



Facilitatea fiscală de direcționare a până la 20% din impozitul pe profit către sectorul neguvernamental

O cercetare realizată de EY România în parteneriat cu Asociația pentru Relații Comunitare și HOSPICE Casa Speranței

Agenda

- 1 **Prezentare generală Facilitatea Fiscală 20% și noutăți legislative**
- 2 **Evoluția utilizării facilității în ultimii 5 ani**
- 3 **Utilizarea facilității în anul 2017 și potențialul maxim**
- 4 **Sondaj companii – Facilitatea fiscală 20%**
 - 4.1 **Detalii metodologice**
 - 4.2 **Concluzii cheie**
 - 4.3 **Rezultatele integrale ale studiului**



Prezentare generală Facilitatea Fiscală 20% și noutățile legislative



HOSPICE CASA SPERANȚEI
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ



ASOCIAȚIA PENTRU
RELAȚII COMUNITARE



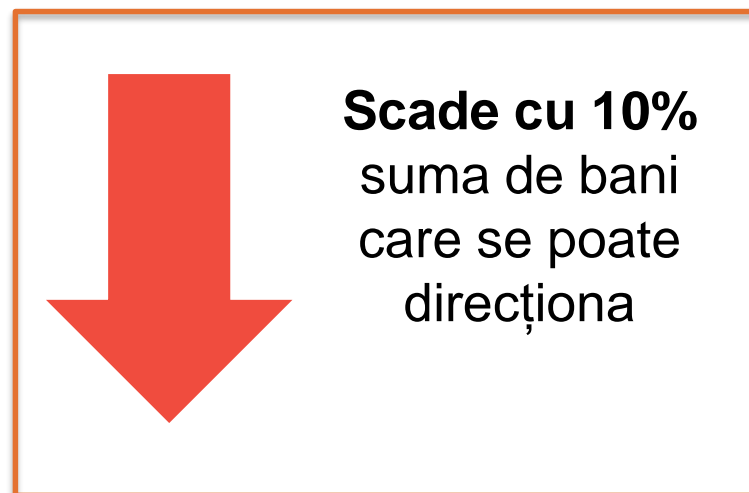
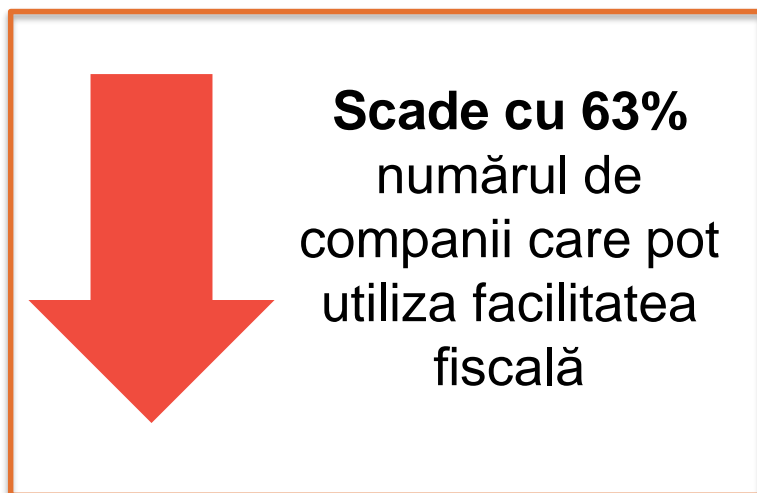
Facilitatea fiscală 20% (2016)

- Conform Legii Sponsorizării și Codului Fiscal, societățile comerciale plătitoare de impozit pe profit pot direcționa, sub formă de sponsorizare, până la 20% din impozitul pe profit către entități cu scop nelucrativ, inclusiv organizații neguvernamentale.
- Dacă valoarea sponsorizării nu depășește 0,5% din cifra de afaceri întreaga sumă a sponsorizării se deduce din impozitul pe profit de plată.
- Este modalitatea prin care companiile din România pot sprijini fără niciun cost sectorul neguvernamental.



Modificări legislative 2017 – 2018 (1/3)

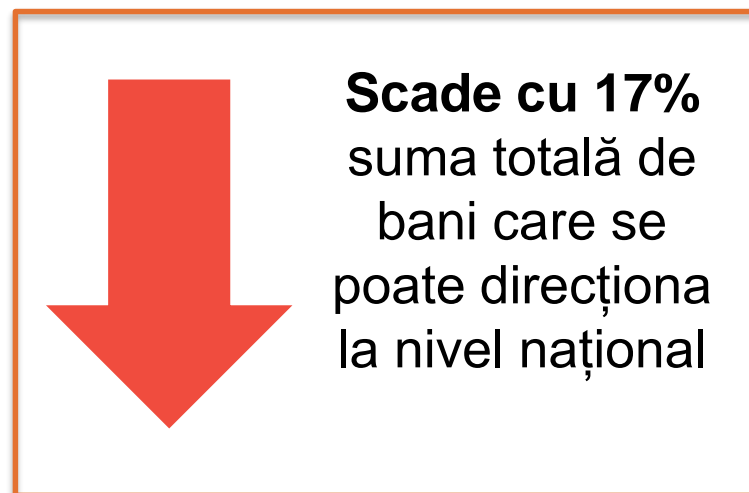
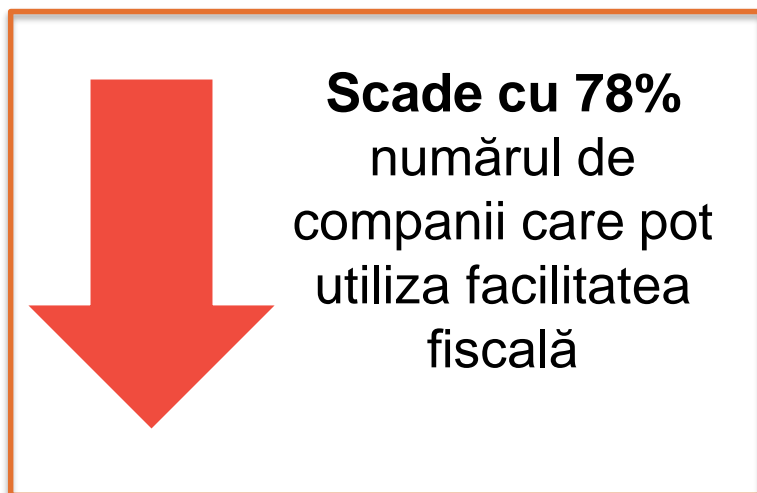
- OUG 3/2017 pentru modificarea Codului Fiscal, prin care limita maximă a cifrei de afaceri care definește microîntreprinderile a fost crescută de la 100.000 Euro la 500.000 Euro, a redus dramatic numărul de societăți comerciale care beneficiază de această facilitate fiscală.



Sursă: Conform unei estimări facute de Asociația pentru Relații Comunitare pe baza datelor disponibile pentru anul fiscal 2017 pentru peste 124 de mii de firme.

