

Организация оплатила по договору за разработку дизайна знака - логотипа организации (не регистрируется), который будет использоваться на деловой документации. Каким образом провести затраты на разработку дизайна этого логотипа в бухгалтерском и налоговом учете?

25 января 2011

По определению, приведенному в Толковом словаре системы ГАРАНТ, логотип - специально разработанное, оригинальное начертание полного или сокращенного наименования фирмы (или группы товаров данной фирмы). Разработка логотипа осуществляется для того, чтобы заставить потребителей узнавать компанию или выбранный продукт. Фирменный знак и логотип фирмы образуют "фирменный блок", в который могут войти поясняющие надписи (страна производства товара, почтовый адрес, телефон и телекс фирмы), а также "фирменный лозунг" (техническое и коммерческое "кредо" фирмы), объединенные в единую композицию.

То есть "фирменный блок" предназначен для индивидуализации товара и его производителя.

Сегодня уже ни у кого не вызывает удивления автомобиль, который раскрашен в фирменные цвета компании и (или) на который нанесен логотип или другая подобная символика организации. Такой автомобиль, помимо своей основной функции как средства передвижения, выполняет также роль носителя рекламной информации.

В главе 76 ГК РФ выделены следующие средства индивидуализации:

- фирменное наименование (ст.ст. 1473-1476 ГК РФ);
- товарный знак и знак обслуживания (ст.ст. 1477-1515 ГК РФ);
- наименование места происхождения товара (ст.ст. 1516-1537 ГК РФ);
- коммерческое обозначение (ст.ст. 1538-1541 ГК РФ).

Согласно п. 1 ст. 1482 ГК РФ в качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения или их комбинации. Другими словами, логотип и фирменный знак могут быть зарегистрированы в качестве товарного знака.

Бухгалтерский учет

В рассматриваемой ситуации организация является правообладателем неисключительных прав по договору на разработанный логотип и не регистрирует его как товарный знак. По нашему мнению, расходы на его создание в соответствии с Планом счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкции по его применению, утвержденным приказом Минфина РФ от 31.10.2000 N 94н, необходимо отразить в составе расходов будущих периодов по дебету счета 97, поскольку логотип будет использоваться в течение длительного времени. Кроме того, расходы на создание логотипа следует учитывать на забалансовом счете 012 "Неисключительные права на нематериальные активы". Бухгалтерские проводки будут следующими:

Дебет 60, 76 Кредит 51

- оплачены услуги по разработке логотипа;

Дебет 97 Кредит 60, 76

- отражены расходы будущих периодов;

Дебет 012

- логотип организации учтен на забалансовом счете.

Далее ежемесячно производится запись по списанию затрат на разработку логотипа в порядке, установленном организацией:

Дебет 20 (25, 26, 44) Кредит 97

- списана на расходы часть стоимости логотипа.

Сроки и порядок списания таких расходов устанавливаются на основании распоряжения руководителя организации.

Налог на прибыль

Для целей налогообложения прибыли расходы признаются при условии соответствия их критериям ст. 252 НК РФ и в том отчетном (налоговом) периоде, в котором эти расходы возникают исходя из условий сделок. В случае, если сделка не содержит таких условий и связь между доходами и расходами не может быть определена четко или определяется косвенным путем, расходы распределяются налогоплательщиком самостоятельно (п. 1 ст. 272 НК РФ).

Если договором предусмотрен срок пользования неисключительным правом, то расходы признаются пропорционально этому сроку. В случае если из условий договора невозможно определить срок пользования неисключительным правом, к которому относятся произведенные

расходы, то такие расходы признаются в налоговой базе в момент их возникновения исходя из условий сделки.

