

MECANISME DE STIMULARE A COMPORTAMENTULUI FILANTROPIC ÎN ROMÂNIA

Raport de politică publică

Autor
Octavian Rusu



Fundația pentru
Dezvoltarea
Societății
Civile



Cuprins

Descrierea sistemului actual	4
Modele de stimulare a filantropiei în Europa	7
Identificarea principalelor probleme	8
Potențialul de dezvoltare a unor mecanisme de sprijinire a filantropiei	12
Caracteristicile principale ale viitorului mecanism.	14
Opțiuni de politică publică și simularea costurilor	17
Propunerea de politică publică	22



Scurt sumar

Unele dintre cele mai importante surse de finanțare pentru organizațiile neguvernamentale sunt veniturile obținute de la persoane fizice și juridice în baza unui act de liberațiune. Acestea sunt: 1) contribuțiile susținătorilor și cotizațiile membrilor, 2) donațiile și 3) sponsorizările. Aceste tipuri de resurse financiare sunt în descreștere din anul 2000 ca procent din total venituri obținute de organizațiile neguvernamentale, în special cele provenite din donații.

Sprijinirea organizațiilor se poate face în mod total dezinteresat (contribuții și donații) sau în condiții în care donatorul beneficiază de o facilitate fiscală. Codul Fiscal prevede două asemenea situații pentru donatorul persoană fizică, respectiv direcționarea a 2% din impozitul datorat și deducerea a 5% din baza impozabilă pentru donațiile făcute de indivizi din veniturile obținute din activități independente. La rândul lor, persoanele juridice beneficiază de prevederea prin care pot deduce sponsorizările efectuate din impozitul datorat în limita a 0,3% din cifra de afaceri dar nu mai mult de 20% din impozitul datorat.

Prezentul raport are ca obiectiv principal analiza mecanismelor de donații individuale care au la bază o serie de facilități fiscale directe și indirecte și identificarea unor propuneri de politică publică care ar putea contribui la stimularea comportamentului filantropic și totodată la generarea de resurse suplimentare pentru bugetul organizațiilor neguvernamentale. În subsidiar raportul prezintă și o opțiune de stimulare a sponsorizărilor efectuate de companii.

Cadrul fiscal actual reglementează două mecanisme prin care contribuabilul beneficiază de facilități fiscale: creditul fiscal și deducerea fiscală. 1) Mecanismul de direcționare către o organizație neguvernamentală a 2% din impozitul datorat are la bază principiul creditului fiscal prin care contribuabilul decide unde se duce o parte din impozitul deja colectat și plătit către bugetul de stat. 2) Prin mecanismul de deducere a bazei impozabile, contribuabilul care obține venituri din activități independente poate considera cheltuiala cu sponsorizarea drept cheltuială eligibilă și astfel pentru suma donată contribuabilul nu mai datorează statului impozitul pe profit.

Analiza celor două instrumente ne arată că mecanismul 2% a ajuns la maturitate în timp ce mecanismul de deducere este slab utilizat atât în rândul indivizilor cât și al companiilor. Având în vedere și faptul că ponderea donațiilor, sponsorizărilor și a contribuțiilor este în continuă scădere ca și pondere din totalul veniturilor organizațiilor considerăm necesară modificarea cadrului actual fiscal și legislativ pentru a stimula comportamentul filantropic al cetățenilor în special, dar și a mediului de afaceri.

O problemă a mecanismului 2% și care reiese din analiza sumelor direcționate către contribuabili și declarate de către Ministerul Finanțelor Publice și sumele care se regăsesc în exercițiul bugetului de stat

sunt pierderile generate de implementarea mecanismului. Aceste pierderi sunt în continuă creștere ajungând în anul 2010 la aproximativ 25% din suma direcționată.

Analiza comportamentului filantropic ne arată o direcționare cu precădere către o singură organizație și într-un procent foarte mic către 2, 3 sau 4 organizații. Acest comportament este încurajat și de mecanismul 2% care nu permite contribuabilului să direcționeze către mai multe organizații. De asemenea, se observă că opțiunea cetățeanului rămâne constantă de la an la an.

Analiza potențialului de încurajare a mecanismelor de stimulare a sponsorizărilor ne arată câteva posibile opțiuni de îmbunătățire a viitorului mecanism. **Aceste propuneri vor completa cadrul actual păstrând mecanismul 2% și deducerea din baza impozabilă a sponsorizărilor efectuate de contribuabilii care obțin venituri din activități independente.**

Propunerile de modificare a cadrului legal, respectiv de completare a Codului fiscal prevăd completarea cadrului actual cu o serie de prevederi referitoare la:

- a. Deducerea sponsorizărilor în limita a 5% din baza impozabilă dar nu mai mult de 6000 lei din veniturile din salarii, dividende și cedarea folosinței bunurilor (închirieri).
- b. Stimularea donațiilor cu o valoare de peste 100 de salarii minime pe economie prin majorarea la 10% a deducerii din baza impozabilă.
- c. Majorarea limitei donațiilor companiilor de la 0,3% din cifra de afaceri la 0,6% din cifra de afaceri.
- d. Instituirea donațiilor salariale și utilizarea unor mecanisme care implică procedural donatorul sau entitatea care reține la sursă impozitul degrevând birocrăția administrativă din sarcina administrației financiare.

Principiile propuse au la baza o birocrăție administrativă minimă care ar presupune o implicare de resurse, timp și personal minim din partea administrației fiscale. Totodată, mecanismul trebuie să asigure o siguranță a procesului de sponsorizare.

Descrierea sistemului actual

Filantropia își are originea în relațiile interumane de întraajutorare a acelor săraci, fiind o formă de comportare și convingere care se manifestă prin credința în bunătatea oamenilor. Persoanele filantropice își alocă o parte din timp și din patrimoniu în mod altruist pentru a servi celor nevoiași. Originile filantropiei se regăsesc în filozofia antică greacă și sunt strâns legate de conceptele de "ființă umană" și "grijă".

Se identifică patru definiții ale "filantropiei" care derivă din conceptul clasic: John W. Gardner "inițiativa privată pentru binele public"; Robert Payton "acțiune voluntară pentru binele public"; Lester Salamon "donația privată de timp sau resurse financiare pentru un scop public" și Robert Bremner "scopul filantropiei este de a îmbunătăți calitatea vieții". Combinând aceste definiții cu filantropia modernă filantropia poate fi definită ca "o inițiativă privată pentru un scop public și centrată pe creșterea calității vieții indivizilor".

În secolul 19, în America, conceptul de filantropie a fost asociat cu "a face bine" sau "a face oameni buni". În ultimul secol, filantropia este marcată de apariția și dezvoltarea unor fundații foarte mari constituite de importanți oameni de afaceri – Rockefeller, Ford, Carnegie. Astfel, filantropia se extinde de la întraajutorarea între indivizi la sprijinul acordat de individ sau colectivitate unei colectivități sau unui interes general sau de grup, situație în care putem vorbi de sprijinirea organizațiilor neguvernamentale și despre distribuția binelui de către organizațiile neguvernamentale.

Comportamentul filantropic are la bază un act gratuit, dar dezvoltarea acestui comportament s-a făcut prin asigurarea unor facilități directe sau indirecte celor care doreau să finanțeze organizațiile neguvernamentale.

În prezent regăsim acte de filantropie ale indivizilor care nu sunt bazate pe vreo facilitate, dar și acțiuni filantropice încurajate prin facilități fiscale. De asemenea, comportamentul filantropic se regăsește în mare parte și la nivelul agenților economici, denumiți generic corporații sau companii.

În continuare organizațiile neguvernamentale își bazează o mare parte din activitățile pe care le implementează pe sprijinul financiar și material al cetățenilor sau al companiilor. Procentul veniturilor din donații, sponsorizări și contribuții a scăzut de la 55,5% în anul 2000 la 41,7% în anul 2007. Aceste forme de sprijin sunt: donațiile, sponsorizările și contribuțiile membrilor și sunt recunoscute de Codul Fiscal ca fiind venituri neimpozabile pentru organizațiile neguvernamentale (beneficiari). Din datele analizate de Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile¹ rezultă că aproximativ 18% din bugetul total al organizațiilor neguvernamentale este constituit din donații în timp ce sponsorizările și contribuțiile reprezintă fiecare aproximativ 12%.