Modificări legislative 2017 – 2018 (2/3)

- OUG 79/2017 pentru modificarea Codului Fiscal a adus noi modificări prin creșterea limităei maxime a cifrei de afaceri care definește microîntreprinderile de la 500.000 Euro la 1.000.000 Euro.



Sursă: Conform unei estimări facute de Asociația pentru Relații Comunitare pe baza datelor disponibile pentru anul fiscal 2017 pentru peste 124 de mii de firme.

Modificări legislative 2017 – 2018 (3/3)

- Conform OUG 25/2018 privind modificarea și completarea unor acte normative, precum și pentru aprobarea unor măsuri fiscal-bugetare publicată în Monitorul Oficial pe 30 martie 2018:
- ONG-urile care sunt furnizori de servicii sociale acreditați cu cel puțin un serviciu social licențiat vor putea beneficia de sponsorizări din partea microîntreprinderilor care pot deduce sponsorizări până la 20% din impozitul pe venit.
- ARC, împreună cu alte organizații partenere, desfășoară activități de lobby astfel încât microîntreprinderile să poată oferi sponsorizări deductibile pentru toate ONG-urile, indiferent de domeniul de activitate.



Evoluția utilizării facilității în ultimii 5 ani



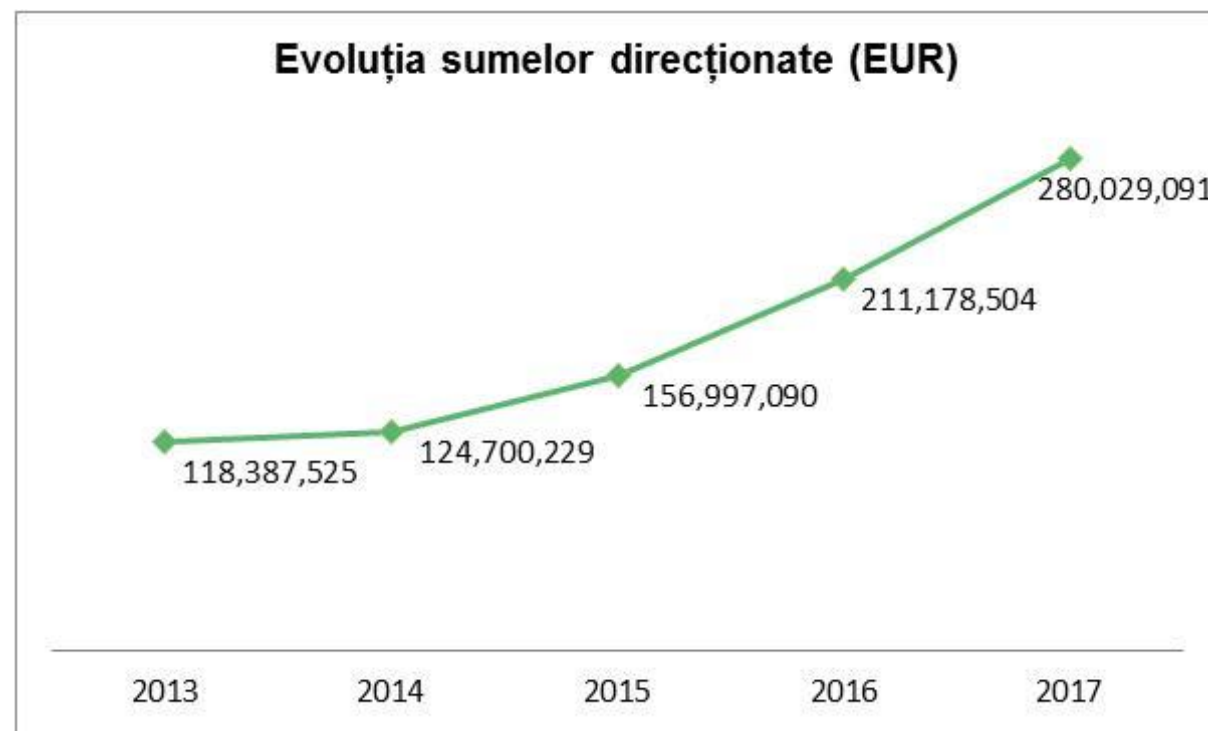
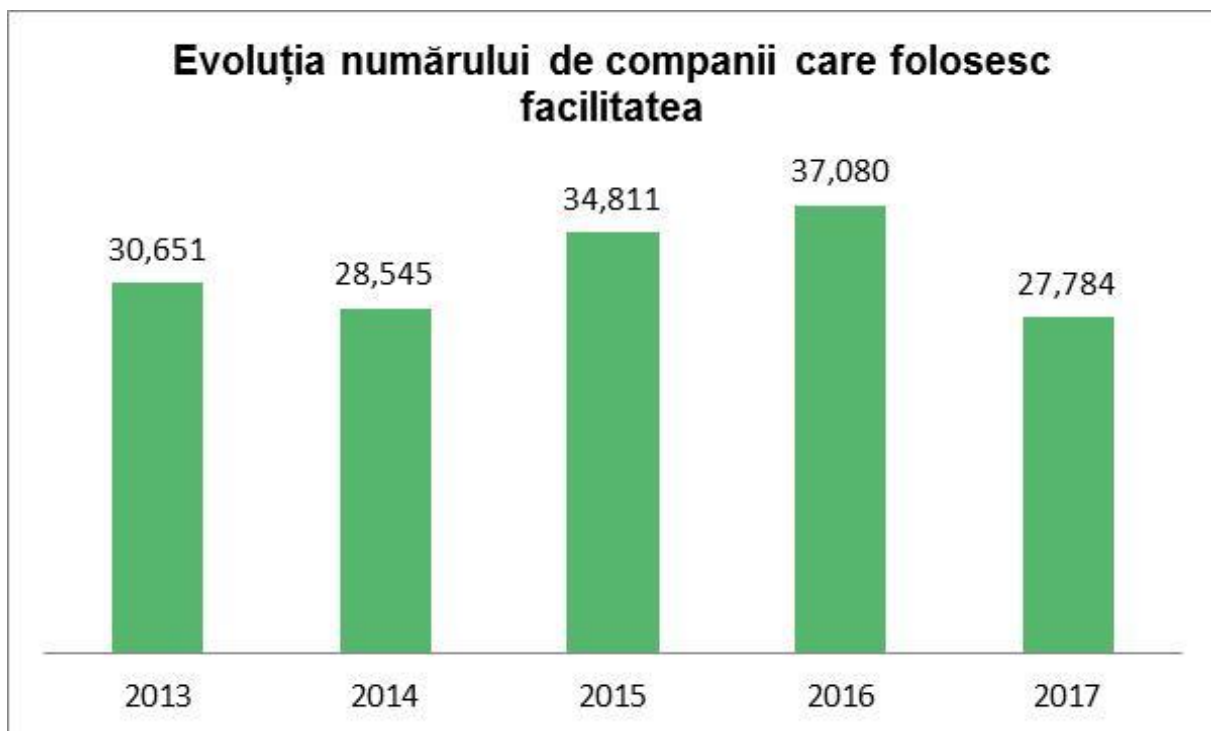
HOSPICE CASA SPERANȚEI
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ



ASOCIAȚIA PENTRU
RELAȚII COMUNITARE



Cât de mult este utilizată facilitatea fiscală



Deși numărul companiilor care utilizează facilitatea fiscală scade considerabil în 2017 datorită modificărilor legislative (-25%), crește valoarea totală direcționată (+35%) datorită eforturilor organizațiilor de a promova facilitatea în rândul companiilor.



