

Sponsorizarile în timpul pandemiei – cum le direcționăm eficient



Mobilizarea companiilor care au anunțat sponsorizări și donații pentru a ajuta statul român în lupta cu COVID-19 este remarcabilă. Firmele pot recupera o parte din acest ajutor sub forma unei reduceri de la plata impozitului pe profit, în proporție de 20% din impozit (dar nu mai mult de 0,75% din cifra de afaceri). Este de reținut ca acest credit fiscal poate fi reportat pe o perioadă de șapte ani dacă nu poate fi folosit în întregime în anul curent sau dacă societatea înregistrează pierderi. Ce se schimbă în această perioadă?

Catre ce entități direcționăm sponsorizarea?

Potrivit legii nr. 32/1994 privind sponsorizarea, atât persoanele juridice fara scop lucrativ, inclusiv organizațiile non-profit, cât și instituțiile și autoritățile publice, inclusiv organele de specialitate ale administrației publice, pot fi beneficiari ai sponsorizărilor.

În contextul pandemiei, autoritățile publice au anunțat ca accepta sponsorizări din partea companiilor fie direct, prin instituțiile publice, unitățile medicale (spitalele), dar și prin organizația non-profit Crucea Roșie, care și-a pus la bataie toate resursele în combaterea acestui virus, prin susținerea celor din prima linie și a pacienților cu echipamentele necesare.

Unde pot merge banii din sponsorizări?

Sponsorizarea trebuie să aibă un scop bine definit. În vremea pandemiei, sponsorizarile se pot acorda în anumite scopuri, și anume: științific, pentru cercetare fundamentală și aplicată (de exemplu pentru descoperirea unui vaccin sau testarea unor tratamente medicamentoase), umanitar (hrana pentru spitale), medico-sanitar (aparatura, echipamente de protecție medicală, alte consumabile pentru protejarea sănătății oamenilor), de asistență și servicii sociale (de exemplu, punerea la dispoziție de mașini pentru cumpărături destinate persoanelor vârstnice).

De asemenea, ca regula generală, beneficiarul unei sponsorizări trebuie să fie înregistrat în Registrul entităților/unităților de cult. În caz contrar, compania care acorda sponsorizarea nu beneficiază de creditul fiscal prevăzut de reglementările în vigoare. Însă instituțiile publice nu au obligația înscrierii în acest registru, așadar firmele pot obține creditul fiscal acordat pentru sponsorizare în aceste cazuri.

De ce fel de documentație avem nevoie?

Societățile trebuie să se asigure că există un contract încheiat între părți înainte de acordarea sponsorizărilor, contract care să conțină toate elementele prevăzute de Legea Sponsorizării (printre care amintim: obiectul, durata, valoarea și drepturile și obligațiile părților).

De asemenea, pentru sponsorizările constând în bunuri materiale, acestea trebuie să fie evaluate, prin actul juridic încheiat, la valoarea lor reală din momentul predării către beneficiar.

Dacă societatea a achiziționat bunurile care sunt acordate ca sponsorizare, aceasta nu colectează TVA dacă valoarea sponsorizării nu depășește 3% din cifra de afaceri calculată din perspectiva TVA, conform legii.

De asemenea, trebuie avut în vedere faptul că, în cazul în care sponsorizarea nu îndeplinește condițiile substanțiale și pe cele prevăzute în Legea Sponsorizării și în Codul Fiscal, pentru sumele / bunurile acordate drept sponsorizare nu se poate beneficia de credit fiscal.

Prin urmare, companiile pot contribui pe scară largă la combaterea COVID-19 prin susținerea autorităților/instituțiilor publice implicate în acest „razboi”, beneficiind, totodată, de posibilitatea reducerii impozitului pe profit.