**Dôvodová správa**

**Všeobecná časť**

 Návrh zákona**,** ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 582/2004 Z. z. o miestnych daniach a miestnom poplatku za komunálne odpady a drobné stavebné odpady v znení neskorších predpisov predkladajú poslanci Národnej rady Slovenskej republiky Miroslav Beblavý, Viera Dubačová a Katarína Macháčková.

Podľa Čl. 59 Ústavy Slovenskej republiky sú dane a poplatky štátne a miestne. Dane a poplatky možno ukladať zákonom alebo na základe zákona. Ako uviedol Ústavný súd Slovenskej republiky (citujúc Ústavný súd Českej republiky), z ústavného princípu deľby mocí, ako aj z ústavného vymedzenia zákonodarnej moci vyplýva pre zákonodarcu široký priestor pre rozhodovanie o predmete, miere a rozsahu daní, poplatkov a peňažných sankcií (PL. ÚS 14/2014).

 Cieľom návrhu zákona je umožniť obciam zdaňovať šírenie vonkajšej reklamy. Šírenie vonkajšej reklamy môžu niektoré samosprávy pokladať s ohľadom na miestne podmienky za negatívnu externalitu, a preto návrh zákona dáva priamo voleným zástupcom obyvateľov do rúk legitímny nástroj na jej reguláciu. Kým v minulosti bol tento nástroj zakotvený v zákone č. 544/1990 Zb. o miestnych poplatkoch ako poplatok z reklamy (§ 10a vtedajšieho zákona), predkladatelia navrhujú možnosť jeho zakotvenia v podobe miestnej dane.

Predkladatelia zdôrazňujú, že nepôjde o povinnú miestnu daň, ale jej zavedenie bude na uvážení konkrétnej samosprávy. Kým súčasný právny stav umožňuje zdaňovať reklamu nachádzajúcu sa na verejnom priestranstve, návrh zákona umožní zdaniť šírenie vonkajšej reklamy v podobe reklamnej stavby, reklamného alebo propagačného zariadenia, ako aj akéhokoľvek iného reklamného alebo propagačného pútača či tabule, ak sú viditeľné na území obce inom ako je verejné priestranstvo z ulice, námestia, parku, trhoviska, alebo iného priestoru prístupného verejnosti bez obmedzenia, ktorý slúži na všeobecné užívanie.

 Ak sa samosprávy rozhodnú pre zavedenie novej miestnej dane, z procesného hľadiska sa bude uplatňovať podobný postup ako pri dani z nehnuteľnosti, t. j. zákon predpokladá podávanie daňových priznaní. Pri reklamných stavbách bude daňovníkom jej vlastník, a pri iných reklamných pútačoch ním bude vlastník stavby alebo pozemku, na ktorých sa pútač nachádza. S identifikáciou daňovníka tak v praxi nebude problém, nakoľko vlastnícke právo k stavbe a pozemku je vo všeobecnosti zrejmé z katastra nehnuteľností. Ročnú sadzbu dane za šírenie vonkajšej reklamy určí obec v eurách za každý aj začatý m2 plochy reklamného pútača.

 Návrh zákona je v súlade s právom Európskej únie, s Ústavou Slovenskej republiky, s ústavnými zákonmi Slovenskej republiky, ako aj s medzinárodnými zmluvami a inými medzinárodnými dokumentmi, ktorými je Slovenská republika viazaná.

**B. Osobitná časť**

**K Čl. I**

**K bodu 1**

Medzi miestne dane, ktoré môže ukladať obec, sa začleňuje daň za šírenie vonkajšej reklamy.

**K bodu 2**

Navrhuje sa, aby bol zdaňovacím obdobím miestnej dane za šírenie vonkajšej reklamy kalendárny rok.