Utilizarea Facilității Fiscale 20% în 2017 și potențialul maxim



HOSPICE CASA SPERANȚEI
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ



ASOCIAȚIA PENTRU
RELAȚII COMUNITARE



Cât de mult este utilizată?

În 2017, conform datelor furnizate de ANAF, 27.784 de societăți comerciale au înregistrat cheltuieli cu sponsorizarea, mecenatul sau bursele private, direcționând către entități cu scop nelucrativ, printre care și organizații neguvernamentale, suma totală de peste 1,27 miliarde de lei (280 milioane de euro).

Dacă toate companiile ar fi direcționate către sectorul neguvernamental suma maximă prevăzută de lege – peste 2,25 miliarde de lei (494 milioane de euro) ar fi putut suține domenii cheie precum sănătatea, educația și mediul.

Cu toate acestea, doar una din două societăți comerciale impozitate pe baza profitului pe tot parcursul anului 2017 a ales să utilizeze facilitatea fiscală*.

* Estimări făcute de Asociația pentru Relații Comunitare pe baza analizei datelor privind cifra de afaceri și profitul net pentru peste 124 de mii de companii și extrapolarea rezultatelor obținute la datele furnizate de ANAF.



Sondaj companii – Facilitatea fiscală 20%



HOSPICE CASA SPERANȚEI
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ



ASOCIAȚIA PENTRU
RELAȚII COMUNITARE



Detalii metodologice

Cercetarea “Facilitatea fiscală de direcționare a până la 20% din impozitul pe profit către sectorul neguvernamental” analizează notorietatea și gradul de accesare al facilității fiscale de 20% prevăzută de legea sponsorizării în rândul companiilor locale care înregistrează anual o cifră de afaceri de minim 1 milion de Euro. În același timp, analiza a urmărit modul în care această facilitate a fost utilizată în ultimele 12 luni de către companiile din România.

Cercetarea are la bază un chestionar aplicat în perioada **18 octombrie și 16 noiembrie 2018** și analizează răspunsurile a **59 de reprezentanți ai companiilor plătitoare de impozit pe profit cu cifra de afaceri mai mare de 1 milion EUR din România** din diverse sectoare ale economiei românești, dintre care 58% au o cifră de afaceri mai mare de 10 milioane EUR și 42% între 1 și 10 milioane EUR.

Obiective

- ▶ Cât de cunoscută este legea sponsorizării? Care sunt sursele de informare pentru această facilitate?
- ▶ Care sunt tendințele în accesarea facilităților pe care le oferă?
- ▶ Care sunt entitățile și domeniile către care se direcționează fonduri prin această facilitate?
- ▶ Care sunt aspectele care sunt identificate ca factori ce nu fac posibilă utilizarea facilităților din legea sponsorizării?
- ▶ Valoarea totală a sponsorizărilor făcute în 2017. A fost facilitatea fiscală folosită la potențial maxim?
- ▶ Numărul ONG-urilor susținute și motivațiile din spatele alegerilor acestora.
- ▶ Natura sprijinului oferit ONG-urilor. Perioada optimă de solicitare a sponsorizărilor.