În același timp, legislația fiscală prevede o serie de facilități acordate în anumite limite atât persoanelor fizice cât și juridice care doresc să sprijine o organizație neguvernamentală.

În ceea ce-i privește pe donatorii individuali – persoane fizice:

¹ Atlasul economiei sociale din anul 2011 și România 2010. Sectorul neguvernamental – profil, tendințe, provocări

Codul fiscal prevede posibilitatea de deducere a unei sume reprezentând până la 2% din impozitul datorat pe **salarii**, pentru susținerea entităților nonprofit și a unităților de cult, precum și pentru acordarea de burse private.

Facilitatea este extinsă și la deducerea până la 2% din impozitul datorat pe **venitul net anual impozabil**, câștigul net anual impozabil din **transferul titlurilor de valoare**, altele decât părțile sociale și valorile mobiliare, în cazul societăților închise, câștigul net anual din **operațiuni de vânzare-cumpărare de valută la termen**, pe bază de contract, și orice alte operațiuni de acest gen.

Venitul net anual impozabil reprezintă veniturile din **activități independente, veniturile din cedarea folosinței bunurilor și veniturile din activități agricole**.

În categoria entităților nonprofit se cuprind conform prevederilor Codului Fiscal asociațiile, fundațiile, organizațiile sindicale, patronatele, partidele politice, asociațiile de proprietari, casele de ajutor reciproc ale salariaților, în măsura în care, potrivit legilor proprii de organizare și funcționare desfășoară activități nonprofit iar sumele primite din impozit să fie folosite în acest scop.

Persoanele care obțin venituri din **activități independente pot deduce în limita unei cote de 5% din baza de calcul** cheltuielile de sponsorizare, mecenat, precum și pentru acordarea de burse private, efectuate conform legii.

Pentru a oferi o imagine completă a mecanismelor de sprijin pentru organizațiile neguvernamentale, vom include și o scurtă analiză a cadrului legal privind facilitățile fiscale acordate companiilor care sponsorizează organizațiile neguvernamentale.

În ceea ce-i privește pe donatorii societăți comerciale:

Companiile care realizează sponsorizări către organizațiile neguvernamentale pot scădea din impozitul pe profit datorat sumele aferente în limita a 0,3% din cifra de afaceri dar numai mult de 20% din impozitul pe profit datorat.

Raportul este bazat pe o prezentare a mecanismelor de stimulare a comportamentului filantropic întâlnite în România și identificarea principalelor probleme în implementarea acestora. Pentru a formula cele mai viabile măsuri de modificare a cadrului legislativ se vor identifica o serie de opțiuni bazate pe o analiză comparativă cu alte modele din Uniunea Europeană și analiza opțiunilor pe baza unor criterii care să demonstreze fezabilitatea implementării unor astfel de măsuri.

Modele de stimulare a filantropiei in Europa

Marea majoritate a țărilor din Uniunea Europeană au un cadru legislativ solid de stimulare a comportamentului filantropic în rândul cetățenilor, dar și al companiilor. În cele ce urmează vom prezenta succint cadrul legislativ privind mecanismele de stimulare a donațiilor și sponsorizărilor.

Italia. Sistemul din Italia are la bază mecanismul de deducere din baza impozabilă pentru o serie de donații sau sponsorizări acordate unor categorii de organizații sau pentru destinații specificate în legislație. Astfel, cetățenii pot deduce maxim 2% din baza impozabilă pentru sponsorizările acordate organizațiilor care desfășoară proiecte în țările în curs de dezvoltare (Legea 49/1987) sau către organizațiile din domeniul artelor (Legea 13/1985). Cetățenii pot deduce până la limita de 1032 Euro pentru donațiile acordate organizațiilor de voluntariat și a celor religioase, și până la suma de 1500 Euro pentru asociațiile sportive de amatori sau 2065,83 Euro pentru organizațiile neguvernamentale recunoscute prin decret al Primului Ministru că desfășoară proiecte umanitare în țările non OECD. Pentru sprijinirea domeniului cultural "proeminent art works,, având aprobarea Ministerului culturii, deducerile din baza impozabilă nu sunt limitate.

Prin Legea 80/2005 se promovează principiul "cu cât donezi mai mult cu atât plătești taxe mai mici" și acordă posibilitatea indivizilor să deducă donațiile acordate organizațiilor neguvernamentale (voluntariat, fundații și asociații recunoscute având scop cultural, protecția mediului, cercetare sau educație). Donațiile sunt limitate la 10% din total venituri până la maximum a 70.000 Euro. Acest tip de deducere nu poate fi combinat cu alte facilități.

Contribuabilii pot opta pentru a indica în declarațiile de venit modul cum Guvernul ar trebui să utilizeze o parte din impozitul pe venit colectat. Această practică a început în 1985 având la bază acordul dintre Stat și Vatican, ulterior fiind extins și la alte entități care au semnat acest acord. În baza acestui acord, Guvernul transferă 0,8% din impozitul colectat către organizații publice cu scop umanitar și organizații cu activități religioase, educaționale sau de caritate.

Mai mult, în anul 2006, guvernul italian a creat "regimul cinci la mie" prin care donatorii puteau direcționa 0,5% din impozit către o organizație neguvernamentală.

Olanda. Legislația fiscală încurajează donațiile către fundațiile care sunt recunoscute ca având statut de utilitate publică și în anumite condiții către asociații. Se promovează în mod special donațiile periodice realizate în baza unui contract notarial, încheiate pe o perioadă de cel puțin 5 ani și cu minimum o donație pe an (minimum 100 euro în primul an și minim 500 euro în anul 5).

Ungaria. Mecanismul de direcționare a unui procent din impozitul datorat este singura facilitate fiscală întâlnită. Mecanismul procentual a fost adoptat acum mai bine de 15 ani și a reprezentat pentru



România modelul pe baza căruia a fost dezvoltat mecanismul 2% din România. Acest mecanism procentual a fost introdus în anul 2006 și în **Slovacia**.

Cehia. Indivizii pot deduce din baza impozabilă donațiile efectuate către organizațiile neguvernamentale dacă volumul acestora este mai mare de 2% din baza impozabilă și au o valoare de cel puțin 40 Euro (echivalent). Maxim 10% din baza impozabilă poate fi dedusă pentru donațiile efectuate.

Polonia. Doar organizațiile cu statut de utilitate publică sunt eligibile a primi donații din partea indivizilor și să beneficieze de deduceri fiscale. În aceste cazuri contribuabilii pot deduce donațiile din baza impozabilă în limita a 10%. De asemenea, pot utiliza și mecanismul de deducere a 1% din impozitul datorat statului pentru a susține o organizație de utilitate publică.

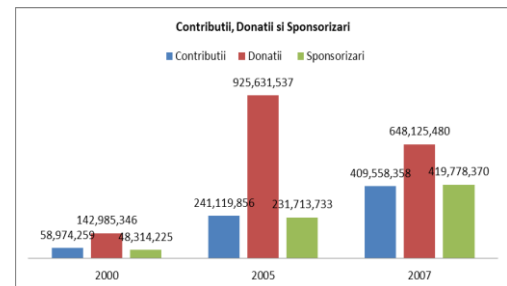
Germania. Donatorii persoane fizice pot să deducă într-un an calendaristic până la 20% din veniturile realizate, sau dacă aceste venituri provin dintr-o activitate economică, limita este de 0,4% din venituri. Există o prevedere specială prin care donațiile acordate unor fonduri permanente (fundații care colectează resurse financiare exclusiv pentru a le direcționa către alte proiecte sau organizații) sunt deduse până la limita de 1 mil. euro.

