(د) ضرائب الدمغـــه

(1)

اتحاد الإذاعة والتليفزيون – في شأن النزاع القائم بين اتحاد الإذاعة والتليفزيون ومـــصلحة الضرائب المصرية حول مدى خضوع المساحات الإعلانية عن المنتجات والخـــدمات علـــى شاشات التليفزيون والتي لم تستغل لضريبة الدمغة المقررة بالقانون رقم 111 لسنة 1980.

استبان للجمعية العمومية بجلستها المنعقدة في 2009/5/6 أن المشرع في قـــانون الدمغة الصادر بالقانون رقم 111 لسنة 1980 قرر فرض ضريبة دمغـــة علـــى المحـــررات والمطبوعات والمعاملات والأشياء والوقائع وغيرها من الأوعية التي تضمنها هذا القانون ، وقد أورد القانون في الفصل الثالث عشر المعنون بكلمة (الإعلانات) بيانا لمفهوم الإعـــلان ، وحدد ضريبة الدمغة على الإعلان بحيث تختلف قيمة ضريبة الدمغة المفروضة بـــاختلاف وسيلة الإعلان وباختلاف قيمته ، وبالنسبة للإعلان على شاشة التليفزيون ، فـــان المـــشرع حدد ضريبة الدمغة بنسبة 36% من اجر عرض ذلك الإعلان وذلك اعتبارا من تاريخ تحققها .

وحيث أن ما ورد بالعقد المبرم بين اتحاد الإذاعة والتليفزيون والـــشركة المـــصرية لمدينة الإنتاج الاعلامى في البند الثاني منه من التزام الشركة بسداد قيمة الحد الأدنى مـــن المساحات الإعلانية كاملا (وقدره 15200 دقيقة سنويا) ســـواء اســـتغلت الـــشركة هـــذه

الدقائق بالإعلان فيها أم لا ، إنما هو التزام عقدي ينصرف إلى العلاقة بين طرفي العقد محددا طريقة المحاسبة ولا يتعدى أثره نطاق هذه العلاقة ولا يؤثر في وعاء ضريبة الدمغة التي تستحق والذي يقدر على أساس اجر الإعلان المنفذ فعلا حسبما سلف البيان .

وخلصت الجمعية العمومية مما تقدم ، إلى عدم خضوع المساحات الزمنية الإعلانية التي لم يتم استغلالها بالفعل لضريبة الدمغة المقررة بالقانون رقم 111 لسنة 1980 .

(فتوى رقم : 347 – بتاريخ : 2009/6/27 – ملف رقم : 3895/2/32)