Notă: Cercetarea nu are reprezentativitate națională

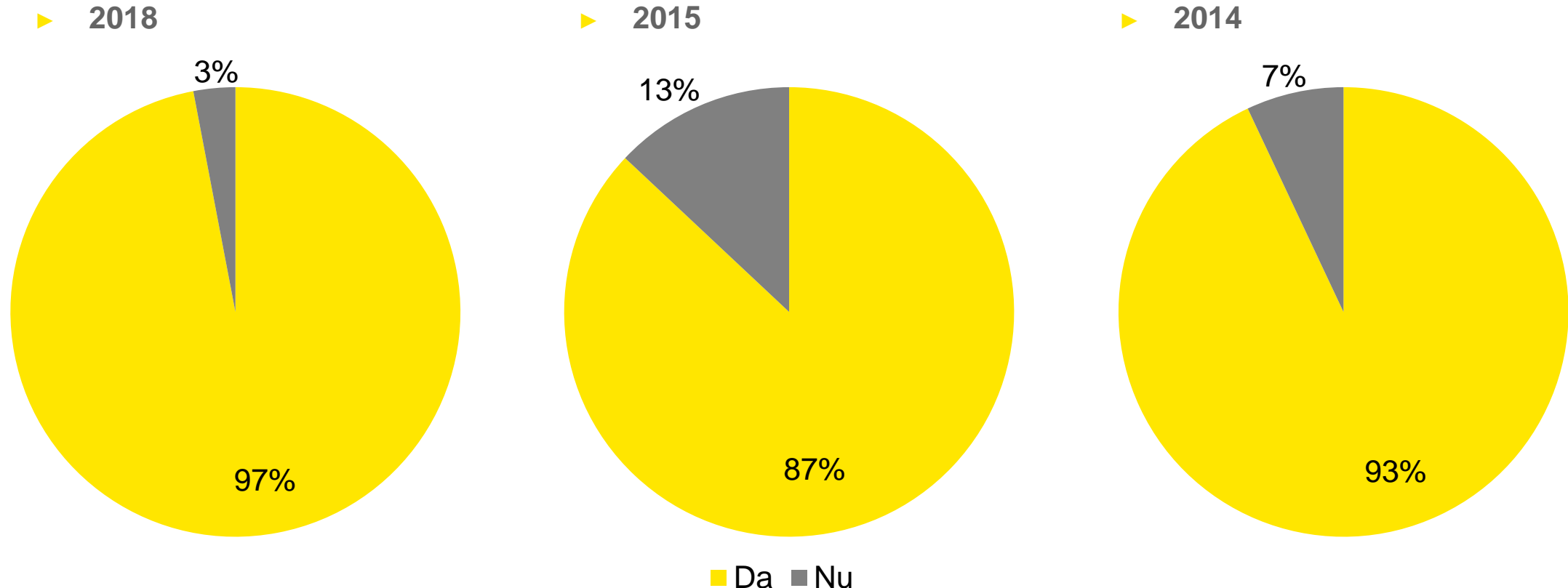
Concluzii cheie

- **Notorietatea Facilității Fiscale este în creștere** → Facilitatea fiscală este tot mai cunoscută în rândul companiilor, un procent semnificativ mai mare de respondenți a auzit despre acest mecanism în 2018 (97%) comparativ cu 2015 (87%) și chiar cu 2014 (93%).
- **Mai puțin sprijin de notificare din partea mass-media** → Cel mai mare promotor de notorietate al facilității fiscale 20% este departamentul financiar-contabil al companiilor. O scădere a impactului în ceea ce privește promovarea mecanismului comparativ cu 2015, o au asociațiile (11% în 2018 vs. 26% în 2015) și mass-media (2% vs. 35%).
- **Majoritatea companiilor intervievate aleg să direcționeze prin acest mecanism** → 84% dintre companiile intervievate spun că au direcționat fonduri cu ajutorul acestui mecanism către sectorul neguvernamental în 2017.
- **Cele mai multe dintre companii au direcționat fondurile către ONG-uri (94%)** → domeniile către care s-au direcționat fondurile în 2017 sunt educație (68%), sănătatea (64%), servicii sociale (55%), cultură (41%).
- **Companiile care au redirecționat fonduri către ONG-uri: (63%)** au făcut sponsorizări cu o valoare mai mică de 100.000 RON în anul 2017; 50% au declarat că au direcționat suma maximă deductibilă din impozitul pe profit; Cele mai multe (39%) susțin prin sponsorizări anuale maxim 3 ONG-uri; 84% au declarat că susțin constant una sau mai multe organizații neguvernamentale prin sponsorizări; 50% dintre companii oferă sprijin atât în bani cât și produse sau servicii, cei mai mulți însă preferă acordarea sprijinului material, 48% vs. 2% produse sau servicii.
- **De ce aleg companiile să direcționeze fonduri prin facilitatea fiscală 20%** → Principala motivație a celor care au direcționat fonduri prin acest mecanism în anul fiscal 2017 este responsabilitatea față de problemele comunității (75%). Existența facilității fiscale este un mecanism de motivare pentru 52% dintre respondenți, având avantajul că nu implică costuri.
- **Perioada optimă de solicitare a sponsorizărilor** → nu există o perioadă optimă de solicitare a sponsorizărilor, asta o spun 66% dintre companiile respondente. Sfârșitul anului este marcat însă de o cerere mult mai mare, astfel 27% dintre companii spun că trimestrul 4 este perioada optimă de solicitare a sponsorizărilor din partea ONG-urilor.



Facilitatea fiscală este tot mai cunoscută în rândul companiilor, un procent semnificativ mai mare de respondenți a auzit despre acest mecanism în 2018 (97%) comparativ cu 2015 (87%) și chiar cu 2014 (93%).

Notorietate facilitatea fiscală 20%

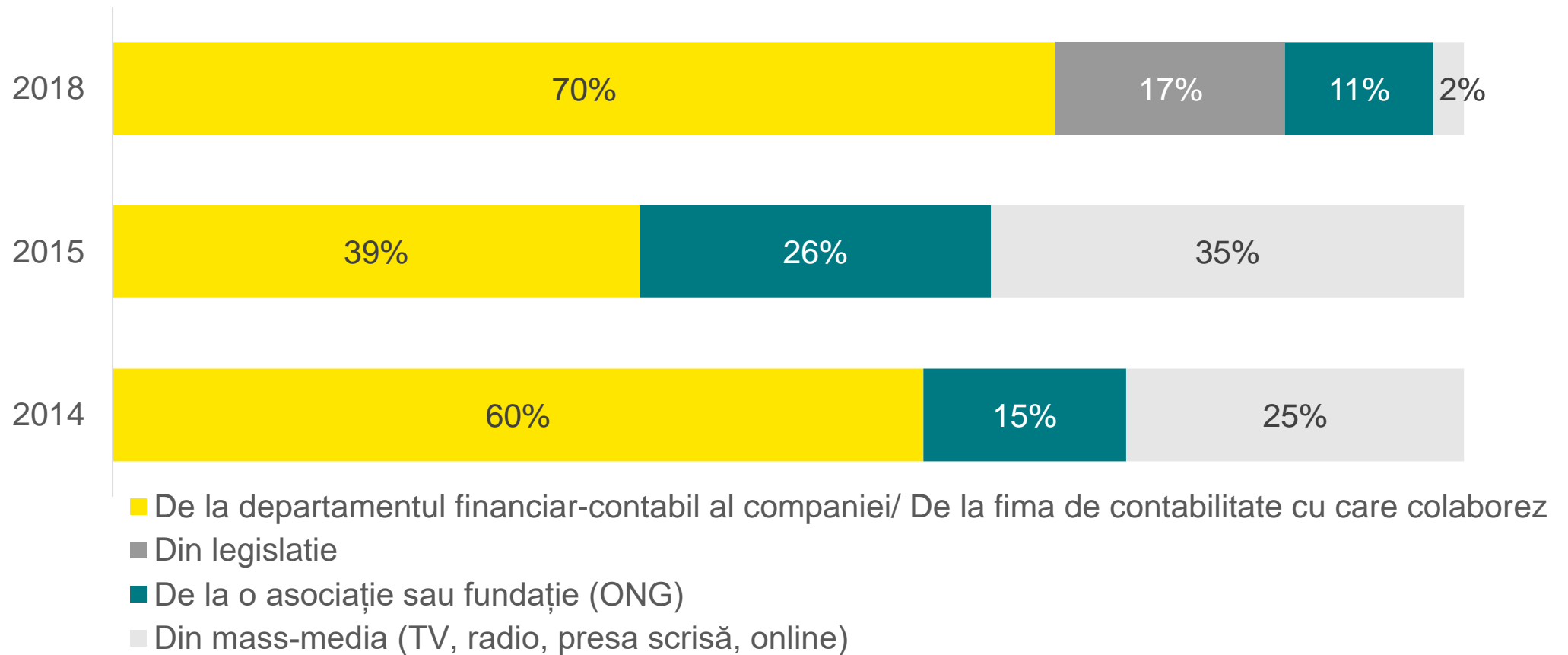


Bază: toți respondenții (n=59/ 75/ 115)

Q1. Cunoașteți facilitatea fiscală conform căreia companiile pot face sponsorizări deductibile către entități cu scop nelucrativ în limita a 20% din impozitul pe profit și 0,5% din cifra de afaceri (potrivit legii nr. 32/1994 privind sponsorizarea și legii nr. 227/2015 - Cod Fiscal, cu modificările și completările ulterioare)?

Cel mai mare promotor de notorietate al facilității fiscale 20% este departamentul financiar-contabil al companiilor. O scădere a impactului în ceea ce privește promovarea mecanismului comparativ cu 2015, o au asociațiile (11% în 2018 vs. 26% în 2015) și mass-media (2% vs. 35%).