Identificarea principalelor probleme

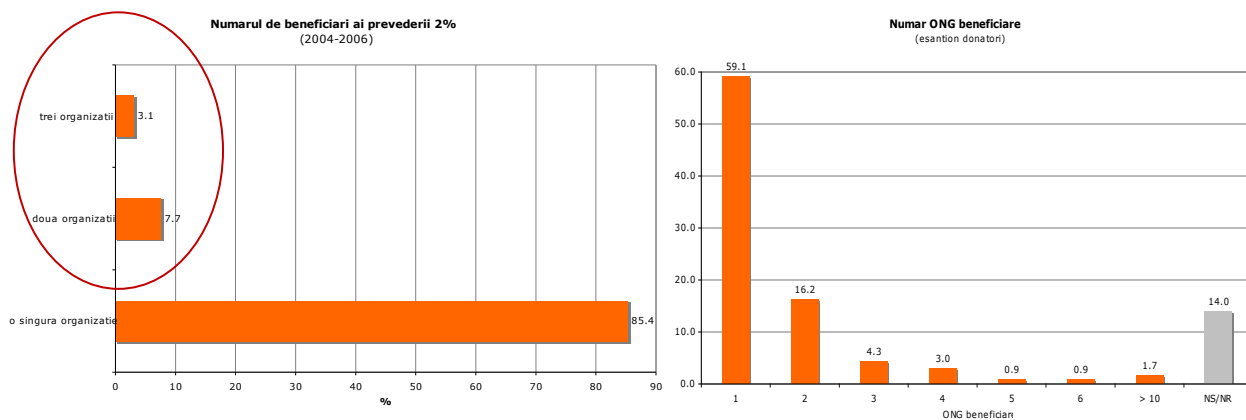
Analiza dinamicii bugetelor organizațiilor neguvernamentale în ultimii 10 ani pe baza documentelor și analizelor realizate în sectorul ONG din România ne arată o **scădere continuă a ponderii veniturilor organizațiilor neguvernamentale din cotizații, donații și sponsorizări** în totalul veniturilor organizațiilor neguvernamentale. Dacă în anul 2000 aceste categorii de venituri reprezentau 55,5% din totalul veniturilor acestea au scăzut la 50,5% în anul 2005 și la 41,7% în anul 2007². Cea mai mare scădere o reprezintă veniturile din donații care, dacă în anul 2000 aveau o pondere de 31,7%, în anul 2007 acestea reprezentau doar 18,3%. Structura bilanțurilor contabile depuse începând cu anul 2008 nu ne mai dă posibilitatea de a identifica sumele absolute din aceste categorii de venituri dar estimările noastre sunt că ponderea s-a diminuat în mod constant din cauza, pe de o parte, finanțării din fondurile structurale unde organizațiile sunt eligibile în foarte multe domenii, dar și promovării unor mecanisme de contractare a serviciilor publice către organizațiile neguvernamentale. Având în vedere criteriile de calificare și procedurile greoaie de accesare a fondurilor structurale și a proiectelor cu finanțare din fonduri publice, veniturile din surse private, și în special cele din donații și sponsorizări rămân principala sursă de venit pentru organizațiile mici și cele din mediul rural.

² *Atlasul economiei sociale. FDSC. 2011, p.13*

Cu toate acestea, conform datelor menționate în Atlasul economiei sociale, veniturile nete din donații, sponsorizări și contribuții sunt consistent în creștere din anul 2000 (0,25 mld. lei), ajungând la suma de 1,4 mld lei in anul 2005. Din anul 2005 această sumă se menține aproximativ aceeași si pentru anul financiar 2007. Având in vedere criza financiară această sumă este posibil să aibă o descreștere proporțională cel puțin cu scăderea veniturilor totale (5-10% estimare ținând cont de scăderea totală a bugetului organizațiilor neguvernamentale). Având în vedere deprecierea considerabilă din perioada 2000 – 2005 cauzată de deprecierea monedei și de inflație, decalajul ar fi mult mai mic.



Mecanismul 2% creează un comportament repetitiv al celui care donează putând avea un efect negativ în sensul scăderii gradului de implicare al cetățenilor în rezolvarea unor reale probleme ale comunității.



Din raportul ARC rezultă că 85,4% din contribuabilii care au direcționat 2% au făcut-o către o singură organizație. Intenția de direcționare către a doua (7,7%) sau a treia (3,1%) este foarte mică. Comportamentul filantropic în afara mecanismului 2% prevede un procent dublu a celor care au direcționat către 2, 3 sau 4 organizații (23,5%).

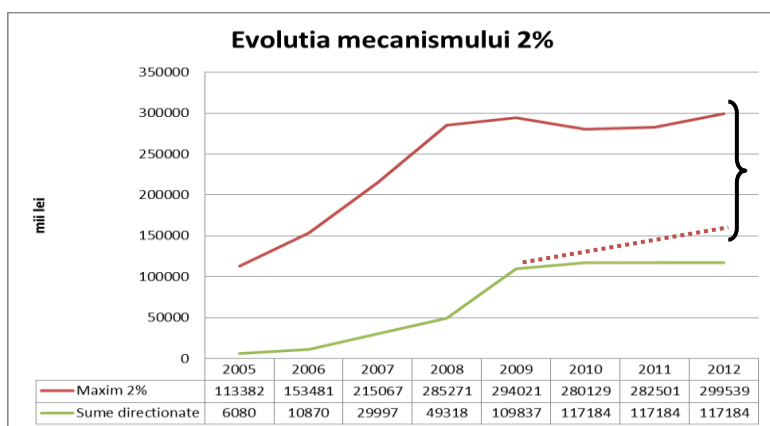
Analizând evoluția fiecărei surse de finanțare reiese o **scădere semnificativă a donațiilor în comparație cu veniturile din cotizații și sponsorizări.**

Finanțarea scăzută a organizațiilor prin venituri din donații, sponsorizări și contribuții rezultă și din Barometrul Liderilor ONG publicat de FDSC în anul 2010. Conform acestui studiu, pentru 8,6% dintre organizațiile neguvernamentale donația acordată de către indivizi și companii reprezintă cea mai importantă sursă de venituri. Sponsorizările din partea companiilor și cele obținute prin direcționarea a 2% sunt fiecare cele mai importante surse de venit pentru aproximativ 10% din organizațiile neguvernamentale.

Din analiza cadrului legislativ din Romania reiese ca **legislația privind stimularea donațiilor și sponsorizărilor nu a mai fost modificată din anul 2003** când a fost promovat noul Cod fiscal și implicit actualele mecanisme de sprijinire a filantropiei. Demersurile organizațiilor neguvernamentale s-au concentrat pe îmbunătățirea și implementarea mecanismului 2% și, așa cum rezultă din analizele făcute, mecanismul 2% este unul dintre cele mai eficiente și utilizate instrumente strângere de fonduri, dar nu a încurajat cetățenii să acorde mai mulți bani sectorului ONG pentru proiecte de interes public sau general.

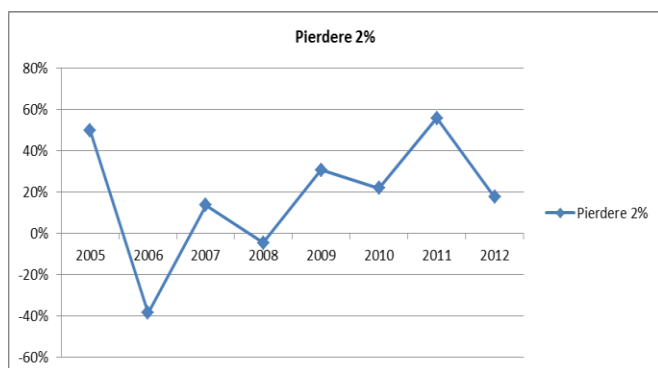
Mecanismul 2% a ajuns la maturitate atât prin număr de contribuabili (1,5 mil contribuabili din potențial de 5 mil cât sunt salariați și persoane fizice ce obțin venituri din activități independente) dar și prin suma direcționată (aprox. 40% din total potențial maxim). Această concluzie rezultă din analiza ultimilor 3 ani de direcționare și prin comparație cu modelul din Ungaria care a stat la baza analizei și a principiilor prevederii adoptate în Romania în anul 2003 și implementate începând cu anul fiscal 2004.

