**PRO VEŘEJNOST A SPOTŘEBITELE**

**Co vlastně taxparentní značka znamená?**

Taxparentní značka znamená, že firma zveřejnila svou vlastnickou strukturu až po skutečné konečné vlastníky a že její celková skutečná míra firemního zdanění je alespoň 10 %.

**Kdy začne být taxparentní značka udělována a kdo ji bude udělovat?**

V tuto chvíli myšlenku TAXPARENCY a koncept taxparentní značky uvádíme do veřejné diskuze. V případě pozitivního ohlasu by Transparency International ČR a sdružení Lexperanto chtěly zprovoznit certifikační mechanismus umožňující udělení taxparentní značky konkrétním firmám v tomto či příštím roce.

**Jak zajistí taxparentní značka, že firma nevyvádí zisky do daňových rájů?**

Firma, která by chtěla taxparentní značku získat, bude muset odkrýt a doložit svou vlastnickou strukturu až po skutečné konečné vlastníky, ať budou kdekoli na světě, i třeba v daňových rájích. Bude muset rovněž ukázat a doložit, kolik platí v jaké zemi firemních daní a že celkový průměr přesahuje alespoň 10 %. Taxparentní značka samotná, pokud bude úspěšná, může vytvořit jakýsi "bonton" tak, aby začalo být společensky nepřípustné nakupovat či obchodovat s "netaxparentními společnostmi". To může vytvořit společenský tlak na dosud "netaxparentní" firmy.

Na druhou stranu, donutit firmy, aby nevyváděly prostředky do daňových rájů, by mohla taxparentní značka, pouze pokud by byla obsažena v právních předpisech, a navíc by byla stanovena povinnost firmám s celkovým skutečným firemním zdaněním pod 10 % oznamovat svou skutečnou míru firemního zdanění spotřebitelům a veřejnosti.

**Co když mě pouze zajímá, jaké firemní daně platí daná firma v Česku?**

Kolik platí firma v Česku, bude možné díky taxparentní značce zjistit taktéž. Jelikož taxparentní značka bude interaktivní, tj. bude na internetové stránce firmy a bude možno ji "rozkliknout", objeví se po tomto rozkliknutí informace kolik, v jaké zemi firma platí.

**Proč se taxparentní značka soustředí pouze na firemní daně a ne na celkovou daňovou zátěž firem?**

Protože ostatní daně lze na rozdíl od firemní daně mnohem hůře obcházet. Výši ostatních odvedených daní navíc nemůže veřejnost vidět z veřejných dokumentů – na rozdíl od firemní daně, jejíž výše je povinnou součástí výkazu zisku a ztráty, který tvoří součást povinně zveřejňované účetní závěrky. Jinak řečeno, výši celkové daňové zátěže nelze snadno porovnávat mezi jednotlivými zeměmi, protože v každé jsou trochu jiné daně.

**Proč je minimum pro udělení taxparentní značky 10 % (skutečné globální míry firemního zdanění)?**

Protože platit 10 % daň, tzv. desátek, bylo v evropském kulturním prostředí historicky považováno za morální. Krom toho v dnešní době je 10 % zákonná sazba firemní daně nejnižší sazbou v Evropské unii (Bulharsko), takže udělováním taxparentní značky nad 10 % nemůže docházet k diskriminaci jakékoli firmy z EU.

**Nebude spotřebitel zmaten další značkou, když na každém výrobku je již spousta jiných značek?**

Taxparentní značka není primárně určena pro umístění na výrobky, ale na internetové stránky firem, protože je interaktivní.

**Proč bych měl taxparentní značce věřit? Jakou mám jistotu, že to, co říká, je pravdivé?**

Ověření pravdivosti údajů o vlastnických strukturách a informací o odvedených daních bude zajištěno několika způsoby.Za prvé, každý údaj ohledně vlastnické struktury bude muset být doložen příslušným dokumentem publikovaným ve veřejném rejstříku, například výpisem nebo účetní závěrkou. Alternativně, pokud například vlastníci společnosti na výpisu z rejstříku nebudou, bude vlastnictví doloženo potvrzením banky, která vede účet akcionářů, nebo k níž byly nevratně složeny listinné akcie.

Za druhé, při doložení vlastnické nebo daňové struktury jinak než výpisem z veřejného rejstříku, například výpisem z banky ze země mimo EU nebo OECD, bude požadováno doručení ke zmocnění kontaktovat příslušnou banku, aby bylo možno správnost předložených informací ověřit. V případě absence spolupráce osob při uvedených způsobech kontroly nebo zjištění nesrovnalostí u zadaných údajů či předložených dokumentů, přijde firma o taxparentní značku.