Surse de informare facilitatea fiscală 20%

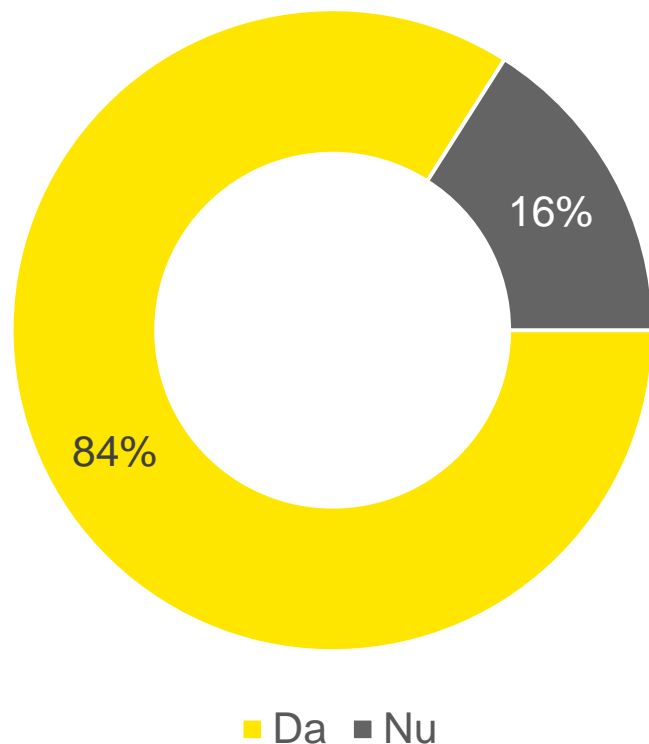


Bază: respondenții care știu despre facilitatea fiscală (n=57/ 56/ 111)

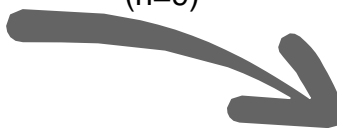
Q2. Cum ați aflat de această facilitate fiscală?

84% dintre companiile intervievate spun că au direcționat fonduri cu ajutorul acestui mecanism către sectorul neguvernamental în 2017. Motivele pentru care companiile nu se direcționează fonduri în acest fel sunt: complexitatea mecanismului, nivelul redus de autonomie al companiei în România și lipsa profitului în aceeași măsură.

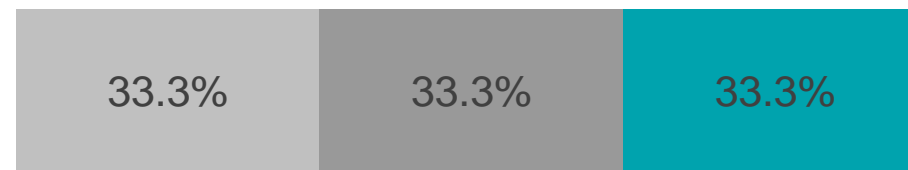
Utilizatori facilitate fiscală 20%



respondenții care NU direcționat fonduri prin acest mecanism (n=9)



Bariere în direcționarea fonduri prin facilitatea fiscală 20%

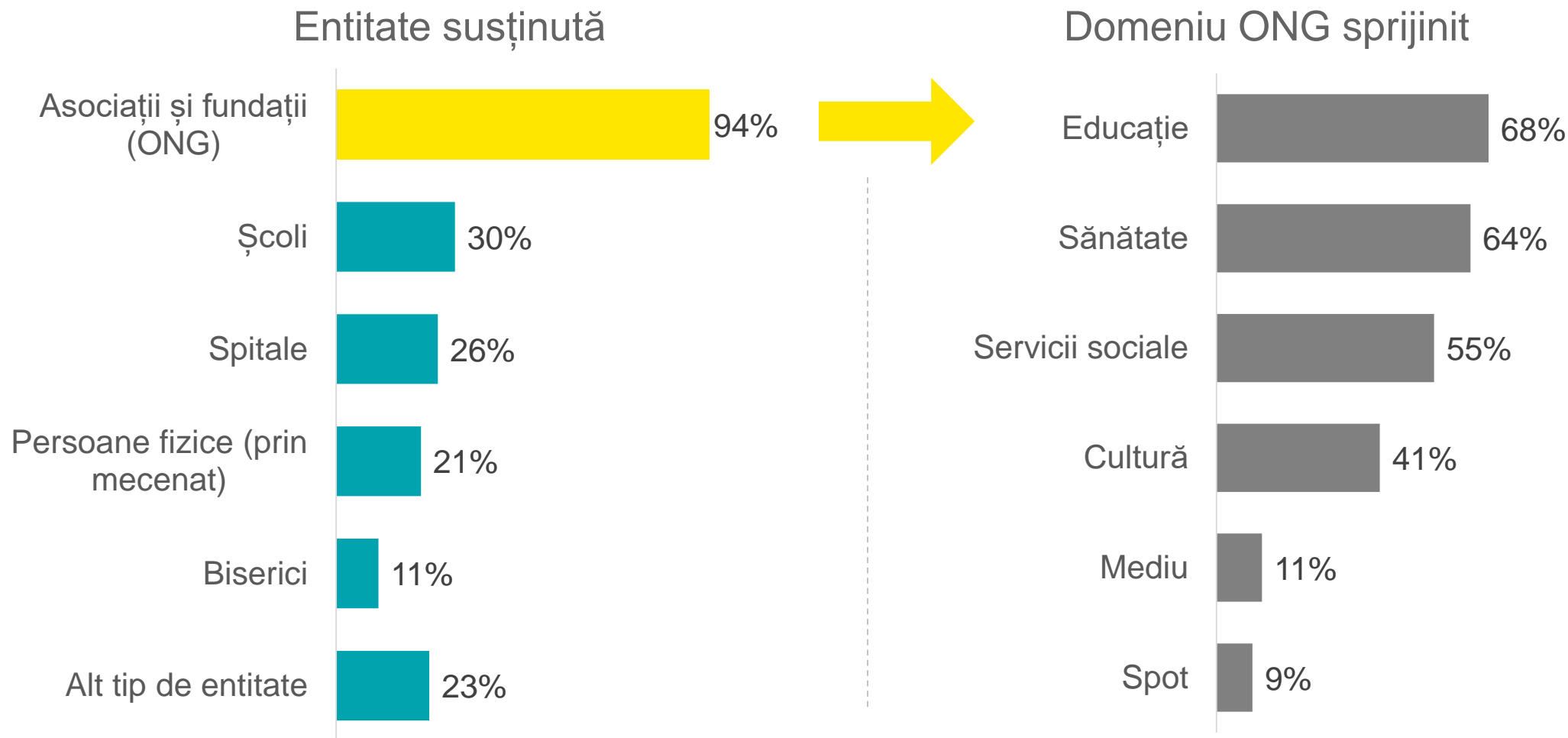


- Compania nu a înregistrat profit
- Complexitate organizatie - nivel de autonomie redus la nivelul entitatii in tara
- Mecanismul este prea complicat

Bază: respondenții care știu despre facilitatea fiscală (n=57)

Q5. Ați direcționat fonduri prin acest mecanism către entități eligibile?/ Q6. Care este motivul pentru care nu ați direcționat fonduri prin acest mecanism?