Conform datelor primite de la Ministerul Finanțelor și pe baza cărora au fost făcute analize de Asociația de Relații Comunitare și Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile, putem estima pentru anul 2011 o colectare de aproximativ 150 milioane lei dintr-un total disponibili care ar putea fi direcționat de 300 milioane lei.



Sistemul de colectare a sumelor direcționate prin mecanismul 2% are o pierdere de aproximativ 25% din suma intenționată a fi direcționată. Această pierdere este datorată redirectionării de administrațiile fiscale pentru motive de completare greșită a datelor de identificare a organizațiilor recipient sau din cauza neeligibilității acestora. Din discuțiile avute cu diverse organizații care au organizat campanii de

colectare a 2% reiese o susceptibilitate că administrațiile financiare în mod intenționat nu direcționează aceste sume sau mecanismul de procesare a formularelor este defectuos implementat.



Din analiza sumelor direcționate conform bugetului de stat și a datelor furnizate de Ministerul Finanțelor rezulta un procent de pierdere de aprox. 25% medie, sume ce din varii motive nu sunt direcționate către organizațiile neguvernamentale. Este posibil ca pierderea aferentă anului 2011 să fie foarte mare deoarece proiectul de buget pe anul 2012 prezintă execuția parțială a bugetului din 2011. Totuși, transferul sumelor s-au făcut în perioada sept-nov 2011.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Sume virate 2% conform buget	3054	15.042	25.843	51.535	75.981	91.360	51.535	96.350
Sume direcționate 2%	6.080	10.870	29.997	49.318	109.837	117.184	117.184	117.184
Pierdere (sumă netă)	3.026	-4.172	4.154	-2.217	33.856	25.824	65.649	20.834

Pierderea se regăsește pe grafic și în tabel ca sume pozitive. În situația anilor în care suma virată conform bugetului de stat este mai mare, se justifică prin virarea efectivă în anul următor financiar.

Gradul scăzut de utilizare a deducerii sponsorizărilor din baza impozabilă (activitățile independente).

Astfel de sponsorizări sunt întâlnite cu precădere în sfera profesiilor liberale precum notari și avocați sau a acelor categorii de contribuabili care conduc o contabilitate în partidă simplă. Datorită numărului mic de contribuabili care desfășoară astfel de activități precum și datorită faptului că aceștia pot utiliza mult mai eficient mecanismul de deducere 2%, practica acestui tip de deducere este foarte restrânsă.

Numărul foarte mic de donații individuale acordate ONG în raport cu cele făcute către cauze umanitare (persoane aflate în nevoie) sau către biserică. Conform studiului ARC doar 8,9% din cetățeni au făcut o donație către o organizație neguvernamentală în anul 2008. Tot conform raportului ARC, ponderea totală a persoanelor care au donat este de 35%, mult sub practica întâlnită în alte țări, spre exemplu UK (60%). Aceste date ne arată că în România încă nu s-a dezvoltat un comportament filantropic și este nevoie de o încurajare prin facilități fiscale acordate contribuabililor de a sprijini proiecte ale organizațiilor neguvernamentale.

Lipsește indicatori care să facă posibilă urmărirea comportamentului filantropic (stabiliți în legislația contabilă dar și a diferitelor instrumente de monitorizare și evaluare). Depunerea bilanțurilor în formă

simplificată are ca rezultat imposibilitatea de a urmări începând cu anul 2008 sumele defalcate pe diverse tipuri de activități non profit.

De asemenea, mecanismul 2% nu prevede opțiuni separate pentru direcționarea către diferitele entități non profit (unde Codul Fiscal definește eligibile și sindicatele, asociațiile de proprietari și chiar și partidele politice) și unitățile de cult.

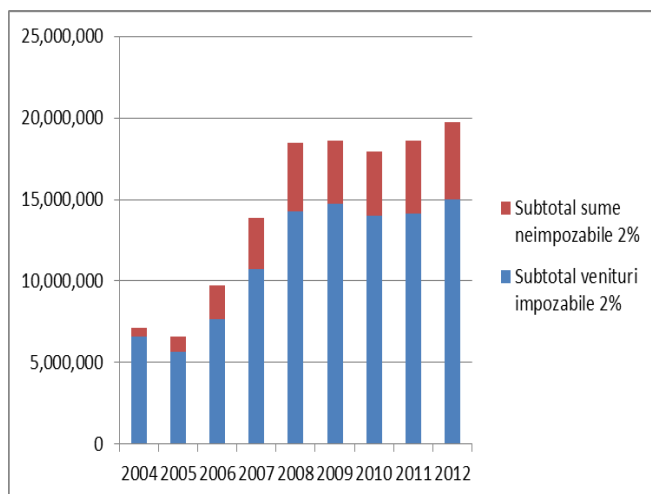
De asemenea, din verificarea în câteva cazuri a modului cum sumele din 2% sunt înregistrate în contabilitate reiese o practică diferită, motiv pentru care nu se poate spune cu exactitate care este impactul acestei masuri asupra comportamentului filantropic.

Potențialul de dezvoltare a unor mecanisme de sprijinire a filantropiei

Pentru a identifica potențialul de dezvoltare și de extindere a facilităților actuale pentru sumele sponsorizate vom face o analiză a categoriilor de venituri supuse acestor facilități, dar totodată și o analiză a tuturor celorlalte potențiale venituri ce ar putea și subiectul unor facilități de acest tip.

Totodată, potențialul de dezvoltare a acestui mecanism este analizat și din perspectiva comportamentului filantropic identificat. În acest sens vor fi urmărite aspecte ce țin de sumele medii și mediane donate dar și modul de alegere de către donatori a organizațiilor sau instrumentele utilizate pentru donații.

1. Analiza potențialului disponibilităților financiare



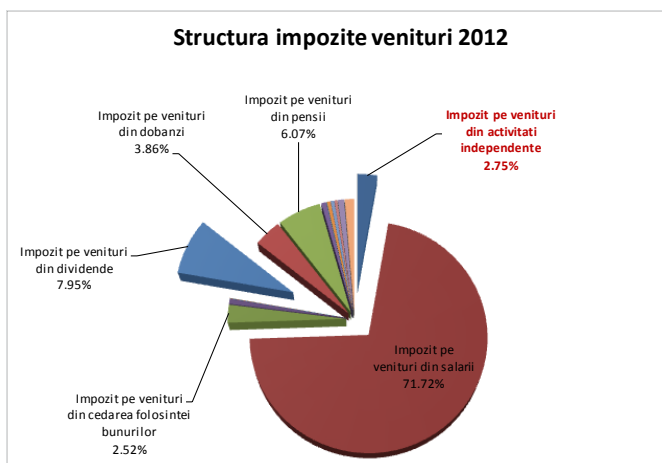
În prezent există 2 mecanisme de stimulare a sponsorizărilor efectuate de persoanele fizice: mecanismul 2%, care este un instrument de tip credit fiscal prin care contribuabilul decide unde se duce o parte din impozitul datorat și, al doilea, mecanismul de deducere a bazei impozabile cu 5% în cazul persoanelor ce obțin venituri din activități economice. Dacă în cazul mecanismului 2% direcționarea se face din impozitul datorat, prin deducerea bazei impozabile efortul financiar se împarte între donator (84%) și deducerea fiscală de 16% egală

cu impozitul pe venitul respectiv.

Baza asupra căreia se aplică în prezent mecanismul 2% include surse de impozit pe venituri care reprezintă peste 75% din total surse de impozite plătite de persoanele fizice, respectiv impozitul pe venituri din activități independente, venituri din salarii, venituri din cedarea folosinței bunurilor, venituri din transferul titlurilor de valoare, venituri din operațiuni de vânzare-cumpărare de valută la termen și venituri din activități agricole. Deducerea sponsorizărilor în limita a 5% din baza impozabilă se aplică doar pentru veniturile din activități independente.