В главе 25 НК РФ прямо не поименованы расходы на создание фирменного стиля (в том числе фирменного знака, логотипа) в составе расходов, учитываемых при налогообложении прибыли. По нашему мнению, такие предварительные расходы по разработке логотипа организации, в соответствии с пп. 15 п. 1 ст. 264 НК РФ, могут быть учтены в составе расходов на консультационные услуги или в соответствии с пп. 28 п. 1 ст. 264 НК РФ как расходы на рекламу производимых (приобретенных) и (или) реализуемых товаров (работ, услуг), деятельности налогоплательщика, товарного знака и знака обслуживания. При этом отметим, что в 2006 году финансовое ведомство в письме от 02.11.2006 N 03-03-04/2/228 разъясняло, что расходы на изготовление и использование конвертов, бланков писем, используемых для ведения деятельности как с нанесенной фирменной символикой, так и без нее, учитываются как почтовые расходы в соответствии с пп. 25 п. 1 ст. 264 НК РФ.

В то же время при принятии такого решения нельзя исключить возможность возникновения спора с налоговыми органами.

Так, например, в постановлении ФАС Московского округа от 22.06.2009 N КА-А40/5426-09 констатировалось, что налоговая инспекция исключила из расходов компании стоимость услуг по разработке фирменного логотипа и корпоративных правил его использования. Логотип использовали в рекламных роликах, размещали на бланках, конвертах, сувенирной продукции, предназначенной для распространения как среди потенциальных клиентов, так и среди неопределенного круга лиц. Для целей налогообложения прибыли затраты были включены в расходы на консультационные услуги. Инспекторы с этим не согласились. По их мнению, логотип и правила пользования им являются нематериальным активом. Соответственно, чтобы признать затраты на его создание, необходима регистрация в Роспатенте, подтверждающая права компании на логотип. Налоговые органы рассматривали логотип в качестве товарного знака.

Однако суд поддержал налогоплательщика, посчитав, что узнаваемость компании напрямую связана с объемом оказываемых ею услуг. Разработанный логотип (бренд) налогоплательщик использует в своей деятельности: на бланках, конвертах, в рекламных роликах. Сувенирная продукция с логотипом компании раздается как потенциальным клиентам, так и безадресно на специализированных выставках. Логотип - это незарегистрированное в Патентном ведомстве РФ оригинальное начертание полного или сокращенного наименования фирмы (услуг или группы товаров данной фирмы), которое специально разрабатывается с целью привлечения внимания к фирме, ее товарам и услугам. При этом для обладания правами на логотип достаточно заключения договора на его создание. Следовательно, налогоплательщик вправе использовать его без соответствующей регистрации. Кроме того, деятельность налогоплательщика направлена на получение дохода, значит, затраты, связанные с этой деятельностью, экономически оправданы. На основании изложенного суд признал, что расходы на оказание услуг по созданию логотипа правомерно учтены налогоплательщиком при исчислении налога на прибыль.

Есть примеры, когда налоговые органы считают применение логотипов экономически нецелесообразным (постановление ФАС Московского округа от 07.08.2006 N КА-А40/7139-06).

Однако суд, исследовав представленные сторонами доказательства, признал, что спорные затраты правомерно учтены обществом в составе затрат. Проанализировав документы, суд сделал вывод, что расходы общества обоснованы и документально подтверждены. Согласно пп. 28 п. 1 ст. 264 НК РФ к прочим расходам, связанным с производством и реализацией, относятся расходы на рекламу производимых и реализуемых товаров. Предметом заключенного обществом договора является выполнение дизайнерских, художественных и полиграфических работ по изготовлению и разработке фирменного стиля общества. Логотип общества используется в его деятельности: на бланках, конвертах, папках для рекламных материалов, деловых письмах, выставочных брендах. Следовательно, затраты по спорному договору также подлежат включению в состав расходов.

Учитывая вышеизложенное, суд поддержал позицию общества, решение и постановление апелляционной инстанции по делу оставил без изменения, кассационную жалобу налогового органа - без удовлетворения.

Таким образом, принятие расходов на разработку логотипа в составе расходов на консультационные услуги может привести к возникновению претензий со стороны налоговых органов, и в таком случае организации придется доказывать свою правоту в судебном порядке. Учитывая имеющуюся положительную для налогоплательщиков арбитражную практику, у организации есть шанс отстоять свою точку зрения по данному вопросу.