Cele mai multe dintre companii au direcționat fondurile către ONG-uri (94%). Școlile și spitalele au fost printre entitățile susținute de aproximativ o pătrime dintre companiile respondente. Domeniile către care s-au direcționat fondurile în 2017 sunt educație (68%) și sănătatea (64%).

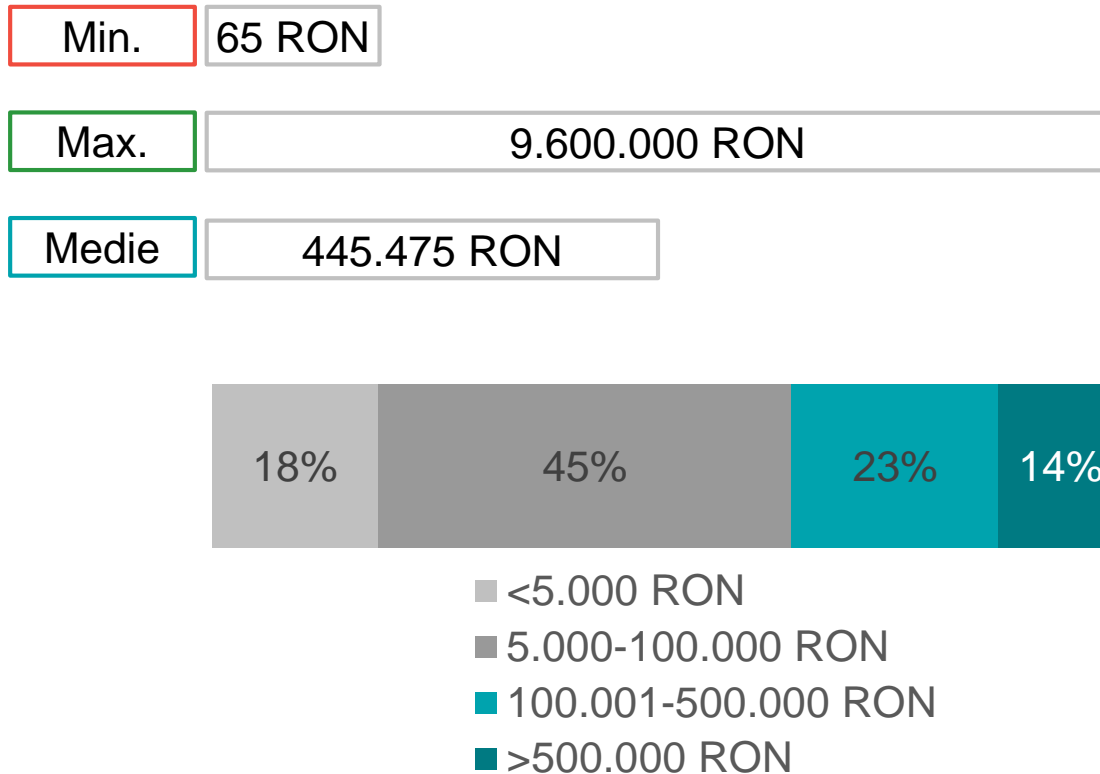


Bază: toți respondenții care au direcționat fonduri prin facilitatea fiscală (n=47); respondenții care au declarat ca au direcționat fonduri prin facilitatea fiscală către ONG-uri (n=44)
 Q7. Către ce tip de entitate ați direcționat fonduri prin facilitatea fiscală? / Q8. În cazul ONG-urilor ce domenii ați ales să sprijiniți?

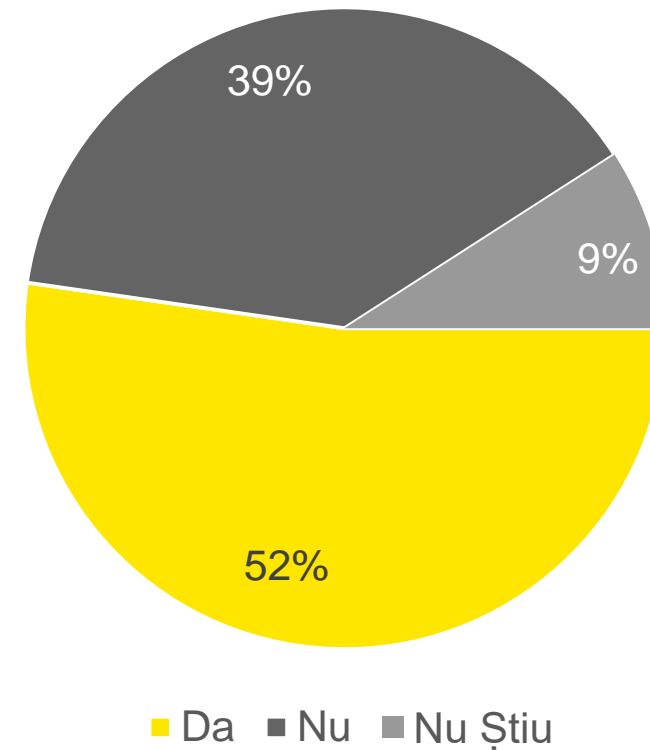
Mai mult de jumătate dintre companii (63%) au făcut sponsorizări cu o valoare mai mică de 100.000 RON în anul 2017.

1 din 2 companii a declarat că a direcționat suma maximă deductibilă din impozitul pe profit.

Valoarea sponsorizărilor în anul 2017



Facilitatea fiscală folosită la potențial maxim

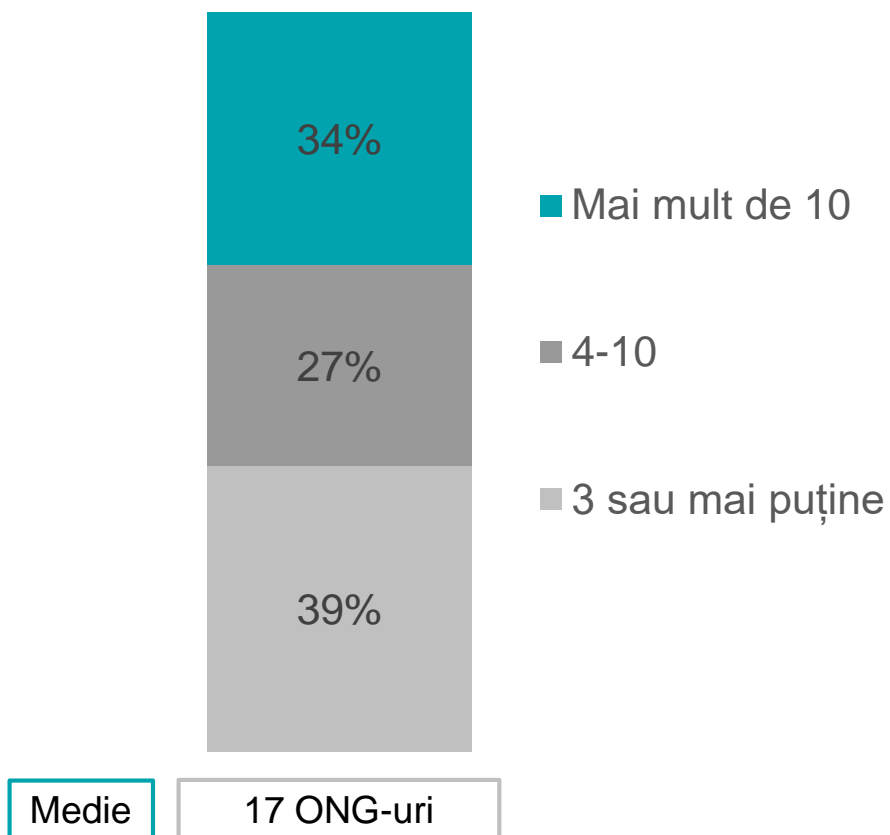


Bază: respondenții care au declarat ca au direcționat fonduri prin facilitatea fiscală către ONG-uri (n=44)