Analiza categoriilor de venituri la bugetul de stat din impozitele plătite de persoanele fizice ne arată **un potențial de creștere foarte mic dacă s-ar extinde mecanismul 2% și la restul de impozite**. În schimb, extinderea mecanismului de deducere a 5% din baza impozabilă ar avea cel mai mare potențial de dezvoltare.

În prezent mecanismul de deducere este aplicat doar veniturilor din activități independente, venituri ce reprezintă 2,75% din totalul veniturilor impozabile.

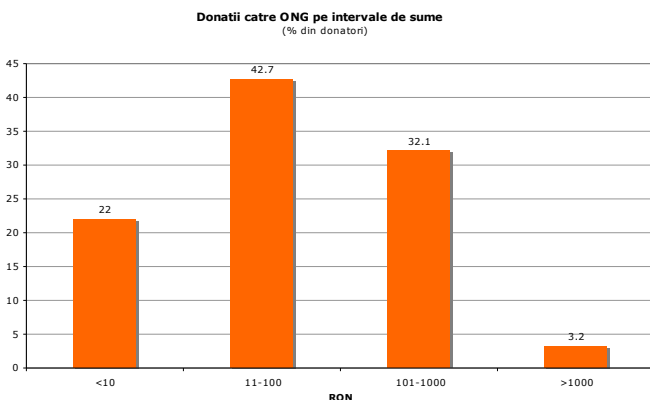


În graficul alăturat sunt prezentate ponderile impozitelor pe cele mai importante categorii de venituri asupra cărora se poate extinde deducerea bazei impozabile. **Astfel deducerea din salarii reprezintă cel mai mare potențial de creștere, urmată de deducerea din veniturile din dividende.**

2. Analiza potențialului comportamentului filantropic

Încurajarea unui mecanism de donație a sumelor cuprinse între 10 și 1000 lei.

Din cercetarea realizată de ARC reiese că 32,5% din donatori au făcut donații între 101 și 1000 lei, aceste sume fiind poziționate pe locul 2 după donațiile între 10 și 100 (42,7%) și înaintea donațiilor mici sub 10 lei (22%) și a donațiilor peste 1000 lei (3,2%).

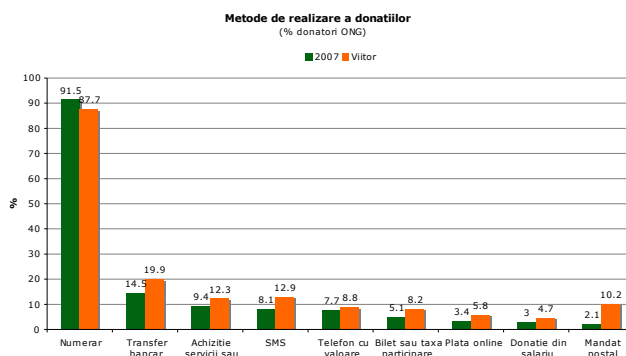


În acest fel, un potențial de creștere îl pot avea cele 2 categorii de donații dacă mecanismul de deducere a sumelor cuprinse între 10 și 100 lei s-ar realiza printr-o procedură simplă, facilă și fără o birocrație prea mare, în timp ce donațiile cuprinse între 100 și 1000 lei ar putea fi stimulate printr-o nouă facilitate fiscală.

3. Utilizarea unor instrumente mai facile de sponsorizare

Se poate observa că donațiile în numerar sunt cele mai des utilizate. Și intenția pe viitor a contribuabililor este de a utiliza într-o măsură foarte mare donațiile în numerar, dar se constată o ușoară creștere a intenției pe viitor de a utiliza mai frecvent instrumente alternative.

O analiza comparativă a instrumentelor de realizare a donațiilor în UK ne arată că sunt des utilizate modalitățile de plată bancară (37%), cec/card (18%) și numerar (16%). Normele metodologice privind aplicarea mecanismelor de deducere a sponsorizărilor ar putea avea în vedere aceste mecanisme de plată și să le recunoască ca și eligibile.



Din analiza intenției de donații pe viitor se constată că donatorii ar prefera într-o mai mare măsură donațiile către instituțiile de învățământ și pe cele medicale. Acest potențial se poate exploata prin includerea drept eligibile a deducerilor fiscale a sponsorizărilor acordate acestor tipuri de activități. Multe dintre acestea sunt furnizate de organizațiile neguvernamentale.

Caracteristicile principale ale viitorului mecanism

Orice propunere de modificare a cadrului legislativ sau de promovare a unei noi politici publice pentru a putea ajunge în dezbaterile decidentului politic (ministere sau Parlamentul României) trebuie să prezinte un grad ridicat de fezabilitate din punct de vedere administrativ, financiar și politic, atât pentru decident cât și pentru organizația care promovează această propunere.

Din aceste considerente vom prezenta mai jos o serie de criterii pe baza cărora vor fi identificate, propuse și evaluate opțiunile de politică publică.

Criteriul 1. Birocrație administrativă. Mecanismul propus trebuie să implice **autoritățile fiscale** (C 1.1.) într-o măsură cât mai mică, fără a solicita suplimentar din partea acestora resurse umane, financiare și de timp. De asemenea, mecanismul trebuie să solicite **un minim de efort din partea donatorului** (C 1.2.) și, nu în ultimul rând, **un efort al organizației beneficiare direct proporțional cu suma colectată** (C 1.3.).

Atât administrația fiscală cât și donatorul privesc de cele mai multe ori procesul și mecanismul de direcționare ca pe un efort suplimentar pe care trebuie să îl depună pentru a-l sprijini financiar pe beneficiar. În acest sens, numărul de documente (inclusiv de informații furnizate) trebuie să fie minim și acolo unde este necesară depunerea, înregistrarea sau obținerea unor certificări să poată fi făcute și de beneficiarul sprijinului.

Criteriul 2. Transparența acordării și a utilizării sumelor obținute. Resursele financiare colectate de organizațiile neguvernamentale care au beneficiat de anumite facilități fiscale trebuie să fie ușor de urmărit de administrația financiară, dar și de publicul interesat. Aceasta transparență presupune publicarea de administrațiile fiscale sau ANAF a beneficiarilor și a sumelor direcționate (C 2.1).

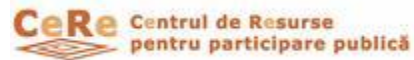
În anumite situații sau pentru anumite sume colectate, beneficiarii sponsorizărilor pot fi supuși obligației de a declara anual utilizarea donațiilor și de a face publice în unele cazuri rapoartele de activitate și cele financiare (C 2.2.).

Aceste măsuri de transparență trebuie să fie ușor de realizat de organizația beneficiară, fără a depune un efort financiar sau de alocare de resurse prea mare. Totodată, și obligația administrației fiscale trebuie să fie similar facilă.

Criteriul 3. Stabilitatea mecanismului. Acest criteriu vizează adoptarea unor mecanisme de control și de verificare anterioară sau ulterioară de către administrația financiară a actului de sponsorizare astfel încât să nu se poată înregistra fictiv sume care ar duce la diminuarea impozitului sau a bazei impozabile. Stabilitatea mecanismului propus este invers proporțională cu potențialul de a fraudă mecanismul și a genera faloase necuvenite.

Orice potențială situație în care sumele donate au fost deturnate pentru alte scopuri decât cele prevăzute de lege afectează nu numai mecanismul în sine, ci poate aduce o imagine negativă asupra sectorului ONG.

Criteriul 4. Disponibilitatea resurselor financiare presupune durata dintre momentul încheierii contractului și momentul la care beneficiarul poate utiliza sumele primite (C4.1), dar și intervalul de timp dintre transferul sumei donate și momentul recuperării parțial sau totale de donator sumelor donate ca urmare a beneficiarii de facilitățile fiscale (C4.2).