**K bodu 3**

Do zákona sa zavádza nová piata časť, ktorá sa týka dane za šírenie vonkajšej reklamy. Predmetom dane má byť umiestnenie reklamnej stavby, reklamného alebo propagačného zariadenia, ako aj akéhokoľvek iného reklamného alebo propagačného pútača, alebo tabule bez ohľadu na právny vzťah k nehnuteľnosti, na ktorej sa nachádzajú, ak sú viditeľné na území obce inom ako je verejné priestranstvo z ulice, námestia, parku, trhoviska, alebo iného priestoru prístupného verejnosti bez obmedzenia, ktorý bez ohľadu na vlastnícke vzťahy slúži na všeobecné užívanie.

Žiadny z týchto termínov nepredstavuje pojem, ktorý by slovenský právny poriadok nepoznal. Pojem reklamná stavba je vymedzený v stavebnom zákone (§ 43 ods. 2 zákona č. 50/1976 Zb.). Čo sa týka reklamného alebo propagačného zariadenia, reklamného alebo propagačného pútača a tabule, takúto formuláciu používa zákon č. 543/2002 Z. z. o ochrane prírody a krajiny (§ 14 ods. 2 písm. b), § 15 ods. 1 písm. c).

Dani za šírenie vonkajšej reklamy však nebude podliehať označenie sídla právnickej osoby, trvalého pobytu fyzickej osoby, označenie prevádzkarne alebo organizačnej zložky právnickej osoby alebo fyzickej osoby obchodným menom, a ani označenie vyžadované všeobecne záväznými právnymi predpismi.

Pri identifikácii daňovníka sa navrhuje vychádzať z princípu „vlastník zodpovedá“. Daňovníkom bude vlastník reklamnej stavby, a pri šírení inej reklamy vlastník stavby alebo pozemku, na ktorých sa reklamný pútač nachádza. Základom dane bude výmera plochy reklamného pútača v m2, pričom ročnú sadzbu dane určí obec v eurách za každý aj začatý m2 plochy reklamného pútača.

Navrhuje sa, aby daňová povinnosť vznikala 1. januára zdaňovacieho obdobia nasledujúceho po zdaňovacom období, v ktorom došlo k umiestneniu reklamného pútača, a zanikala 31. decembra zdaňovacieho obdobia, v ktorom došlo k odstráneniu reklamného pútača. Ak dôjde k umiestneniu reklamného pútača 1. januára bežného zdaňovacieho obdobia, daňová povinnosť vznikne týmto dňom. Na vyrubenie dane bude rozhodujúci stav k 1. januáru zdaňovacieho obdobia. Čo sa týka správy dane, miestne príslušnou bude obec, na ktorej území sa bude reklamný pútač nachádzať. V Bratislave a v Košiciach budú správu vykonávať mestské časti vtedy, ak tak ustanoví štatút mesta.

**K bodu 4**

Navrhuje sa, aby bolo možné miestnu daň za šírenie vonkajšej reklamy zaviesť a zrušiť, určiť a zmeniť jej sadzbu len k 1. januáru zdaňovacieho obdobia.

**K bodom 5 až 28**

Ide o legislatívno-technické úpravy súvisiace so začlenením novej miestnej dane pod rovnaký procesný režim ako pri podávaní priznania k dani z nehnuteľností, k dani za psa, k dani za predajné automaty a k dani za nevýherné hracie prístroje, ako aj pri ich vyrubovaní, pri zániku práva vyrubiť daň, splatnosti a platení dane v splátkach.

**K bodu 29**

Medzi výnimky pri aplikácii daňového poriadku sa po vzore úpravy iných miestnych daní zaraďuje právna norma týkajúca sa oznamovacej povinnosti pri miestnej dani za šírenie vonkajšej reklamy, a správy tejto dane.

**K bodu 30**

Daňovníkom so zmluvami uzatvorenými pred nadobudnutím účinnosti novej úpravy, ktorých predmetom je šírenie vonkajšej reklamy môžu po zavedení miestnej dane vzniknúť dodatočné náklady. S týmito nákladmi pri uzatváraní zmluvy nemuseli počítať a preto sa pre nich navrhuje 15-dňová lehota na odstúpenie od tejto zmluvy.

**K Čl. II**

Navrhuje sa termín účinnosti s ohľadom na predpokladaný priebeh legislatívneho procesu.