Q9. Care a fost valoarea totală a sponsorizărilor făcute de compania dumneavoastră în 2017 (RON)?/ Q10. În anul 2017 ați folosit facilitatea fiscală la potențialul maxim (ați direcționat suma maximă deductibilă din impozitul pe profit)?

Cele mai multe companii (39%) susțin prin sponsorizări anuale maxim 3 ONG-uri.
84% din companiile respondente au declarat că susțin constant una sau mai multe organizații neguvernamentale prin sponsorizări.

Număr ONG-uri susținute



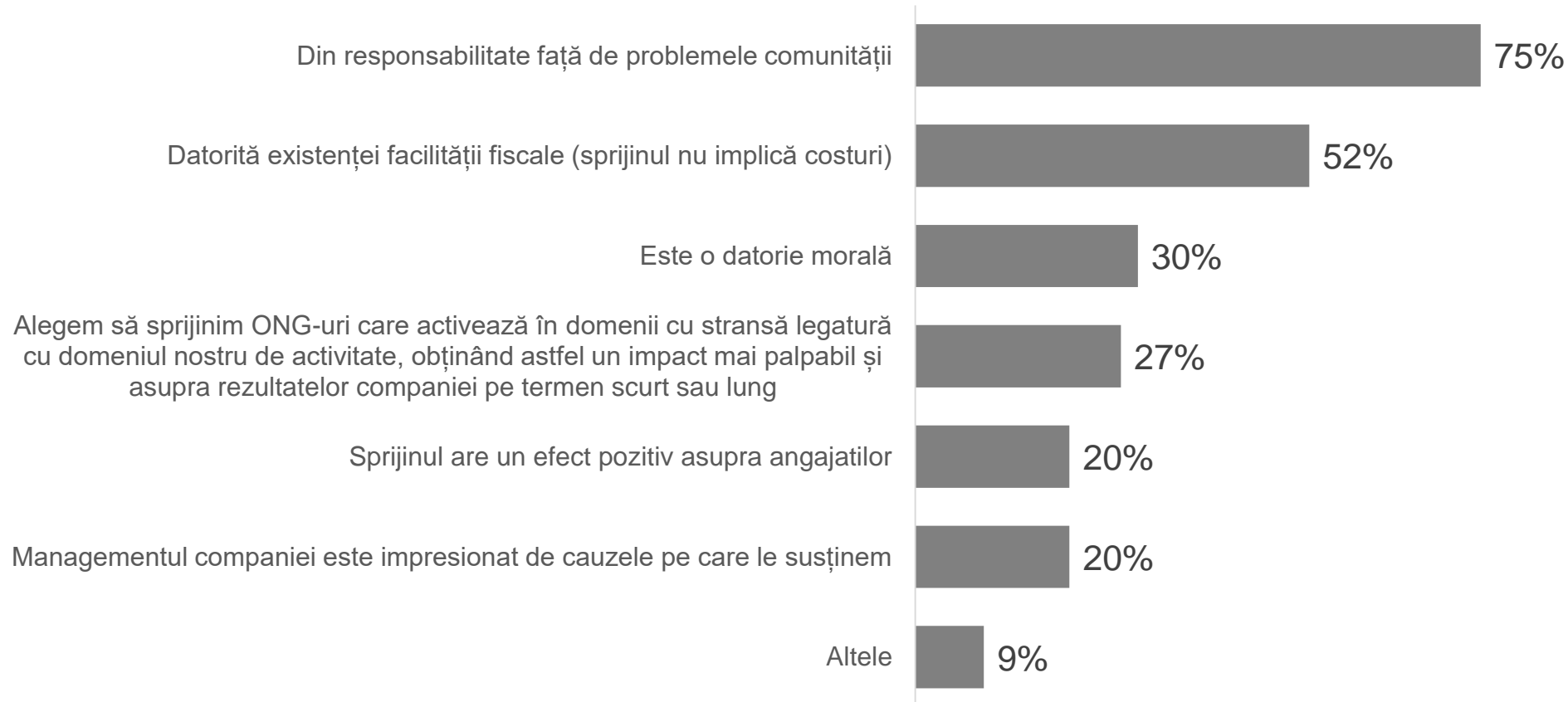
84%
Susțin constant una sau mai multe ONG-uri prin sponsorizări

Bază: respondenții care au declarat ca au direcționat fonduri prin facilitatea fiscală către ONG-uri (n=44)

Q12. Câte ONG-uri ați susținut prin sponsorizări în 2017?/ Q13. Susțineți în mod constant una sau mai multe organizații neguvernamentale prin sponsorizări?

Principala motivație a celor care au direcționat fonduri prin acest mecanism în anul fiscal 2017 este responsabilitatea față de problemele comunității (75%). Existența facilității fiscale este un mecanism de motivare pentru 52% dintre respondenți, având avantajul că nu implică costuri.