Criteriul 5. Impactul bugetar este unul dintre cele mai importante criterii de evaluare deoarece în urma acordării unor facilități fiscale bugetul de stat va avea de suferit în sensul colectării a mai puține resurse. Aceste facilități fiscale nu trebuie privite ca pierderi deoarece prin sumele direcționate către organizațiile neguvernamentale acestea furnizează unele servicii publice subsidiar statului. Astfel, intervențiile organizațiilor neguvernamentale în domeniile social, educație, sănătate sau protecția mediului sunt recunoscute a fi de interes comunitar sau interes public.

Criteriul 6. Adecvarea intervenției. Acest criteriu reprezintă gradul de adecvare al soluției pentru problemele identificate și modul prin care această intervenție contribuie la obiectivul principal de intervenție.

Opțiuni de politică publică și simularea costurilor

După analiza problemelor actualului sistem de stimulare a comportamentului filantropic în România, următorul pas este identificarea soluțiilor pentru problemele în cauză. Există mai multe nume care pot fi folosite pentru a denumi diferite soluții pentru problema abordată de politica publică – alternative, variante de soluții, opțiuni. Acestea reprezintă de fapt acțiuni posibile identificate care, după derularea lor, duc la rezolvarea problemei și la atingerea obiectivului politicii publice.

Fiecare dintre aceste soluții se poate transforma în amendamente la Codul Fiscal sau alte acte normative relevante sau în promovarea unor acte normative noi.

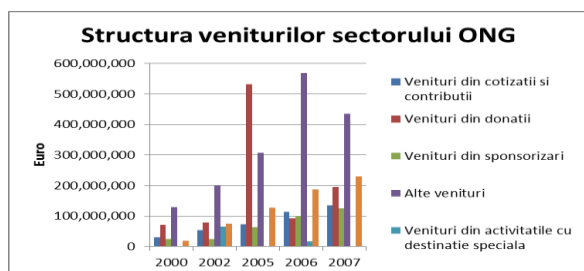
Întregul proces de formulare a politicilor publice se concentrează în jurul identificării celor mai bune alternative de politică publică. Definirea opțiunilor pentru alegerea de ordin politic reprezintă centrul și esența politicii publice, iar identificarea alternativelor este considerată ca fiind cea mai importantă etapă a procesului de formulare a politicilor publice.

Abordarea pe care o vom utiliza are la bază următoarele tipuri de alternative:

1. Nici o schimbare a situației actuale, adică menținerea unui status quo – opțiunea de a nu face nimic. Astfel vom arăta care sunt efectele pe termen mediu și lung dacă nu se intervine. Alternativa de a nu face nimic este punctul de referință pentru compararea tuturor celorlalte alternative, fiind denumită și **scenariul de inerție**, deoarece situația se poate schimba pe termen lung chiar dacă nu se identifică nici o soluție pentru problemă. Punctajul de evaluare a opțiunilor identificate va fi raportat la situația actuală.
2. Îmbunătățirea situației actuale prin dezvoltarea, modificare și perfecționarea actualelor mecanisme de încurajare a actelor de sponsorizare și donație;
3. Propunerea unor noi componente ale sistemului și integrarea acestora în sistemul curent păstrând mecanismele fiscale de deducere deja utilizate și implementate;
4. Pentru a oferi o imagine completă a practicilor din alte țări vom prezenta pe scurt modele noi care sunt implementate în Europa. Considerăm că mecanismele actuale de încurajare a sponsorizărilor și donațiilor au un potențial semnificativ de creștere și nu vom propune crearea unui nou sistem de facilități.

OPTIUNEA 1. Scenariul de inerție. În această situație se vor menține cele 2 mecanisme aflate în prezent prin care contribuabilii direcționează către organizațiile neguvernamentale 2% din impozitul datorat precum și deducerea a 5% din baza impozabilă pentru veniturile din activitățile independente.

În analiza financiară a modelului actual putem să prezentăm evoluția donațiilor, sponsorizărilor și a contribuțiilor în ultimii ani, inclusiv cele primite prin mecanismul 2%.



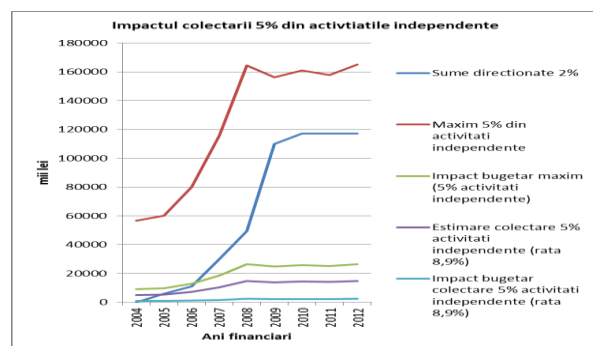
Din analiza datelor prezentate în acest raport și în diferite studii de cercetare reiese că veniturile din

dozații, sponsorizări și contribuții au o valoare de 442 mil Euro. Conform Atlasului de economie socială, în anul 2007 sumele au fost: donații - 194 mil Euro, sponsorizări - 128 mil Euro și cotizații - 122 mil Euro, calculate la cursul mediu BNR din anul 2007.

Începând cu anul 2008, nu se mai pot analiza sumele defalcate pe cele 3 categorii de venituri deoarece structura bilanțului contabil nu mai permite urmărirea acestora. Sumele colectate prin mecanismul 2% sunt în continuare evidențiate în analiza noastră deoarece aceste date sunt furnizate în fiecare an de Ministerul Finanțelor și se regăsesc și în bugetul de stat.

Menținerea mecanismelor actuale de deducere a sponsorizărilor prin mecanismul 2% ar atrage în continuare aproximativ 117 mil lei (sumă identică cu cea colectată în anul 2010). Întrucât acest mecanism este bazat pe credit fiscal, întreaga sumă este suportată de bugetul de stat.

Pentru analiza potențialului colectat din venituri din activități independente am luat în considerare 5% din totalul veniturilor din activități independente pentru anul 2012 (165 mil lei) și am aplicat procentul de 8,9% reprezentând gradul de direcționare conform raportului ARC. Astfel rezultă o sumă de **14,7 mil lei direcționată către organizațiile neguvernamentale, din care 2,3 mil lei ar fi suportată din bugetul de stat.**



OPTIUNEA 2. Extinderea aplicării mecanismului de deducere limitată a bazei impozabile cu până la 5% și la alte categorii de venituri. Propunerea de politică publică vizează deducerea sponsorizărilor în limita a 5% din baza impozabila dar nu mai mult de 6000 lei anual pentru contribuabilii care obțin venituri din **salarii, dividende și cedarea folosinței bunurilor (închirieri)**. Având în vedere cele 3 categorii de venituri și ponderea acestora în totalul veniturilor contribuabililor persoane fizice putem considera această propunere de reglementare ca 3 opțiuni distincte care pot fi propuse spre dezbateră. Propunerea vizează și menținerea prevederii 2%.

Această opțiune va permite stimularea contribuabilului persoană fizică de a contribui direct la realizarea unui bun sau serviciu public. O astfel de intervenție directă va fi complementară actualei posibilități de influențare a destinației sumelor ce rezulta din mecanismul 2%, unde contribuabilul asistă practic statul în administrarea fondurilor publice. Astfel, propunerea vizează și menținerea prevederii 2%.

Această propunere extinde prevederea care se regăsește în Codul fiscal și care reglementează deductibilitatea a 5% din baza impozabilă pentru acei contribuabili care realizează activități independente și care conduc contabilitatea în partidă simplă (Art. 48, alin.5 lit.a din Codul Fiscal).

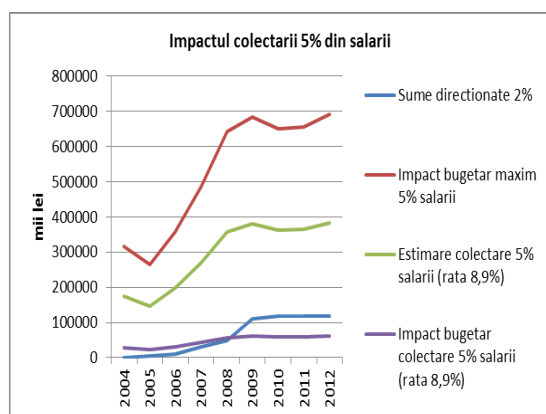
Prevederea referitoare la deducerea sponsorizării din baza impozabilă poate fi aplicabilă doar acelor situații în care contribuabilul își depune declarația de venit sau organizează contabilitatea în partidă simplă. De asemenea, în cazul veniturilor din dividende societatea poate efectua plata sponsorizării și recalcularea impozitului datorat.