To je významný posun kupředu oproti současnému stavu, kdy veškeré informace o vlastnických strukturách jsou získávány na základě buď dobrovolně, nebo povinně sdělovaných informací v účetních závěrkách, které nejsou nijak doloženy a jejichž správnost je kontrolována jen velmi zřídka.

**Jak bude zajištěna nezávislost a nestrannost při udělování taxparentní značky?**

Nestrannost při udělování taxparentní značky garantuje Transparency International ČR svým postavením nezávislé, neziskové organizace v rámci světové sítě organizací Transparency International.

**Jak bude provozování taxparentní značky financováno? Bude závislé na grantu či dotacích?**

Předpokládáme, že vývoj taxparentní web aplikace umožňující získání taxparentní značky, by byl financován pomocí grantu. Samotné provozování a údržbu systému zajišťujícího fungování mechanismu taxparentní značky chceme udržet, pokud možno, bez závislosti na penězích od třetích subjektů, abychom zajistili nezávislost a důvěryhodnost jejího udělování. Provoz certifikačního a kontrolního mechanismu umožňující fungování taxparentní značky by byl financován z malého poplatku, které by platili firmy, které by taxparentní značku chtěli získat.

**Dokáže taxparentní značka změnit chování spotřebitelů?**

Úspěšné značky důvěryhodnosti, jako je například FAIR TRADE, tu jsou a chování spotřebitelů i firem se jim změnit podařilo. Značka má u spotřebitelů úspěch, pokud z ní spotřebitel hned pochopí, co říká. Studie ukazují, že značky jako CE nebo CCC, nemají u spotřebitelů úspěch, protože z dané značky nelze snadno pochopit, co vlastně sděluje.

Zároveň si však nemyslíme, že by se náhle všichni při nákupech začaly orientovat podle taxparentní značky. Hlavními kritérii bude vždy cena a kvalita. Nicméně u cenově či kvalitativně velmi podobných výrobků se může taxparentní značka stát oním pomyslným jazýčkem na vahách.

**Dokáže taxparentní značka změnit chování firem?**

Značka dokáže změnit chování firem, pokud ji získá kritická masa firem a vytvoří se tzv. lavinový efekt. Tento efekt se vytvoří, pokud je získání značky jednoduché, uživatelsky příjemné a v médiích se vytvoří veřejné povědomí o značce, takže ji spotřebitelé u firem požadují. Na základě existujících zkušeností a studií lze říci, že značka je důvěryhodná, pokud je udělována státem či neziskovou organizací (značkám udělovaným firmami spotřebitelé nevěří).

PRO FIRMY

**Proč by firmy měly mít o taxparentní značku zájem? Proč by firmy měly mít zájem na tom rozkrývat své vlastnické struktury a informace o tom, kolik kde platí na firemní dani a jaký tam mají zisk?**

Protože povinnost rozkrývat konečné skutečné vlastníky budou mít firmy tak jako tak podle nové evropské směrnice proti praní špinavých peněz. Povinnost uvádět údaj o výši obratu, zisku a daně ze zisku mají firmy už dnes podle evropské účetní směrnice.

Taxparentní značka firmám umožní prodat zákazníkům fakt, že jsou transparentní, co do jejich vlastnické struktury a že v obchodních rejstřících zveřejňují účetní závěrky, tak jak mají. Pro firmy to bude ekonomicky výhodnější mít taxparentní značku a na transparentnosti vydělat, než muset být transparentní a nevydělat na tom nic.

Pro malé firmy, které jsou povinně transparentní již dnes, bude navíc velmi snadné tuto značku získat. Vložení informací, které již dnes publikují v obchodním rejstříku, do taxparentní web aplikace jim zabere maximálně několik minut, a díky tomu získají hmatatelnou konkurenční výhodu v podobě taxparentní značky. Jakmile bude mít taxparentní značku více malých firem, začnou o ní žádat i větší firmy, aby neztrácely zákazníky. Mezi firmami s taxparentní značkou se poté vytvoří soutěž ohledně toho, kdo bude mít na taxparentní značce vyšší číslo či mít více hvězdiček, protože díky tomu budou moci získat více zákazníků.

Stát by krom toho mohl transparentní firmy odměnit snadnějším přístupem k veřejným zakázkám nebo nižší frekvencí daňových kontrol. Má-li společnost transparentní vlastnickou a daňovou strukturu, hrozí u ní mnohem menší riziko daňových úniků nebo účasti na korupci.

