

GHID PRACTIC

PRIVIND SPONSORIZAREA PERSOANELOR JURIDICE FĂRĂ SCOP LUCRATIV

I. Ce reprezintă sponsorizarea (baza legală, pe scurt)

Sponsorizarea este un act juridic prin care sponsorul transferă dreptul de proprietate asupra unor bunuri materiale sau mijloace financiare către beneficiar pentru susținerea unor activități fără scop lucrativ desfășurate de către acesta din urmă.

Contractul de sponsorizare trebuie încheiat în formă scrisă și trebuie să conțină cel puțin obiectul, valoarea, durata, drepturile și obligațiile părților.

Dacă sponsorizarea se face în bunuri materiale, acestea se evaluează în contract la valoarea reală din momentul predării.

Sponsorizarea (ca act juridic și ca facilitate fiscală) e reglementată printr-un „pachet” de acte normative, dintre cele mai relevante fiind:

- Legea nr. 32/1994 *privind sponsorizarea*
- Legea nr. 227/2015 *privind Codul fiscal*
- H.G. nr. 1/2016 – *Normele metodologice de aplicare a Codului fiscal*
- Ordinul președintelui ANAF nr. 819/2019 *privind Registrul entităților/unităților de cult*
- Ordinul președintelui ANAF nr. 3562/2024 - *redirecționarea impozitului pe profit – formular 177*
- Legea nr. 207/2015 *privind Codul de procedură fiscală*
- O.G. nr. 26/2000 *privind asociațiile și fundațiile*

II. Sponsorii

Pot fi:

- orice persoana fizica sau juridica din Romania sau din strainatate care efectueaza o sponsorizare in conditiile legii;
- Instituțiile și autoritățile publice, societățile cu capital majoritar de stat și regiile autonome – cu anumite restricții (a se vedea mai jos).

Nu pot efectua activități de sponsorizare:

- Persoanele fizice sau juridice din România din surse obținute de la buget;
- Instituțiile și autoritățile publice, societățile cu capital majoritar de stat și regiile autonome către persoane fizice autorizate, întreprinderile individuale și întreprinderile familiale care își desfășoară activitatea conform OUG 44/2008, precum și către societăți cu capital privat.

III. Beneficiari eligibili

Pentru a beneficia de facilitatea fiscală (credit fiscal/redirecționare), (i) sponsorizarea trebuie făcută către entități eligibile, persoane juridice fără scop lucrativ (de regulă ONG-uri, asociații, fundații, unități de cult etc.), care desfășoară în România sau urmează să desfășoare o activitate în domeniile: cultural, artistic, educativ, de învățământ, științific - cercetare fundamentală și aplicată, umanitar, religios, filantropic, sportiv, al protecției drepturilor omului, medico-sanitar, de asistență și servicii sociale, de protecția mediului, social și comunitar, de reprezentare a asociațiilor profesionale, precum și de întreținere, restaurare, conservare și punere în valoare a monumentelor istorice, și (ii) este necesar ca beneficiarul să fie înscris în Registrul entităților/unităților de cult gestionat de Agenția Națională de Administrare Fiscală.

IV. Drepturi si obligatii

- ✓ Sponsorul ori beneficiarul are dreptul să aducă la cunoștință publicului sponsorizarea prin promovarea numelui, a mărcii sau a imaginii sponsorului;
- ✓ Sponsorul ori beneficiarul este obligat să aducă la cunoștință publicului sponsorizarea într-un mod care să nu lezeze, direct sau indirect, activitatea sponsorizată, bunele moravuri sau ordinea și liniștea publică;
- ✓ Denumirile publicațiilor, titlurile cărților și ale emisiunilor de radio și televiziune sponsorizate trebuie anunțate ca atare;
- ✓ Beneficiarul sponsorizării va formula anunțuri din care să reiasă clar acțiunea de sponsorizare și care vor fi aduse la cunoștință publicului, în mod gratuit;
- ✓ Sponsorului sau beneficiarului îi este interzis să efectueze reclamă sau publicitate comercială, anterioară, concomitentă sau ulterioară în favoarea acestora sau a altor persoane.

V. Facilitățile prevăzute în Legea sponsorizării nu se acordă:

- în cazul sponsorizării reciproce între persoane fizice sau juridice;
- în cazul sponsorizării efectuate de către rude ori afini până la gradul al patrulea inclusiv;
- în cazul sponsorizării unei persoane juridice fără scop lucrativ de către o altă persoană juridică care conduce sau controlează direct persoana juridică sponsorizată.
- sponsorului care, în mod direct sau indirect, urmărește să direcționeze activitatea beneficiarului. Aceasta nu înlătură dreptul părților de a încheia, potrivit legii, acte juridice afectate de sarcină, dacă prin acestea nu se direcționează ori nu se condiționează activitatea beneficiarului.

VI. Tratamentul fiscal la plătitorii de impozit pe profit

Pentru sumele acordate, sponsorul beneficiază de facilități fiscale, respectiv de posibilitatea de a scădea din impozitul pe profit o sumă egală valorii sponsorizărilor acordate, în limitele prevăzute de lege.

a. Limitele (plafonul maxim utilizabil)

Sponsorul are dreptul să scadă sumele aferente sponsorizărilor acordate din impozitul pe profit datorat la nivelul valorii minime dintre următoarele:

- valoarea calculată prin aplicarea a 0,75% la cifra de afaceri;
- valoarea reprezentând 20% din impozitul pe profit datorat.