Deducerea bazei impozabile cu suma aferentă sponsorizării reprezintă un mecanism care se întâlnește în țări precum Italia, Olanda, Cehia sau Polonia și are la bază împărțirea efortului financiar între donator și statul care oferă facilitatea fiscală. Acest sistem a fost aplicabil în România până în anul 2004 când a intrat în vigoare Codul Fiscal, moment în care s-a trecut la principiul creditului fiscal prin care întreaga sponsorizare este dedusă din impozitul datorat.

Această opțiune trebuie analizată din perspectiva impactului asupra bugetului de stat (valoarea facilităților fiscale și suma colectată) și a potențialului direcționat către organizațiile neguvernamentale.

Indicatorii care sunt luați în considerare sunt: venitul din salarii, dividende și închiriere (bugetul de stat) numărul de contribuabili (statistica MF), donația medie și intenția de direcționare (informație ARC)

Suma colectată pentru deducerile din salarii



Din analiza veniturilor din salarii rezultă că acestea reprezintă cea mai semnificativă sursă de colectare (86.311 mil lei aferent anului 2012). În graficul alăturat prezentăm impactul maxim bugetar al aplicării acestei măsuri la toate veniturile din salarii (700 mil lei). Având în vedere ca ponderea cetățenilor care donează unei organizații neguvernamentale este estimat la 8,9%, **sumele colectate prin acest mecanism ar fi de 384 mil lei. În această ipoteză, efortul bugetar ar fi de 61 mil lei, la jumătate din sumele suportate de la bugetul de stat pentru mecanismul 2%.**

Suma colectată pentru deducerile din dividende și cedarea folosinței bunurilor

Veniturile totale prognozate pe 2011 ale contribuabililor persoane fizice obținute din dividende și din cedarea folosinței bunurilor sunt în sumă de 12.602 mil lei. Aplicând același calcul de mai sus ar rezulta o

sumă estimată colectată de 56 mil lei. Pentru această sumă, investiția suportată de la bugetul de stat ar fi de aproximativ 9 mil lei.

OPTIUNEA 3. Deducerea salarială a sponsorizărilor efectuate de salariat în baza unui contract de sponsorizare încheiat pe o perioadă mai lungă de timp între angajat, organizația beneficiară și angajator. Acest contract trebuie să fie încheiat pentru o durată de cel puțin 1 an și cu plata unor tranșe lunare de minim 25 lei. Acest tip de contract cuprinde și obligații ale angajatorului care în numele și pe seama angajatului va direcționa sumele sponsorizate și va calcula impozitul datorat de angajator.

Acest contract se poate extinde cuprinzând de asemenea și sponsorizarea din partea angajatorului care poate deduce conform Codului fiscal sumele sponsorizate.

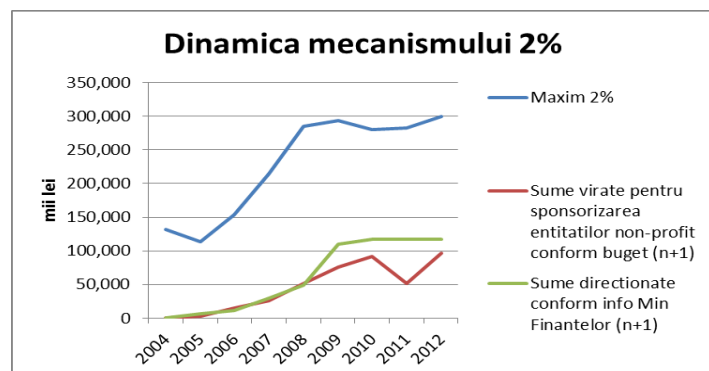
Acest tip de contract s-ar putea încheia doar dacă atât angajatul cât și angajatorul ar fi de acord să își asume obligații într-un contract cu o organizație neguvernamentală. În acest mecanism efortul administrativ ar trebui suportat de angajator. Pentru a identifica potențialul de donații salariale vom lua în calcul media de 5 Euro (25 lei) aplicabilă categoriei de populație care obține venituri peste 5.000 lei, acesta fiind profilul angajaților din multinaționale și care sunt cei mai predispuși pentru a intra în programe de donații colective corporatiste. Conform datelor furnizate de Institutul Național de Statistică, aproximativ 100.000 de salariați obțin venituri peste această sumă. Din aceste calcule reiese că **disponibilul pentru astfel de donații ar fi aproximativ 24 mil lei**. Aceste sume sunt incluse în calculul deja estimat la opțiunea 2 aferent sumelor colectate din salarii.

OPTIUNEA 4. Extinderea mecanismului actual 2%. Această opțiune reprezintă statusquo-ul modificat și presupune majorarea procentului de 2% de direcționare către organizațiile neguvernamentale. Acest mecanism și-a demonstrat eficiența în ultimii ani și reprezintă unul dintre cele mai facile instrumente de colectare de resurse financiare de organizațiile mici sau de cele care reușesc să promoveze un proiect sau să aibă o acoperire publică mare.

Opțiunea principală constă în promovarea în 2 etape a acestei extinderi astfel.

Etapa 1 – creșterea procentului de direcționare de la 2% la 3% pentru perioada 2015 – 2018 și

Etapa 2 – creșterea procentului de direcționare la 4% după anul 2018



Conform ultimelor date furnizate de ANAF, în anul 2010 peste 1,5 milioane de contribuabili au direcționat o sumă egală cu 117 mil lei. Din datele de execuție bugetară parțială pentru anul 2011, menționează direcționarea către

organizațiile neguvernamentale a unei sume de 51 mil lei și o prognoză pentru anul 2012 de 96 mil lei.

Având în vedere că sumele prezentate sunt sume efectiv direcționate precum și faptul că donatorii au avut un comportament de direcționare pe un trend ascendent în ultimii ani putem anticipa o creștere de aproximativ **100 mil lei aferent dublării mecanismului 2%**.

OPTIUNEA 5. Stimularea donațiilor și a sponsorizărilor prin acte între vii sau pentru cauză de moarte acordate organizațiilor neguvernamentale. Această măsură are un caracter nou și reprezintă o propunere menită a determina persoanele cu venituri mari și foarte mari să direcționeze către o organizație neguvernamentală.

Este foarte greu a estima impactul financiar asupra bugetului și potențialul de dezvoltare a unei astfel de facilități dar din estimările și cercetările preliminare efectuate în anul 2012 de către Asociația pentru Relații Comunitare ar **exista un potențial de colectare de 80-100 mil lei. Având în vedere propunerea ca donatorul să beneficieze de deducerea dublului sumei donate, eforul bugetului ar fi de maxim 32 mil lei.**

OPTIUNEA 6. Promovarea unor măsuri de eficientizare și creștere a transparenței mecanismului de direcționare de contribuabili persoane fizice a 2% din impozitul datorat către o organizație neguvernamentală. Propunerea vizează modificarea Codului Fiscal prin introducerea obligației Ministerului Finanțelor de a publica lista beneficiarilor care au primit într-un an financiar prin intermediul mecanismului 2% sume peste 5000 Euro echivalent. De asemenea, se instituie în sarcina organizațiilor neguvernamentale care au obținut sume mai mari de a prezenta un raport financiar privind utilizarea acestora.

Această prevedere va completa dispozițiile Art. 84 se completează cu noi alineate în sensul:

Art. 84 [...]

