



FICHA DOUTRINÁRIA

Diploma: **CIVA**

Artigo: 6.º - n.º 08, alíneas b) e f) e n.º 9

Assunto: Serviços de publicidade. Colocação de pessoal à disposição. Localização.

Processo: F055 2003023 com despacho concordante do Subdirector-Geral dos Impostos, em substituição do Director-Geral dos Impostos, em 13/12/2005.

Conteúdo:

1. A exponente tem por objecto social a publicidade, agência de moda e comunicação visual, encontrando-se enquadrado, para efeitos de IVA, no regime normal com periodicidade mensal desde 2000-01-01.
2. A maioria dos seus clientes tem a sede fora de Portugal e contratam ou subcontratam a exponente para produzir ou pôr em prática o lançamento de diversas campanhas publicitárias, através de vários meios (cinema, vídeo, fotografias, brochuras ou catálogos), tendo por objectivo promover ou publicitar determinado produto em Portugal ou no estrangeiro, debitando posteriormente esses serviços ao seu cliente.
3. No âmbito da actividade, a empresa cria e produz mensagens publicitárias para o cinema, fotografias e catálogos, sendo colocados diversos meios à disposição dos clientes, nomeadamente pessoal que é recrutado especialmente para este efeito.
4. Refere ainda que o conceito de "actividade publicitária" enunciado no artº 4º do Decreto-Lei nº 330/90, de 23 de Outubro, abrange a respectiva produção, pelo que é entendimento da exponente que as prestações de serviços por si realizadas, se encontram abrangidas pelo nº 9 do artº 6º do CIVA, vindo solicitar parecer vinculativo sobre o enquadramento da questão exposta.
5. Na sequência do contacto telefónico efectuado pela Direcção de Finanças de Lisboa (a qual levava a cabo uma acção de inspecção à ora requerente), que pretendia saber, se, relativamente à informação solicitada pelo contribuinte já existia despacho, e a fim de esta Direcção de Serviços se poder pronunciar acerca deste pedido, foram solicitados esclarecimentos àqueles Serviços quanto ao tipo de serviços prestados pela exponente.

SÍNTESE DA INFORMAÇÃO PRESTADA PELA D.F. LISBOA

1. O sujeito passivo presta serviços maioritariamente a agências de publicidade residentes num Estado membro da Comunidade Europeia.
2. Os custos inerentes à produção de anúncios publicitários (locação de espaços, aluguer de equipamento, aluguer de adereços, serviços de pessoal técnico especializado, serviços de modelos, taxas e licenças, etc.) são previamente orçamentados e acordados.
3. No final, a exponente debita à agência de publicidade o preço previamente acordado, enviando para a mesma o produto final para ser editado.
4. No caso de produção de fotografias para catálogos e a prestação de serviços de apoio à realização de serviços publicitários a exponente debita ao cliente o custo tido com as despesas realizadas para a prestação desse serviço, que incluem quer os custos quer a margem de lucro.



ENQUADRAMENTO FACE AO CÓDIGO DO IVA E BREVE REFERÊNCIA AO CÓDIGO DA PUBLICIDADE

1. A regra geral de localização das prestações de serviços prevista no nº 4 do artº 6º do CIVA determina que são tributáveis as prestações de serviços quando efectuadas por um prestador que tenha no território nacional a sede da sua actividade ou um estabelecimento estável a partir do qual os serviços sejam prestados ou, na sua falta, o seu domicílio.

2. São excepções a esta regra geral as situações previstas nos nºs 5 a 21 do mesmo artº 6º, tendo cada uma delas regras próprias de localização que decorrem da Sexta Directiva do Conselho das Comunidades.

3. Uma dessas excepções é a referida no nº 9 do artº 6º, que conjugada com a alínea b) do nº 8 do mesmo artigo que refere não serem tributáveis em Portugal as prestações de serviços de publicidade, quando o adquirente for pessoa estabelecida ou domiciliada num Estado membro da Comunidade Europeia e provar que nesse país tem a qualidade de sujeito passivo ou quando o adquirente for pessoa estabelecida ou domiciliada em país não pertencente à Comunidade Europeia.