Motive de susținere a ONG-urilor

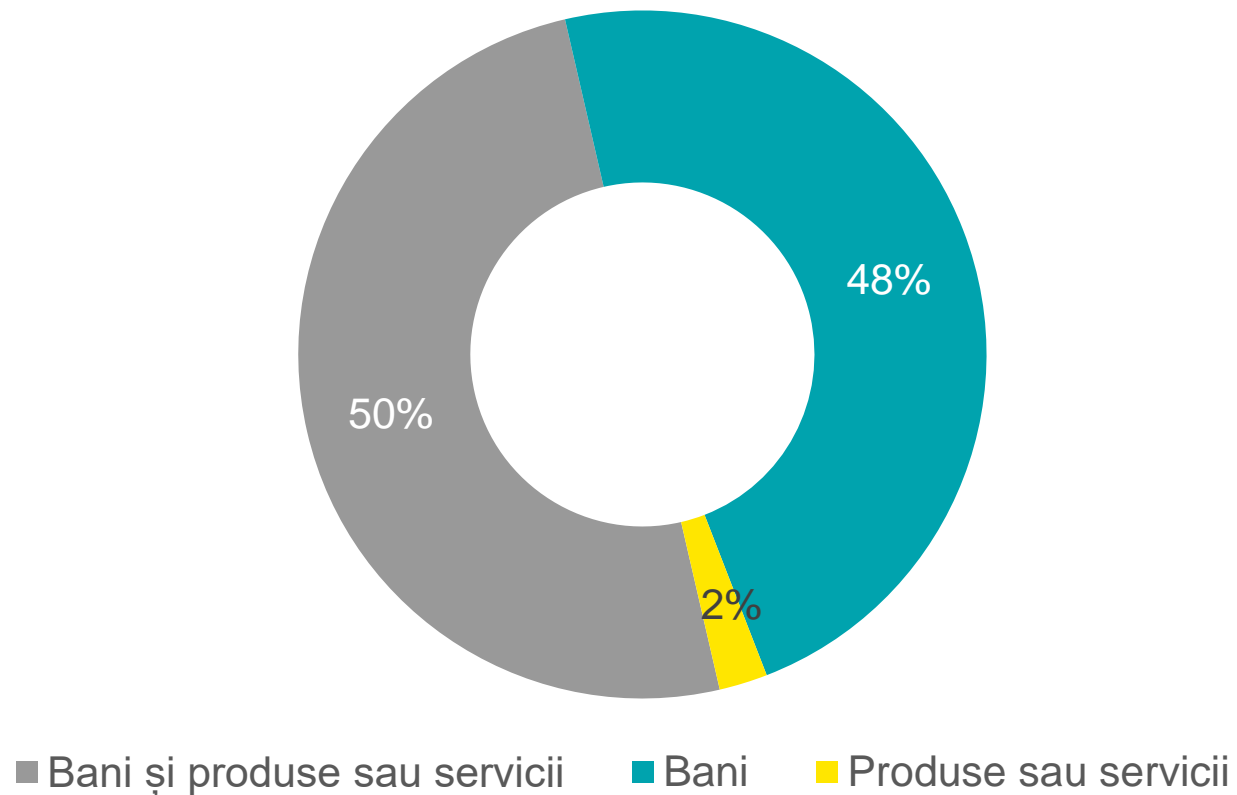


Bază: respondenții care au declarat ca au direcționat fonduri prin facilitatea fiscală către ONG-uri (n=44)

Q14. Care sunt motivele pentru care oferiți suport organizațiilor neguvernamentale?

50% dintre companii oferă sprijin atât în bani cât și produse sau servicii, cei mai mulți însă preferă acordarea sprijinului material, 48% vs. 2% produse sau servicii.

Sprijin oferit ONG-urilor

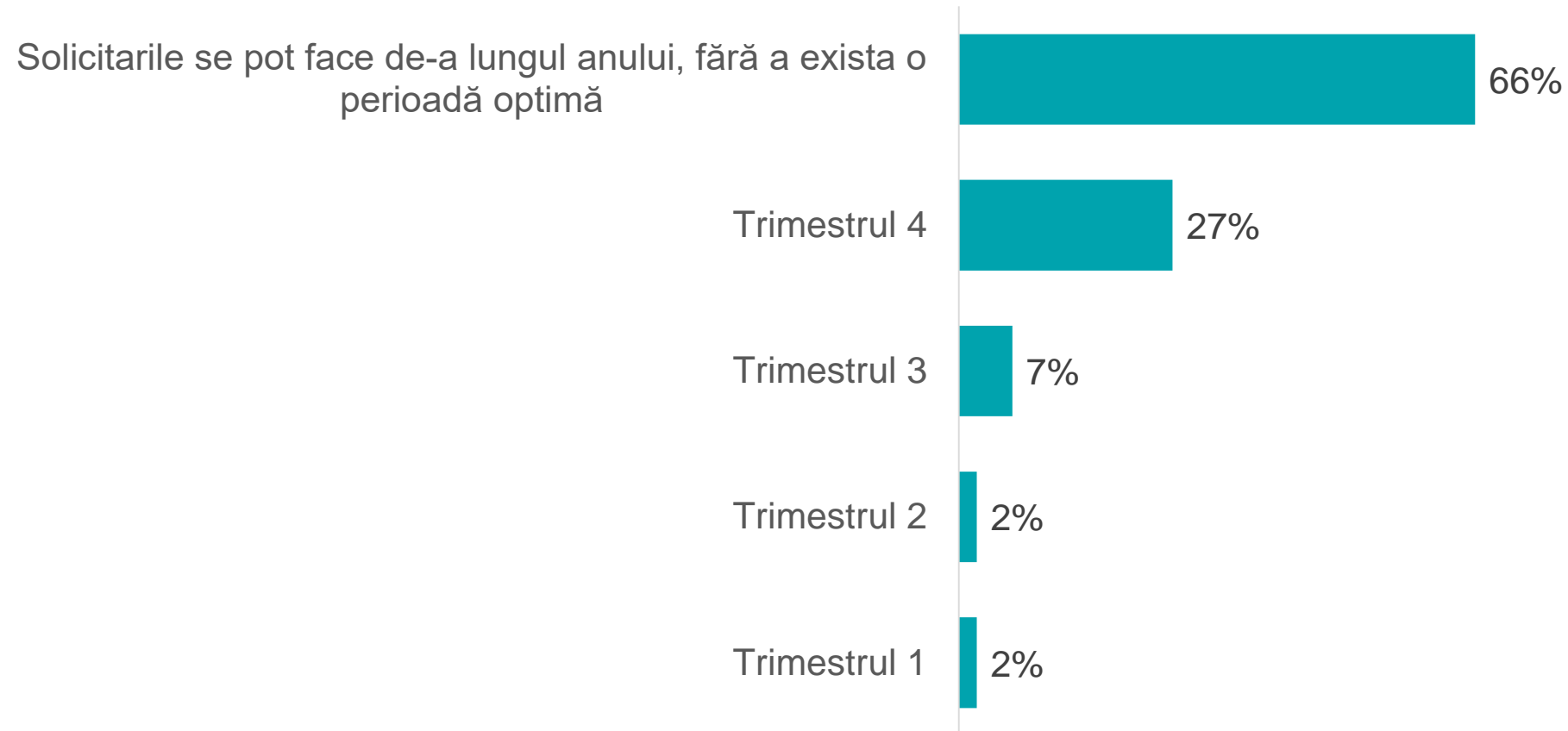


Bază: respondenții care au declarat ca au direcționat fonduri prin facilitatea fiscală către ONG-uri (n=44)

Q15. Oferiți sprijin ONG-urilor în...

Nu există o perioadă optimă de solicitare a sponsorizărilor, asta o spun 66% dintre companiile respondente. Sfârșitul anului este marcat însă de o cerere mult mai mare, astfel 27% dintre companii spun că trimestrul 4 este perioada optimă de solicitare a sponsorizărilor din partea ONG-urilor.

Perioada optimă de solicitare a sponsorizărilor



Bază: respondenții care au declarat ca au direcționat fonduri prin facilitatea fiscală către ONG-uri (n=44)

Q15. Care este perioada optimă de solicitare a sponsorizărilor din partea ONG-urilor?

Vă mulțumim!