(4.1.) Agenția Națională de Administrare Fiscală va publica în Monitorul Oficial partea a IV-a până cel târziu la data de 31 decembrie a anului fiscal lista cu entitățile nonprofit și unitățile de cult care au primit mai mult de 20.000 lei sume direcționate conform alin.2

(4.2.) Entitățile nonprofit și unitățile de cult care au primit mai mult de 400.000 lei într-un an financiar sume direcționate conform alin.2 au obligația întocmirii și publicării pe pagina proprie de internet a unui raport financiar privind utilizarea acestor sume.

(4.3.) Informațiile prevăzute la alin. 4.1 și alin.4.2 se supun regimului informațiilor de interes public.

Aceste măsuri de politică publică au menirea de a eficientiza utilizarea banilor colectați prin mecanismul de direcționare 2% și nu de a atrage mai multe fonduri. Totuși având în vedere că eligibile pentru a primi sponsorizări prin acest mecanism sunt pe lângă organizațiile neguvernamentale și sindicatele și partidele

politice, prin transparentizarea alocării și utilizării sumelor primite este posibil ca o parte din contribuabili să direcționeze cu precădere către organizațiile neguvernamentale.

OPȚIUNEA 7. Majorarea limitei referitoare la deducerile sponsorizărilor efectuate de „companii.

Analizând și mecanismele de deducere a sponsorizărilor efectuate de companii reiese o măsură necesară de a majora limita de deducere de la 0,3% din cifra de afaceri la 0,6%.

Propunerea de politică publică

Analiza legislației din câteva din țări precum Italia, Polonia, Olanda, Marea Britanie, Cehia sau Germania ne arată că statul acordă o importanță deosebită facilităților fiscale pentru donațiile acordate către organizațiile neguvernamentale. Această practică încurajează intervenția sectorului privat în furnizarea unor servicii de interes public.

De asemenea, în multe țări se întâlnește atât mecanismul de deducere din baza impozabilă (cu limite de regulă la plafonul de 10%) cât și direcționarea unui procent din impozitul datorat (mecanismul procentual 1-2%).

Analiza opțiunilor de politică publică ne arată că cel mai adecvat mecanism atât pentru efortul bugetar cât și pentru quantumul sumelor direcționate către organizații îl reprezintă deducerea sponsorizărilor din veniturile obținute din salarii, dividende și venituri din cedarea folosinței bunurilor în completarea mecanismelor actuale. În situația în care deducerile din salarii sunt periodice și operate de către angajator putem vorbi de o disponibilitate imediată a acestor sume atât pentru donator cât și pentru organizația beneficiară deoarece direcționarea sumelor se face lunar.

Propunerea noastră este de a **introduce un pachet de facilități fiscale care vizează extinderea bazei impozabile din care contribuabilii și companiile pot deduce sponsorizările precum și introducerea unor facilități pentru donațiile mari.** Astfel, pachetul de propuneri vizează:

1. Extinderea bazei impozabile din care contribuabilii pot deduce sponsorizările efectuate către organizațiile neguvernamentale. Deducerea sponsorizării din veniturile din activități independente va fi completată și cu deducerile din veniturile din salarii, dividende de cedarea folosinței bunurilor.

Cele 2 mecanisme propuse a fi introduse vizează:

- a) Deducerile periodice din salarii operate de către angajator și efectuate în baza unui contract încheiat pe o perioadă de cel puțin 1 an.
- b) Deducerile anuale din veniturile obținute din salarii, dividende și cedarea folosinței bunurilor.

2. Stimularea donațiilor mari de peste 100 de salarii minime pe economie prin deducerea în limita a 10% din baza impozabilă a sumei donate.
3. Pentru sponsorizările efectuate de către companii, propunerea noastră vizează creșterea limitei de deducere de la 0,3% la 0,6% din cifra de afaceri.

DETALIEREA PROPUNERII 1 - Extinderea bazei impozabile din care contribuabilii pot deduce sponsorizările efectuate către organizațiile neguvernamentale

Această propunere vizează două mecanisme de deducere: lunară în cazurile deducerilor salariale și anuală odată cu depunerea declarației de venituri.

Deducerea sponsorizărilor se poate solicita (administrației financiare sau angajatorului) dacă acestea au o valoare mai mare de 25 lei pentru deducerile salariale și cel puțin 100 lei pentru deducerea pe baza declarației de venituri și până la plafonul maxim de 6000 lei, dar nu mai mult de 5% din baza impozabilă.

În cazul deducerilor salariale, contribuabilul poate deduce sumele acordate odată cu plata salariilor în baza unui contract tripartit companie – organizație – angajat. Contractul trebuie să fie încheiat pentru o durată de cel puțin 12 luni și cu plata unor tranșe lunare de minim 25 lei. Acest tip de contract trebuie să conțină și obligații ale angajatorului care se angajează ca în numele și pe seama angajatului să direcționeze sumele sponsorizate și să recalculeze impozitul datorat de către angajat. Angajatorul în baza contractului semnat va reține din veniturile angajatului suma lunară și o va transmite organizației beneficiare.

Acest contract se poate extinde cuprinzând de asemenea și sponsorizarea din partea angajatorului care poate deduce conform Codului fiscal sumele sponsorizate. Printr-un astfel de mecanism se stimulează și comportamentul filantropic al companiilor.

În situația deducerii anuale odată cu depunerea declarației de venit, contribuabilul poate solicita și deducerea cheltuielilor efectuate cu sponsorizarea unei organizații neguvernamentale. În acest sens contribuabilul va depune copii după documentele justificative de plată, respectiv: ordin de plată sau chitanțe de încasare. Contribuabilul poate solicita deducerea sponsorizărilor efectuate peste valoarea de 100 lei, dar nu mai mult de 6000 lei.

Pentru deducere din veniturile din dividende, societatea plătitoare de dividende în cazul veniturilor obținute din dividende va recalcula impozitului datorat se face de către societatea comercială pe baza prezentării documentelor justificative de plată, respectiv: ordin de plată sau chitanțe de încasare. Contribuabilul poate de asemenea opta pentru plata de către societate a valorii sponsorizării odată cu transferul dividendelor.



Pentru deducere din venituri obținute din cedarea folosinței bunurilor, contribuabilul poate opta pentru deducerea sponsorizărilor din veniturile obținute din cedarea folosinței bunurilor efectuate prin înregistrarea acestor cheltuieli ca sume deductibile în contabilitatea primară.

DETALIEREA PROPUNERII 2 - Stimularea donațiilor mari prin majorarea plafonului de deducere pana la 10% din baza impozabilă.

Contribuabilii persoane fizice care obțin venituri din activități independente, din dividende, din transferul titlurilor de valoare și din operațiuni de vânzare-cumpărare de valuta la termen și care realizează sponsorizări cu cel puțin echivalentul a 100 de salarii minime pe economie către o organizație neguvernamentală pot deduce sponsorizarea în limita a 10% din baza impozabilă.

Dacă obiectul donației este un imobil persoana fizică ce realizează donația (în acest caz fiind nevoie de act autentic) beneficiază și de scutirea impozitului pe transferul dreptului de proprietate și al dezmembrămintelor acestuia prevăzut de Art.77.1 din Codul Fiscal.

Contractul de sponsorizare sau după caz donație va menționa modalitate de utilizare a sumei precum și mecanismul prin care sponsorul poate urmări utilizarea sumelor acordate.

DETALIEREA PROPUNERII 3 - Creșterea limitei de deducere de la 0,3% la 0,6% din cifra de afaceri pentru companiile care acordă sponsorizări către orgnaizațiile neguvernamentale.

Limitarea la 0,3% restrânge pe deoparte numărul de potențiale companii dar și împiedică companiile mici și mijlocii să dezvolte programe sau proiecte în acest domeniu. Pentru a putea deduce o sponsorizare de 1000 de euro, cifra de afaceri a unei companii ar trebui să fie de peste 300.000 euro iar impozitul pe profitul mai mare de 5000 euro, ceea ce restrânge foarte mult numărul companiilor eligibile a deduce astfel de contracte.

Majorarea plafonului la 0,6% ar crește în primul rând numărul de potențiale companii interesate în a sprijini activitatea organizațiilor neguvernamentale.