



GHID PRIVIND SPONSORIZAREA

A. Ce este sponsorizarea și cum este reglementată?

Sponsorizarea este un tip de contract în care o persoană fizică sau juridică cedează bunuri materiale sau fonduri pentru susținerea unor activități non-profit desfășurate de un beneficiar. Aceasta poate include domenii precum cultura, arta, sportul, educația, filantropia și altele. De exemplu, un contract de sponsorizare ar putea implica o sumă de bani acordată de o companie unui ONG care protejează animalele, pentru a susține activitatea generală a ONG-ului sau pentru o acțiune specifică, cum ar fi o campanie de sterilizare a animalelor.

Sponsorizarea este reglementată, în principal, prin două acte importante:

1. **Legea nr. 32/1994 privind sponsorizarea** – care reglementează actele de sponsorizare;
2. **Codul Fiscal** – care detaliază tratamentul fiscal aplicabil sponsorizării.

Aceste acte sunt fundamentale în cadrul legal al sponsorizării, însă nu sunt singurele care o reglementează.

B. Sponsorii și beneficiarii sponsorizării

Cine poate acorda sponsorizări?

- Orice persoană fizică sau juridică, fie din România, fie din afaceri internaționale.
- Există însă restricții pentru anumite entități, cum ar fi instituțiile publice, societățile comerciale cu capital majoritar de stat și regiile autonome.

De asemenea, trebuie menționat că, începând cu anul 2024, persoanele fizice care obțin venituri din activități independente și microîntreprinderile nu vor mai putea beneficia de facilitățile fiscale specifice sponsorizării, în cazul în care aleg să acorde sponsorizări. Deși aceste persoane pot în continuare să acorde sponsorizări, nu vor beneficia de aceleași avantaje fiscale.

Cine poate beneficia de sponsorizări?

- Organizațiile non-profit (ONG-uri, asociații, fundații) care desfășoară activități în domenii precum: cultură, artă, educație, știință, sănătate, protecția drepturilor omului, protecția mediului, sportiv, asistență socială etc.
- Autoritățile publice și instituțiile publice, inclusiv organele specializate ale administrației publice, pentru activitățile menționate mai sus.
- Emisiuni și programe de televiziune sau radiodifuziune, cărți și publicații care promovează aceste domenii.
- Persoane fizice care își desfășoară activitățile în aceleași domenii și care sunt recunoscute de entități non-profit sau instituții publice.

C. Condițiile contractului de sponsorizare

- **Forma scrisă:** Contractul de sponsorizare trebuie să fie încheiat în formă scrisă, fără a fi

necesară autentificarea acestuia la notar.

- **Conținutul obligatoriu:** Contractul trebuie să precizeze clar obiectul sponsorizării, valoarea și durata acesteia, precum și drepturile și obligațiile părților implicate. De asemenea, valoarea sponsorizării trebuie să fie determinată conform reglementărilor legale specifice (conform Instrucțiunilor de aplicare a Legii sponsorizării).
- **Surse legale:** Este important de menționat că sponsorizarea nu poate proveni din fonduri publice, adică nu poate fi finanțată din bugetul de stat.

D. Beneficiile sponsorizării

- **Promovarea publică:** Atât sponsorul, cât și beneficiarul sponsorizării au dreptul de a aduce la cunoștința publicului sponsorizarea, promovând numele, marca sau imaginea sponsorului. Acest lucru contribuie la creșterea prestigiului și imaginii sponsorului.
- **Beneficiul fiscal:** Sponsorul poate beneficia de un credit fiscal aferent sponsorizării efectuate, în conformitate cu reglementările din Codul fiscal și Legea sponsorizării, ceea ce înseamnă o reducere a impozitului pe profit.

E. Limitările sponsorizării

- **Publicitatea comercială interzisă:** În cadrul activităților de sponsorizare, este interzis ca sponsorul sau beneficiarul să efectueze reclame sau publicitate comercială pentru ei sau pentru alte persoane, fie înainte, în timpul, sau după activitățile de sponsorizare.
- **Influențarea activității beneficiarului:** Sponsorul nu are voie să influențeze activitatea beneficiarului sau să urmărească să își direcționeze activitatea acestuia.
- **Restricții de sponsorizare:**
 - Nu se permite sponsorizarea reciprocă între persoane fizice sau juridice.
 - Sponsorizările între rude până la gradul IV inclusiv nu beneficiază de facilități fiscale.
 - Sponsorizarea unui ONG de către o persoană juridică care controlează direct sau indirect ONG-ul sponsorizat nu beneficiază de facilități fiscale.
 - Facilitățile fiscale nu se acordă în cazul în care sponsorul, direct sau indirect, influențează activitatea beneficiarului.

F. Facilități fiscale ale sponsorizării

Unul dintre principalele avantaje ale sponsorizării este posibilitatea de a beneficia de facilități fiscale. Sponsorul poate scădea din impozitul pe profit o sumă egală valorii sponsorizării acordate, dar în anumite limite prevăzute de lege. Mai exact:

- **Limite de deducere:**
 - Valoarea sponsorizării poate fi dedusă în limita a 0,75% din cifra de afaceri a sponsorului.
 - De asemenea, deducerea nu poate depăși 20% din impozitul pe profit datorat.

Deși sponsorizarea nu este considerată o cheltuială deductibilă în sensul clasic (adică nu reduce baza impozabilă direct), aceasta poate fi mult mai avantajoasă fiscal decât o cheltuială dedusă în mod obișnuit, datorită creditului fiscal aplicabil.

Condiții pentru deducerea fiscală:

- Contractul de sponsorizare trebuie încheiat și plătit în perioada fiscală de referință, pentru a

putea beneficia de facilitățile fiscale.

- În cazul sponsorizărilor acordate entităților non-profit, inclusiv unităților de cult, sponsorul poate beneficia de credit fiscal doar dacă beneficiarul sponsorizării este înscris în **Registrul entităților/unităților de cult** la data încheierii contractului.

Declarații fiscale:

- Sponsorii sunt obligați să depună **Declarația 107**, care raportează beneficiarii sponsorizărilor efectuate în anul respectiv.
- Începând cu anul 2022, sumele care depășesc limitele legale nu mai pot fi reportate pentru anii următori.
- Formularul **177** permite sponsorilor să efectueze sponsorizări suplimentare până la limita maximă a creditului fiscal, după încheierea anului fiscal, pentru a maximiza deducerea fiscală.

G. Comparația între eficiența creditului fiscal și a unei cheltuieli deductibile

Cheltuială deductibilă:

- Venit = 100.000 lei
- Cheltuială deductibilă = 750 lei
- Bază impozabilă = 99.250 lei
- Impozit pe profit = 15.880 lei

Credit fiscal pentru sponsorizare:

- Venit = 100.000 lei
- Cheltuială deductibilă = 0 lei
- Bază impozabilă = 100.000 lei
- Impozit pe profit înainte de credit fiscal = 16.000 lei
- Credit fiscal sponsorizare = 750 lei
- Impozit pe profit de plată = 15.250 lei

Astfel, sponsorizarea poate reduce impozitul pe profit într-un mod mai avantajos decât o cheltuială deductibilă clasică, oferind un beneficiu fiscal considerabil sponsorilor care aleg să susțină organizații non profit.