**Jak bude moci firma získat taxparentní značku?**

Ve čtyřech krocích:

**KROK 1:** Firma zanese své vlastníky, skutečnou míru odváděné daně ze zisku a výši odvedené daně ze zisku v Evropské unii do webové aplikace.

**KROK 2:** Webová aplikace vygeneruje vlastnickou strukturu a vypočítá celkovou skutečnou míru odváděné daně ze zisku.

**KROK 3:** Firma získává právo používat taxparentní značku, kterou může umístit na svou internetovou stránku nebo na svou prodejnu.

**KROK 4:** Taxparentní značka zobrazuje skutečnou míru zdanění firmy, počet hvězdiček ukazuje výši odváděné daně ze zisku v Evropské unii.

**VÝSLEDEK:** Kliknutím na taxparentní e-značku na internetových stránkách firmy se spotřebiteli zobrazí vlastnická struktura firmy a výše daně ze zisku, kterou společnost odvádí v zemích, kde působí.

**Od kdy budou moci firmy získávat taxparentní značku?**

V tuto chvíli uvádíme na veřejnost myšlenku taxparency a koncept taxparentní značky. V případě pozitivního ohlasu by Transparency International ČR chtěla zprovoznit certifikační mechanismus umožňující udělení taxparentní značky v nejbližší budoucnosti.

**Nebude firmám stačit zadávat informace o svých skutečných vlastnících jen do obchodních rejstříků? Tuto možnost předvídá nově schválená čtvrtá směrnice proti praní špinavých peněz.**

Firmy mohou zadávat konečné skutečné vlastníky do obchodních rejstříků, ale to jim na rozdíl od taxparentní značky neumožní získat nové zákazníky a prodat jim to, že jsou transparentní. Jinak řečeno, nebudou moci na transparentnosti vydělat jako v případě taxparentní značky.

**Jak se vypočítá celková (globální) míra skutečného firemního zdanění, jež je uvedena taxparentní značce?**

Skutečná (globální) míra zdanění zisku odpovídá podílu součtu částek daně ze zisku odvedené jednotlivými entitami skupiny společností v zemích, kde jsou přítomny, a součtu částek odpovídající zisku před zdaněním uvedených entit či skupiny společností jako celku (vychází se z účetního zisku).

Skutečná (globální) míra zdanění zisku = Σ částek odvedených na dani ze zisku všemi entitami v rámci skupiny společností v jakékoli zemi / Σ zisků vytvořených všemi entitami v rámci skupiny společností v jakékoli zemi (vychází se z účetního zisku).

**Jak je řešen problém, že v každé zemi je daňový základ pro výpočet daně z příjmu stanoven odlišně?**

Místo daňového základu se pro účely taxparentní značky celková skutečná míra firemního zdanění počítá z účetního zisku, který je pro firmy ze zemí EU definován jednotně v evropské účetní směrnici (u firem ze zemí mimo EU by se vycházelo z obdobně definované částky podle IFRS či amerických účetních pravidel (US GAAP)).

**Na základě čeho byl vytvořen vzorec pro výpočet celkové (globální) míry skutečného zdanění zisku?**

Vzorec pro výpočet celkové (globální) míry skutečného zdanění zisku vychází z tzv. metodologie tzv. zpětného mikropohledu (“micro backward looking methodology”). Tato metodolgie vychází z reálných dat uváděných v účetních závěrkách. Indikátor celkové (globální) míry skutečného zdanění zisku jako prostředku proti vyhýbání se daňovým povinnostem zmiňují i přední světoví akademici zabývající se otázkami daňových úniků – například E. D. Kleinbard z USA nebo profesor Gabriel Zucman z Velké Británie.

PRO STÁTNÍ A VEŘEJNÉ INSTITUCE

**Proč by stát měl mít zájem na podpoře taxparentní značky?**

Protože by díky taxparentní značce mohl vybrat více na daních od firem napojených na daňové ráje a účinněji potírat daňové úniky. Dále protože by mohl snížit korupci ve veřejných zakázkách a při nakládání s veřejným majetkem, a díky tomu dosáhnout úspory vynaložených veřejných prostředků. Krom toho by mohl mnohem účinněji vymáhat cílené mezinárodní sankce.

**Mohli by zadavatelé veřejných zakázek požadovat, aby vítězové soutěží o veřejnou zakázku měli taxparentní značku?**

Ano, u vítězů veřejných zakázek (právnických osob) by mohli zadavatelé veřejných taxparentní značku požadovat, nicméně postačila by rovněž pouhá registrace v taxparentní internetové aplikaci (bez získání taxparentní značky).

