



FICHA DOUTRINÁRIA

Diploma: **CIVA**

Artigo: 6º, nº 8, alínea b). Artigo 6º, nº 9

Assunto: Publicidade

Processo: F055 2003022 com despacho concordante do Subdirector-Geral dos Impostos, em substituição do Director-Geral dos Impostos, em 23/02/2006.

Conteúdo:

APRESENTAÇÃO DO PEDIDO

1. A firma X está enquadrada no regime normal com periodicidade trimestral desde 17.10.2000, com o CAE 092111 - produção de filmes e vídeos.
2. No exercício da sua actividade, dedica-se à produção de filmes publicitários (anúncios publicitários e clips promocionais), para clientes residentes em Portugal, na UE ou países terceiros.
3. Sendo o cliente estrangeiro, envia o respectivo argumento e define as várias vertentes do filme publicitário. A empresa contratada organiza os aspectos logísticos necessários à produção do filme publicitário e procede à filmagem e realização do mesmo, não tendo qualquer direito de propriedade sobre o filme.
4. Com vista à realização do filme publicitário, a empresa recorre nomeadamente a:
 - Contratação de actores, manequins e figurantes;
 - Contratação de técnicos;
 - Contratação dos equipamentos técnicos e de uso específico;e
 - Define a criação e montagem de cenários;
 - Define e prepara os locais onde vão ocorrer as filmagens;
 - Trata de toda a logística de equipamentos e pessoal;
 - Executa as filmagens.
5. Pretende esclarecimento quanto ao enquadramento em IVA da actividade desenvolvida, isto é, se a produção de filmes publicitários constitui uma prestação de serviços ou uma transmissão de bens quando os clientes são residentes noutro Estado membro ou em países terceiros.

BREVE REFERÊNCIA AO CÓDIGO DA PUBLICIDADE

1. 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.

- 1.1. 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”.

- 1.2 Por sua vez, o nº 1 do artº 4º do mesmo diploma enuncia o conceito de actividade publicitária com 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.*

ENQUADRAMENTO FACE AO CÓDIGO DO IVA

1. Do princípio da aplicação geral do IVA a todas as transacções comerciais, qualquer que seja a sua natureza, decorre que na definição da base de incidência, ou campo de aplicação, se tente apreender a matéria mais ampla possível abarcando toda a actividade económica em geral.

2. Daí resulta que quando se trata de definir operações tributáveis, transmissões de bens e prestações de serviços, utilizam-se conceitos de acepção muito vasta.

De acordo com o nº 1 do artº 3º do CIVA, considera-se, em geral, transmissão de bens a transferência onerosa de bens corpóreos por forma correspondente ao exercício do direito de propriedade.

Nos termos do nº 1 do artº 4º do CIVA são consideradas como prestações de serviços as operações efectuadas a título oneroso que não constituam transmissões, aquisições intracomunitárias ou importações. Temos, portanto, um conceito de prestação de serviços com um carácter residual.

3. 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.

4. 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 6ª Directiva do Conselho das Comunidades.

5. Uma dessas excepções é a referida no nº 9 do artº 6º, que, conjugada com a alínea b) do nº 8 do mesmo artigo, 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.

6. 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.

7. 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.

8. Refira-se, aliás, que neste mesmo sentido se pronunciou o Tribunal de Justiça das Comunidades Europeias¹, que já várias vezes afirmou que o 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 elou imagens, através da imprensa, da rádio elou televisão, pode também ser realizada pela utilização parcial ou mesmo exclusiva de outros meios".

9. A merecer concordância o referido entendimento, não há lugar a liquidação de IVA, relativamente à prestação de serviços de produção publicitária, efectuada pela firma X, 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, ou um adquirente que seja pessoa estabelecida ou domiciliada em país não pertencente à Comunidade Europeia, dado tratar-se de operação prevista na alínea b) do nº 8 do artº 6º do CIVA conjugada com a alínea a) ou b) do nº 9 do mesmo artº 6º.

Refira-se, a este propósito, que o entendimento expresso nesta informação já foi anteriormente sancionado por despacho concordante de 13/12/2005, averbado na nossa informação nº 2024 de 07/12/2005.

10. Quanto ao modo de comprovar a não liquidação do IVA, é 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, que, no caso concreto, será a indicação do dispositivo legal que lhe dá base - Artº 6º, nº 8 alínea b), conjugado com o n.º 9, alínea a) ou b), consoante o adquirente pertença ou não a outro Estado membro da Comunidade Europeia e, no primeiro caso, provar que tenha aí a qualidade de sujeito passivo de IVA.

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)

