



## Министерство финансов Российской Федерации

### Письмо

№ 03-03-07/18919

21.03.2019

**Вопрос:** Об учете в целях налога на прибыль расходов на рекламу через информационно-телекоммуникационные сети.

**Ответ:** Департамент налоговой и таможенной политики рассмотрел письмо по вопросу учета расходов для целей налога на прибыль организаций и сообщает следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" рекламой признается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно подпункту 28 пункта 1 статьи 264 Налогового кодекса Российской Федерации (далее - Кодекс) к прочим расходам, связанным с производством и реализацией, относятся расходы на рекламу производимых (приобретенных) и (или) реализуемых товаров (работ, услуг), деятельности налогоплательщика, товарного знака и знака обслуживания, включая участие в выставках и ярмарках, с учетом положений пункта 4 статьи 264 Кодекса.

Пунктом 4 статьи 264 Кодекса предусмотрен перечень расходов, относящихся к расходам на рекламу, учитываемым при налогообложении в полном объеме.

В соответствии с абзацем вторым пункта 4 статьи 264 Кодекса к расходам на рекламу относятся расходы на рекламные мероприятия через средства массовой информации (в том числе объявления в печати, передача по радио и телевидению), информационно-телекоммуникационные сети, при кино- и видеообслуживании.

Учитывая, что расходы на рекламу производимых (приобретенных) и (или) реализуемых товаров (работ, услуг), товарного знака и знака обслуживания через информационно-телекоммуникационные сети предусмотрены абзацем вторым пункта 4 статьи 264 Кодекса, то такие расходы учитываются при расчете налоговой базы по налогу на прибыль организаций в полном объеме.

Заместитель директора Департамента

А.А.СМИРНОВ

21.03.2019