**Mohl by stát, kraje či obce požadovat, aby firmy, kterým poskytují dotace či granty nebo se kterými uzavírají smlouvy mimo režim veřejných zakázek měly taxparentní značku?**

Stát či územně samosprávné celky by mohly požadovat taxparentní značku u firem, jimž poskytují veřejné prostředky, ale plně by postačila pouhá registrace v taxparentní internetové aplikaci.

**Jak může taxparentní značka pomoci při kontrole veřejných výdajů?**

Státní orgány v současné době nesledují, kdo je konečným skutečným vlastníkem firem, které získávají veřejné prostředky nebo nakládají s veřejným majetkem. V důsledku toho mohou být peníze daňových poplatníků vypláceny firmám, jejichž neznámí vlastníci je mohou používat na financování kriminální činnosti, teroristických aktivit nebo jednotlivců ze států, jež podléhají mezinárodním sankcím.

**Jak může taxparentní značka zlepšit vymáhání mezinárodních ekonomických nebo protiteroristických sankcí?**

Sankce proti osobám podezřelým z teroristických aktivit nebo osobám odpovědným za vyvolání ukrajinské krize zakazují, mimo jiné, aby byly veřejné prostředky vypláceny firmám vlastněným těmito sankcionovanými osobami. Nicméně, v současnosti, když se nějaká firma přihlásí o veřejnou zakázku nebo dotaci, nemá úředník udělující veřejnou zakázku nebo grant jakoukoli možnost zjistit, zda takovou firmu v konečném důsledku nevlastní osoba uvedená na seznamu sankcionovaných osob.

**Jaká další pozitiva by mohla myšlenka TAXPARENCY přinést?**

Větší účinnost v boji proti praní špinavých peněz, financování korupce, střetu zájmů a ekonomické kriminality

Hlavní výhoda praní špinavých peněz prostřednictvím výplaty dividend a transferu korporátních zisků skrz neprůhledné vlastnické struktury spočívá v tom, že původně „špinavé peníze“ získají díky této výplatě či transferu legitimní původ. Jestliže firma přijme původně špinavé peníze, tyto peníze se smísí ve firemním účetnictví s „čistými“ penězi a mohou být již legálně vyplaceny mateřské společnosti nebo skutečnému (konečnému) vlastníkovi. Pokud se takováto operace uskuteční přes několik firem, není pro orgány činné v trestním řízení jakkoli možné dohledat ani původ ani konečného příjemce těchto peněz. I kdyby to možné bylo, nelze zpravidla nikoho stíhat, neboť díky popsanému „smísení“ s čistými penězi a následné výplatě ve formě dividendy, se rozplývá příčinná souvislost a příjemci takto vypraných peněz je prakticky nemožné dokázat, že věděl o původu peněz, které mu byly firmou vyplaceny jako zisk v podobě dividendy. TAXPARENTNÍ značka, k jejichž získání by bylo nutné zcela rozkrýt tyto vlastnické struktury, kterými proudí korporátní zisky, by umožnila tyto finanční toky dohledat a rozkrýt.

Větší příjmy státu z daně z příjmu právnických osob (korporátní daně)

Daňové příjmy států z daně z příjmu právnických osob by se mohly zvýšit. Jelikož anonymita vlastnických struktur je prostředkem k realizaci daňových úniků, pokud by tato anonymita přestala existovat, příjmy státu z daně z příjmu právnických osob by mohly stoupnout. Dobrovolná transparentnost spolu s pozitivní daňovou motivací by se mohly projevit na zvýšení odvodů na dani z příjmu právnických osob.

Intenzivnější soutěž o veřejné zakázky a veřejné prostředky

Díky zveřejněným informacím o vlastnických strukturách společností, jež získávají o veřejné zakázky či granty, bude možné zjistit, zda tyto společnosti nejsou vlastnicky propojeny a zda se soutěže o tyto zakázky či granty jsou skutečné či pouze fiktivní. Samotný efekt rozkrytí vlastnických struktur omezí

praktiky propojení mezi soutěžiteli, což povede k větší konkurenci, snížení cen za veřejné zakázky, a tudíž k úspoře veřejných prostředků.

Rovné zacházení mezi malými podniky a nadnárodními korporacemi

Jestliže je dnes identita vlastníků společností s ručením omezeným povinně zveřejňována v obchodním rejstříku (zpravidla se jedná o malé či mikropodniky), identita vlastníků akciových společností s více jak jedním vlastníkem či nadnárodních společností vlastněných z neprůhledných daňových rájů zůstává veřejnosti skryta. Tato nijak neodůvodněná diskriminace malých podniků a mikropodniků by díky zavedení TAXPARENTNÍ e-značky skončila.

