تعليمات رقـم: 1368/ص1 تاريخ: 2007/8/21

الموضوع: تعيين الحدود المقبولة التنزيل لنفقات الإعلان والدعايـة التجاريـة مـن الواردات الخاضعة لضريبة الدخل.

لما كانت المادة 7 من المرسوم الإشتراعي رقـم 144 تـاريخ 12 حزيـران 1959 وتعديلاته (قانون ضريبة الدخل) قد أجازت تنزيل جميع النفقات والأعبـاء التـي تقتـضيها ممارسة التجارة أو الصناعة أو المهنة من واردات المكلف الإجمالية، وذلـك بهـدف تحديـد الأرباح الخاضعة للضريبة،

ولما كانت المادة المذكورة قد أوردت على سبيل الإشارة لا الحصر أمثلة عن النفقات والأعباء الجائز تنزيلها من واردات المكلف، كما تضمنت قواعد محددة في ما يتعلق بجـواز تنزيل بعض تلك النفقات والأعباء.

ولما كان قد أضيف بموجب المرسوم الإشتراعي رقم 39 تاريخ 1977/2/23، إلـى بنود النفقات والأعباء الوارد تعدادها في المادة 7 الجائز تنزيلها مـن الـواردات الخاضـعة للضريبة الفقرة 11التالي نصها :

"نفقات الإعلان والدعاية التجارية المثبتة بموجب مستندات نظامية وذلك ضمن حدود تعين بمرسوم يتخذ في مجلس الوزراء".

ولما كان المرسوم المتعلق بتعيين الحدود المقبولة التنزيل لنفقات الإعلان والدعايـة وفقاً للفقرة 11 من المادة 7 المنوه عنها أعلاه، لم يصدر لغاية تاريخه.

وبغية الحد من التباينات في الإجراءات الضريبية المعتمدة من قبل الوحدات الضريبية المختصة حيال تطبيق تلك المادة

لذلك

يطلب إلى الوحدات الضريبية المختصة لدى تدقيقها في نفقـات الدعايـة والإعـلان التحقق لدى الجهة موضوع التدقيق من طبيعة العلاقة التي تربط هذه الجهـة مـع الـشركة المدفوع لها نفقات الدعاية والإعلان لناحية ما إذا كانت مترابطة معها أو غير مترابطة، مقيمة في لبنان أو غير مقيمة.

وفي ضوء تحديد طبيعة العلاقة يتم إعتماد الأسس التالية:

1- عندما تكون الجهة المدفوع لها مقيمة في لبنان ومترابطة مع الجهة الدافعة :

- تقبل نفقات الدعاية والإعلان الموثقة عند التثبت من أنها أدرجت كـإيراد مصرّح به لدى الجهة المدفوع لها ولا تخفي تهربا من الـضريبة مـن خلال توزيع الإيرادات بين الشركتين المترابطتين كأن :
  - تضخم النفقات لدى الجهة الدافعـة عنـدما تكـون نتائجهـا أرباحـاً عالية، وتكون الجهة المستفيدة في الوقت عينه واقعة في عجز.
  - تضخم هذه النفقات عن سنة معينة مقارنة مع قيمتهـا فـي الـسنوات السابقة من دون أي مبرر يتعلق مثلاً بتسويق منتج جديد أو سلعة جديدة أو إفتتاح فرع جديد او باستعمال تقنيات واساليب متطورة ، إذ أنه فـي مثل هذه الحالة يتوجب توزيع تلك النفقات على عدة دورات مالية ثلاث أو خمس دورات.

2- **<u>عندما تكون الجهة المدفوع لها مقيمة في لبنان وغير مترابطة مـع الجهـة الدافعة :</u>**

تقبل نفقات الدعاية والإعلان الموثقة بمستندات ثبوتية ويتم تبادل المعلومات عن المبالغ المدفوعة بين الوحدات الضريبية المختصة.

3- **<u>عندما تكون النفقات مدفوعة إلى المركز الرئيسي للشركة الأم من قبل فرعها المقيم في لبنان</u>**:

يتعين التحقق من أن تلك النفقات مدفوعة لقاء قيام الشركة الأم بتحميل الفـرع جزءاً من نفقات الدعاية والإعلان التي أنفقتها، وتعامل تلك النفقات على أنهـا جزءاً من مصاريف الإدارة وتطبق بالتالي عليها التعليمات .

4- **<u>عندما تكون النفقات مدفوعة إلى شركة غير مقيمة سواء كانت مترابطـة أو غير مترابطة</u>** :

يتعين التحقق من أن نفقات الدعاية والإعلان مدفوعة لقاء تسويق وبيع سلع أو بضائع خارج لبنان، ونظراً لعدم إمكانية التدقيق في حسابات المؤسسات غيـر المقيمة، تقبل النفقات الموثقة المدفوعة إلى الخارج ضمن المعادلة التالية:

إجمالي نفقات الدعاية والإعلان × <u>المبيعات الى الخارج</u>

إجمالي المبيعات

وعلى أن لا تتعدى نسبة 1.5% من إجمالي المبيعات. بحيـث تـرد المبـالغ الزائدة إلى الأرباح. أما المبالغ المقبولة التنزيل فتكون خاضعة للتكليف بضريبة المواد 41 – 42 – 43 من قانون ضريبة الدخل.

من جهة أخرى يتوجب على الوحدات المالية المختصة لدى تدقيقها في نفقات الدعاية والإعلان لدى الشركات التي تملك وكالة أو وكالات لسلع أو بضائع وتقوم بحملة دعائية لها، التأكد من أية مبالغ قد تحصل عليها تلك الشركات من جانب الشركات الموردة لتلك الـسلع أو البضائع إذ أنه من المألوف أن تساهم هذه الأخيرة في تحمل نسبة من نفقات الدعاية والإعلان التي تدفعها الشركة الوكيل.