Important! Pentru a fi inclus în calculul impozitului pentru perioada respectivă, contractul de sponsorizare trebuie încheiat (iar plata trebuie efectuată) în cadrul perioadei de referință.

b. Cheltuiala este nedeductibilă, dar sponsorul beneficiază de credit fiscal

Cheltuiala cu sponsorizarea nu este deductibilă la calculul impozitului pe profit, însă poate reduce impozitul pe profit de plată sub formă de credit fiscal.

Astfel, deși cheltuiala cu sponsorizarea nu este deductibilă, mecanismul este, de regulă, mai avantajos fiscal decât o cheltuială deductibilă, întrucât valoarea sponsorizării poate reduce direct impozitul pe profit datorat, integral, în limita plafoanelor menționate mai sus.

Important! În cazul sponsorizărilor efectuate către entități persoane juridice fără scop lucrativ, inclusiv unități de cult, creditul fiscal se acordă doar dacă beneficiarul sponsorizării este înscris, la data încheierii contractului, în Registrul entităților/unităților de cult.

c. Reportarea (dacă depășești plafonul)

Dacă ai sponsorizat mai mult decât plafonul utilizabil într-un an, diferența neutilizată nu se poate reporta în anul următor.

d. Posibilități de implementare: „plată prin virament” vs „redirecționare”

Societățile pot acorda sponsorizări prin două mecanisme uzuale:

➤ **Sponsorizare directă**

- prin plata efectivă sau predarea bunului către ONG;
- la calculul impozitului pe profit: cheltuială nedeductibilă + credit fiscal în limitele reglementate de Codul Fiscal.

Notă: Societățile care efectuează sponsorizări au obligația de a depune declarația informativă privind beneficiarii sponsorizărilor, aferentă anului în care au înregistrat cheltuielile respective (Declarația 107).

➤ **Redirecționare din impozit (formularul 177 / D177)**

- în loc de plata efectivă, societățile pot solicita autorității fiscale să vireze o sumă din impozitul pe profit, în limita legală, către beneficiarul ales;
- redirecționarea se face prin D177 care este utilizat la final de an sau după încheierea anului financiar, în măsura în care până la acel moment contribuabilul nu a acordat sponsorizări până la valoarea maximă pentru care ar fi putut să beneficieze de credit fiscal;
- Suma aferentă sponsorizării va fi plătită de către organul fiscal beneficiarului sponsorizării.

Notă: pentru a putea beneficia de credit fiscal aferent unei sponsorizări declarate prin formularul 177 este necesară încheierea unui contract de sponsorizare și bineînțeles respectarea tuturor celorlalte reguli stabilite de Codul fiscal pentru a putea aplica creditul fiscal.

Contribuabilul poate încheia, după închiderea exercițiului financiar, contracte de sponsorizare, mecenat sau pentru burse private, prin care să sprijine beneficiarul cu sume de până la nivelul plafonului maxim al creditului fiscal aferent anului încheiat, limitând astfel posibilitatea de a „pierde” limita neutilizată.

e. Exemplu practic

Cifra de afaceri: 10.000.000 lei → 0,75% = 75.000 lei

Impozit pe profit datorat (înainte de sponsorizare): 400.000 lei → 20% = 80.000 lei

Plafon utilizabil = **min(75.000, 80.000) = 75.000 lei.**

Dacă ai sponsorizat 100.000 lei, vei putea reduce impozitul cu **75.000 lei**

VII. Microîntreprinderi (impozit pe venit micro): regula importantă după 2024

Începând cu 1 ianuarie 2024, microîntreprinderile nu mai pot scădea sponsorizările din impozitul pe veniturile microîntreprinderilor (facilitatea a fost eliminată; ultimul an fiscal relevant pentru scădere/report a fost 2023, cu reguli tranzitorii).

Totuși, dacă ești o microîntreprindere, în perioada 2024 – 2026, sponsorizarea rămâne, de regulă, o cheltuială contabilă (și un demers de CSR), fără reducerea impozitului micro prin mecanismul vechi.

VIII. Persoane fizice: diferența dintre „sponsorizare” și „direcționare 3,5%”

Pentru persoane fizice, mecanismul cel mai comun nu este „sponsorizarea” clasică, ci direcționarea a până la 3,5% din impozitul pe venit către entități eligibile (prin formularul 230 / Declarația unică, după caz).

IX. Documente și pași practici (checklist)

a. Înainte de sponsorizare este recomandat să:

- să se verifice eligibilitatea beneficiarului și, unde e cazul, înscrierea în Registrul entităților/unităților de cult;
- să se stabilească forma/mechanismul de acordare a sponsorizării: bani vs bunuri; direct vs redirecționare.

b. Documente:

- contract de sponsorizare (scris, cu valoare/obiect/durată/drepturi și obligații);
- dovada plății / predării bunurilor;
- pentru bunuri materiale: evaluare corectă consemnată;
- dacă se optează pentru redirecționare: contract + D177 (sunt necesare datele bancare ale beneficiarului etc., conform instrucțiunilor).

c. Conformarea fiscală:

- calculul plafonului (0,75% cifra de afaceri/ 20% impozit pe profit)

- aplicarea corectă a creditului fiscal
- Depunerea declarației 107 sau a formularului 177, după caz;