulte aceste prevederi, înainte sa se înscrie în campaniile promoționale, pentru a se proteja împotriva eventualelor încălcări din neștiința sau neinformare.

Nu mai puțin important de știut este faptul ca, în cazul premiilor obținute în afara României, de la companii straine, obligația de calcul, declarare și plata a impozitului pentru premiile câștigate se transfera de la platitor la beneficiarul rezident fiscal român. Premiile taxabile vor fi raportate la autorități, în acest caz, de catre cumparator/participant, prin intermediul declarației unice, cu termen pentru depunere pâna la data de 25 mai a anului urmator celui în care a fost obținut premiul.