PRO EU

**Proč má prioritu řešení na evropské úrovni?**

Evropské řešení má mnohem větší potenciál způsobit změnu v chování firem vyvádějících finanční prostředky do daňových rájů, než řešení pouze na české úrovni. Evropský trh je největším trhem na světě. Tyto firmy spíše akceptují změnu praktik vyhýbání se daním, bude-li na ně vyvíjen tlak ze strany evropských institucí a 28 členských států Unie společně.

**Existují koncepty podobné TAXPARENCY jinde v EU či ve světě?**

Ano, belgická vláda přišla v květnu 2015 s velmi podobným konceptem zdanění příjmů fyzických osob získaných z firem či skupin firem, jež končí v offshorových destinacích mimo EU. Americký prezident Obama 1. února 2015 při představování návrhu rozpočtu přišel s návrhem na zdanění budoucích zisků amerických firem vykázaných v offshorových zemích 19 %.

**Bude taxparentní značka udělována pro každou zemi EU zvlášť? Může firma získat více různých národních verzí taxparentní značky?**

Ano, bude existovat 28 různých verzí taxparentní značky pro každou zemi. Jedna firma může získat více různých národních verzí taxparentní značky.

**Začne taxparentní značka fungovat ve stejný okamžik ve všech zemích Evropské unie?**

Pilotní projekt taxparentní značky bychom chtěli spustit v České republice. V případě pozitivní odezvy, bychom se v budoucnosti chtěli pokusit o rozšíření taxparentní značky i do jiných evropských zemí s pomocí zahraničních sesterských organizací Transparency International.

**Neměla by taxparentní značku udělovat přímo některá z evropských institucí?**

Poslední studie Evropské unie uvádějí, že není vhodné, aby značky důvěryhodnosti udělovaly přímo veřejné instituce. Zkušenosti s dosavadními projekty tohoto typu ukazují, že spontánně vzniklé značky jsou úspěšnější, jak u firem, tak u spotřebitelů. Role evropských a státních

institucí má podle této studie spočívat v podpoře těch značek, které pomáhají naplňovat určitý veřejný zájem.

PRO PRÁVNÍKY

**Proč by měla být taxparentní značka vtělena do právního předpisu?**

Pokud by taxparentní značka byla vtělena do právního předpisu, měla by mnohem větší sílu zamezit daňovým únikům a korupčním praktikám, než když by byla pouze dobrovolná. Právní předpis by mohl nařídit, aby společnosti, jejichž skutečná míra zdanění je menší než 10 %, musely tuto svou skutečnou míru povinně zveřejňovat. Pokud by povinnost rozkrývání vlastnických a daňových struktur byla součástí právního předpisu, mohla by být vymáhána veřejnými úřady.

**Může taxparentní značka fungovat i bez ukotvení v právních předpisech?**

Taxparentní značka může fungovat i na zcela dobrovolné bázi, ovšem nebude tak efektivní, zejména pak nepřinese vyšší příjmy do veřejných rozpočtů.

**Nemůže udělení taxparentní značky vést k diskriminaci? Co když společnost nebude schopna zjistit své konečné skutečné vlastníky?**

Udělení taxparentní značky vést k diskriminaci nemůže. Požadavek rozkrytí vlastnické struktury je legitimní požadavek veřejného zájmu z hlediska předcházení korupce, podvodům a střetu zájmů. To výslovně potvrdil velký senát Evropského soudu v Lucemburku v rozhodnutí z roku 2011 ve věci Mikaniki. Stejně hovoří dokumenty OECD a dalších mezinárodních institucí.

Mechanismus u taxparentní značky bude stejný jako u pravidel proti praní špinavých peněz. Nerozkryje-li společnost vůči bance svou vlastnickou strukturu, nesmí jí banka založit účet. Nerozkryje-li společnost svou vlastnickou strukturu vůči veřejnosti, nedostane taxparentní značku. Česká firma vlastněná z Marshallových ostrovů bude proto ve stejném postavení jako holandská firma vlastněná z Marshallových ostrovů nebo kyperská firma vlastněná z téže destinace.

**Jak je zajištěna ochrana osobních údajů?**

U fyzických osob, jež jsou konečnými skutečnými vlastníky, bude nabídnuta možnost nezveřejnit údaje, které již nejsou povinně publikovány v jiném veřejném rejstříku, aniž by to zabránilo takové firmě získat taxparentní značku. Jinak bude aplikován stejný režim jako u uvádění informací ohledně konečných skutečných vlastníků jako ve čtvrté směrnici proti praní

špinavých peněz, u níž úřad Evropského ochránce osobních údajů potvrdil, že je v souladu s předpisy ohledně ochrany osobních údajů.