

Nicio fapta buna nu ramâne uitata – sponsorizarile care pot fi oferite pe final de an de catre companiile din România

Sponsorizarea cauzelor nobile, pe care le susțin asociațiile și fundațiile (organizații non-profit), reprezintă o buna oportunitate pentru contribuabilii români platitori de impozit pe profit și impozit minim pe cifra de afaceri, atât din perspectiva responsabilității sociale corporative, cât și din punct de vedere fiscal. În loc sa vireze întreaga suma a impozitului pe profit catre stat, companiile pot alege sa devina parteneri activi ai comunității, finanțând direct inițiative în domeniul culturii, artelor, medicinei, științei etc.

Acum, când ne apropiem de final de an și vin sarbatorile de iarna, este un moment cu atât mai potrivit pentru ca toți contribuabilii, mai ales cei care au închiderea anului fiscal la 31 decembrie, sa-și faca „bilanțul” și sa vada ce sume ar mai putea fi direcționate ca sponsorizare. Aceasta practica este reglementata de Codul fiscal și Legea sponsorizării și aduce multiple beneficii pentru sponsor.

Legea sponsorizării și Codul fiscal permit societăților comerciale platitoare de impozit pe profit sa ofere sponsorizari entităților fara scop lucrativ/autorităților publice/ persoanelor fizice pentru activitățile desfășurate în anumite domenii (spre exemplu, cultura, educație, umanitar, social) și sa beneficieze de facilități fiscale, în anumite condiții prevazute de lege.

Pentru platitorii de impozit pe profit, cheltuiala cu sponsorizarea oferita nu este o cheltuiala deductibila fiscal, dar poate reprezenta un credit fiscal, adica poate reduce impozitul pe profit de plata (inclusiv impozitul minim pe cifra de afaceri introdus prin Legea 296/2023) cu suma integrala a sponsorizării oferite. Codul fiscal prevede urmatoarele limite (minimul dintre):

- 20% din impozitul pe profit datorat
- 0,75% din cifra de afaceri.

Sumele aferente sponsorizarilor efectuale catre persoane juridice fara scop lucrativ, inclusiv unități de cult, se scad din impozitul pe profit în limitele prevazute de Codul fiscal, doar daca beneficiarul sponsorizării este inclus, la data încheierii contractului de sponsorizare, în Registrul entităților/unităților de cult pentru care se acorda deduceri fiscale (Registru gestionat de catre ANAF).

Astfel, facilitatea fiscala acordata prin mecanismul de credit fiscal permite practic sponsorului sa plateasca efectiv suma respectiva catre o organizație fara scop lucrativ și nu în contul impozitului pe profit. Pentru a fi inclus în calculul impozitului pe anul respectiv, contractul de sponsorizare trebuie încheiat înainte de sfârșitul anului calendaristic, iar plata trebuie efectuata pâna la finele anului.

Contribuabilii care efectueaza sponsorizari au obligația de a depune declarația informativa privind beneficiarii sponsorizarilor (Formularul 107), aferenta anului în care au înregistrat cheltuielile respective.

Stimulentul nu va fi acordat însa în anumite cazuri, ca de exemplu:

- Sponsorizarea unei persoane juridice fara scop lucrativ de catre o alta persoana juridica care conduce sau controleaza direct persoana juridica pe care o sponsorizeaza;
- Sponsorul sau beneficiarul efectueaza reclama sau publicitate comerciala, anterioara, concomitenta sau ulterioara în favoarea acestora sau a altor persoane;
- Sponsorizare reciproca între persoane fizice sau juridice;
- Sponsorizare efectuata de catre rude sau rude prin alianța de pâna la gradul al patrulea inclusiv;
- Sponsorizarea nu este facuta în baza unui contract de sponsorizare care prevede obiectul, valoarea, durata, precum și drepturile și obligațiile părților implicate.

Daca totuși nu se poate face în timp util sponsorizarea și valoarea maxima care putea fi utilizata ca credit pentru sponsorizari nu a fost utilizata integral, contribuabilii pot dispune redirectionarea impozitului pe profit în limita valorii astfel calculate, pentru efectuarea de sponsorizari, pâna la termenele de depunere a declaratiei anuale de impozit pe profit, prin depunerea unui/unor formular/formulare de redirectionare (Formularul 177). În cazul contribuabililor membri ai unui grup fiscal, redirectionarea poate fi dispusa numai de catre persoana juridica responsabila. Obligatia platii sumei redirectionate din impozitul pe profit revine organului fiscal competent.

De notat ar fi ca, în situația redirectionarii, nu ar mai fi un potențial impact pe anumiți indicatori financiari pentru contribuabilii platitori de impozit pe profit care urmaresc acești indicatori. În cazul sponsorizarii directe, este considerata nedeductibila cheltuiala cu sponsorizarea, iar creditul fiscal este din impozitul pe profit datorat, în timp ce în cazul redirectionarii, nu se va mai vedea cheltuiala nedeductibila și creditul fiscal aferent.

Pentru multe companii, aceasta masura reprezinta o combinație între responsabilitatea sociala corporativa și o gestionare inteligenta a obligațiilor fiscale. În loc sa vireze întreaga suma a impozitului pe profit / impozitului minim pe cifra de afaceri catre stat, companiile pot alege sa devina parteneri activi ai comunității, finanțând direct inițiative cu impact. Într-o perioada în care solidaritatea și sprijinul social sunt mai importante ca oricând, decizia de a redirectiona o parte din impozitul pe profit sau din cifra de afaceri nu este doar o oportunitate fiscala, ci și un gest esențial pentru un viitor mai bun.