



החטיבה המקצועית

החלטת מיסוי: 2235/18

תחום החלטת המיסוי: חוקי עידוד

הנושא: החלת הצו לעידוד השקעות הון (ניכוי הכנסות המועברות לאחר במפעל טכנולוגי), התשע"ט - 2018

העובדות:

1. חברה תושבת ישראל (להלן: "החברה") העוסקת בפיתוח תוכנה המיועדת לפרסום באינטרנט (להלן: "התוכנה"). התוכנה מקשרת בין מפרסמים (Advertisers) לבין בעלי שטחי פרסום (Publishers) המעוניינים להגדיל את הכנסותיהם (מוניטיזציה).
2. התוכנה של החברה, מבוססת על אלגוריתם אותו החברה מפתחת שהוא בעל יכולת לימוד עצמי לביצוע אופטימיזציה של הפרסומות המוגשות למשתמשי הקצה (להלן: "המשתמשים" או "משתמשי הקצה") תוך השגת ניצול יעיל של תקציב השיווק של מפרסמים המעוניינים לפרסם את מוצריהם באמצעות התוכנה (להלן: "הלקוחות").
3. התוכנה מנהלת את הפרסומות תוך שהיא מקשרת בין לקוחות שמעוניינים לפרסם את מוצריהם באינטרנט (לרוב אתרי אינטרנט או בעלי אפליקציות שמעוניינים להגדיל את הלקוחות שלהם) לבין ספקים בעלי שטחי פרסום באינטרנט (לרוב בעלי אתרים או אפליקציות שונות) (להלן: "ספקים") שמעוניינים להגדיל את הכנסותיהם מתנועת הגולשים שלהם (טראפיק).
4. מטרת התוכנה הינה להגדיל את החזר ההשקעה (ROI) ללקוחות מתוך תקציבי הפרסום המנוהלים באמצעות התוכנה, ומנגד למקסם את הרווחים של הספקים שמנהלים את שטחי הפרסום שבבעלותם באמצעות התוכנה. האופטימיזציה מתבצעת באמצעות ניתוח מידע ומאפיינים של המפרסמים ושל משתמשי הקצה על מנת להתאים את הפרסומת המוצגת למשתמש באופן המיטבי ביותר שיביא להמרה (כאשר משתמש הקצה נחשף לפרסומת, מבצע הקלקה, רוכש מוצר וכיוצ"ב בהתאם לדרישת הלקוח). האלגוריתם לומד להגדיר קהל יעד רלוונטי עבור כל לקוח, למידה וניתוח התנהגויות משתמשים על בסיס מאפיינים דמוגרפיים אישיים של כל משתמש (מיקום, מין, גיל ותכונות שונות אשר משפיעות על ההסתברות להמרה) וניצול יעיל של תקציב הלקוחות תוך שמירה על איכות המשתמשים.
5. להלן תיאור המודל העסקי של החברה:
 - 5.1. לחברה הכנסות מהלקוחות הנובעות ממתן זכות שימוש בתוכנה. הכנסות החברה נובעות מהלקוחות על פי מודלים שונים של תמחור לפי חשיפת הפרסומות (CPM), לפי הקלקות של גולשי האינטרנט שנחשפו לפרסומות (CPC), לפי התקנות שביצע גולש האינטרנט שנחשף לפרסומות (CPI), לפי פעולה שביצע גולש האינטרנט ברגע שנחשף לפרסומת (CPA) וכו'.
 - 5.2. כנגד ההכנסות כאמור בסעיף 5.1 לעיל, החברה מעבירה תשלום לספקים לרוב לפי מודל של חלוקת הכנסות הפרסום בין החברה לספק (REVENUE SHARE).



החטיבה המקצועית

6. החברה הצהירה כלהלן:
- 6.1 ההוצאות המסווגות כהוצאות מחקר ופיתוח של המפעל ביחס למחזור ההכנסות הכולל של החברה אינו עולה על 7% (בהתאם לתנאים הדרושים בהגדרה). עם זאת, בדיקת שיעור ההוצאות כאמור מתוך מחזור ההכנסות בניכוי ההכנסות המועברות לספקים כמתואר בסעיף 5.2 לעיל, עולה על 7%.
- 6.2 מעל 20% מעובדי החברה הם עובדים שמלוא שכרם שולם ונרשם בדוחות הכספיים כהוצאות מחקר ופיתוח.
- 6.3 הקניין הרוחני (IP) הנובע מפיתוח התוכנה, נרשם במלואו בבעלותה של החברה בישראל.
7. בתאריך 6 בנובמבר 2018 פורסם הצו לעידוד השקעות הון (ניכוי הכנסות המועברות לאחר במפעל טכנולוגי), התשע"ח - 2018 (להלן: "הצו") שעניינו ניכוי חלק ההכנסה הטכנולוגית המשולם לספקים שמקורו בשירותי הפרסום המבוססים על התוכנה, לצורך בדיקת תנאי "מפעל טכנולוגי מועדף".

פרטי הבקשה:

לאשר כי לצורך בדיקת עמידתו של מפעל החברה בהגדרת "מפעל טכנולוגי מועדף", יחולו הוראות הצו לעידוד השקעות הון (ניכוי הכנסות המועברות לאחר במפעל טכנולוגי), התשע"ח - 2018 (להלן: "הצו") כך שאת שיעור הוצאות המו"פ, יבדקו ממחזור ההכנסות בניכוי ההכנסות המועברות לספקים כאמור בסעיף 6.1 לעיל.

החלטת המיסוי ותנאיה:

1. נקבע שהחברה תוכל להחיל על עצמה את הוראות הצו ולצורך בדיקת שיעור הוצאות המו"פ מתוך מחזור ההכנסות, היא תוכל לנכות את חלק ההכנסה הטכנולוגית המועבר לספקים כמתואר בסעיף 5.2 לעובדות, ובתנאי שמקור התשלום לספקים הינו בשירותי הפרסום המבוססים על התוכנה.
2. במסגרת החלטת המיסוי נקבעו מגבלות ותנאים נוספים.