4. Perante a situação apresentada, importa averiguar se as operações de produção ou lançamento de campanhas publicitárias têm enquadramento na alínea b) do nº 8 do artº 6º do CIVA.

5. O Código da Publicidade, aprovado pelo Dec-Lei nº 330/90, de 23 de Outubro, do Ministério do Ambiente e Recursos Naturais, contempla a desejável harmonização com a legislação comunitária, nomeadamente com as directivas nºs 84/450/CEE e 89/552/CEE e, bem assim, a Convenção Europeia sobre a Televisão sem Fronteiras.

5.1 Nos termos do artº 3º do referido Código, considera-se "publicidade", *qualquer forma de comunicação feita no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objectivo de promover o fornecimento de bens ou serviços, incluindo direitos e obrigações.*

5.2 Por sua vez, o nº 1 do artº 4º do mesmo diploma, enuncia o conceito de "actividade publicitária como sendo o conjunto de operações relacionadas com a difusão de uma mensagem publicitária junto dos seus destinatários, bem como as relações jurídicas e técnicas daí emergentes entre anunciantes, agências de publicidade e entidades que explorem os suportes publicitários ou que exerçam a actividade publicitária".

De acordo com o nº 2 do mesmo artigo, *incluem-se entre as operações referidas no número anterior, designadamente, as de concepção, criação, produção, planificação e distribuição publicitárias.*

6. Face ao conceito alargado de publicidade parece ser possível a aplicação da alínea b) do nº 8 do artº 6º que, conjugada com o nº 9 do mesmo artigo, determinará a localização das operações questionadas segundo a sede do estabelecimento do adquirente.

7. Refira-se, aliás, que neste mesmo sentido se pronunciou o Tribunal de Justiça das Comunidades Europeias¹, que já várias vezes afirmou que o

¹ conforme, por exemplo, os Acórdãos de 17/11/93, procº C – 73/92, de 15/03/2001, procº C – 108/00 e de 5 de Julho de 2003, procº C – 438/01.



conceito de publicidade na acepção do artº 9º nº 2, alínea e) da Sexta Directiva, deve ser interpretado uniformemente, a fim de evitar situações de dupla tributação ou de não tributação que possam resultar de interpretações divergentes.

Cabe neste conceito a *"difusão de uma mensagem destinada a informar os consumidores acerca da existência e das qualidades de um produto ou de um serviço, com o objectivo de se aumentar as vendas, embora a difusão desta mensagem se faça habitualmente mediante palavras, escritos e/ou imagens, através da imprensa, da rádio e/ou televisão, pode também ser realizada pela utilização parcial ou mesmo exclusiva de outros meios"*.

8. A merecer concordância o referido entendimento, não há lugar a liquidação de IVA em território nacional, relativamente à prestação de serviços de produção publicitária efectuada pela exponente, em território nacional, tendo como adquirente um sujeito passivo estabelecido ou domiciliado num Estado-membro, desde que prove que nesse país tem a qualidade de sujeito passivo, dado tratar-se de operação prevista na alínea b) do nº 8 do artº 6º do CIVA conjugada com a alínea a) do nº 9 do mesmo artº 6º.

9. No que respeita à prestação de serviços de "colocação de pessoal à disposição" aos clientes com sede na União Europeia, dado tratar-se de operação prevista na alínea f) do nº 8 do artº 6º do CIVA, conjugada com a alínea a) do nº 9 do mesmo artº 6º, não há lugar à liquidação do IVA em território nacional.

10. De referir que, nos termos da alínea e) do nº 5 do artº 35º do CIVA, as facturas ou documentos equivalentes deverão conter o motivo justificativo da não aplicação do imposto.