

DAROWIZNY W PIT-37 oraz PIT-36

Darowiznę możesz przekazać min. na rzecz:

- organizacji pozarządowych (np. fundacji i stowarzyszeń), które nie są jednostkami sektora finansów publicznych i nie działają w celu osiągnięcia zysku.

Organizacja pozarządowa, której darczyńca chce przekazać pieniądze, nie musi mieć statusu OPP.

Zgodnie z art. 26 ust. 1. pkt 9. ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych, odliczeniu podlegają darowizny przekazywane na organizacje pozarządowe (w tym stowarzyszenia), niemające statusu OPP, pod warunkiem, że darowizna jest przekazana na cele pożytku publicznego (a organizacja statutowo te cele realizuje).

Odliczysz kwotę faktycznie przekazanej darowizny, nie więcej jednak niż 6% twojego dochodu/przychodu.

Wysokość darowizny udokumentujesz:

- dowodem wpłaty na rachunek płatniczy obdarowanego lub jego rachunek w banku inny niż rachunek płatniczy – w przypadku darowizny pieniężnej,

DAROWIZNY W PIT-36L

Przy tym sposobie nie jest możliwe dokonanie odliczeń od dochodu z tyt. darowizny na stowarzyszenie.

DAROWIZNY W CIT:

Odlicza się wartość faktycznie przekazanej darowizny, nie więcej jednak niż 10% dochodu (przychodu).

Darowiznę można odliczyć od podstawy opodatkowania, jeśli jej cel jest zgodny z zakresem celów wymienionych w art. 4 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, lub dotyczy kultu religijnego.

Kto może otrzymać darowiznę:

organizacja pozarządowa, która nie należy do sektora Finansów publicznych i nie działa w celu osiągnięcia zysku oraz prowadzi działalność pożytku publicznego we wspieranej sferze lub stowarzyszenie jednostek samorządu terytorialnego.

Nie ma wymogu posiadania przez wspieraną organizację statusu organizacji pożytku publicznego (OPP).

DAROWIZNA W CIT ESTOŃSKIM

W ramach zasad ogólnych podatku CIT te są wyłączone z kosztów uzyskania przychodów (z drobnymi wyjątkami dotyczącymi wpłat na rzecz Polskiej Organizacji Turystycznej (art. 16 ust. 1 pkt 14 ustawy o CIT). W przypadku zasad ogólnych podatku CIT nawet powoływanie się na politykę CSR spółki (społeczna odpowiedzialność biznesu) nie przekonuje Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej.

Inaczej jest w przypadku estońskiego CIT. Tu Dyrektor Krajowej Informacji Skarbowej, który w modelu estońskim nie jest związany ograniczeniami z katalogu art. 16 ustawy o CIT (wydatki niezwiązane z działalnością gospodarczą), wydaje interpretacje korzystne dla podatników.

Obecna praktyka interpretacyjna jest przychylna spółkom opodatkowanym ryczałtem. Dowodzi tego także najnowsza interpretacja podatkowa.

W rozstrzygnięciu z dnia 27 lutego 2025 r., nr 0111-KDIB1-1.4010.16.2025.2.BS, potwierdzono, że przekazywanie darowizn pieniężnych na różne zbiórki charytatywne może budować wizerunek spółki, ponieważ spółka zawsze widnieje na liście darczyńców.

W omawianym przypadku każda z dokonywanych darowizn przekazywana jest na cele charytatywne, zazwyczaj związane z aktualnymi wydarzeniami o skali ogólnokrajowej lub międzynarodowej. Beneficjentami darowizn są zawsze podmioty niepowiązane ze spółką, a spółka o dokonaniu darowizny informuje w swoich mediach społecznościowych.

Spółka wskazała, że takie działania wpisują się w ramy strategii społecznej odpowiedzialności biznesu realizowanej przez Spółkę, w ramach której Spółka podejmuje działania w celu zapewnienia, że jej działalność jest zgodna z wartościami wyznawanymi przez nią i przez jej klientów i stara się utrzymywać ze

swoimi użytkownikami trwałe relacje oparte na zaufaniu i postrzeganiu jej jako podmiotu wspomagającego cenne inicjatywy, niebędącego jedynie firmą nastawioną na szybką maksymalizację zysku.

Dyrektor Krajowej Informacji Skarbowej potwierdził, że w takim przypadku dokonywane darowizny mają związek z prowadzoną przez spółkę działalnością gospodarczą.

Dodatkowo wyjaśniono, że społeczna odpowiedzialność biznesu to strategia zarządzania, zgodnie z którą przedsiębiorstwa w swoich działaniach dobrowolnie uwzględniają interesy społeczne, aspekty środowiskowe, czy relacje z różnymi grupami interesariuszy, w szczególności z pracownikami. Bycie społecznie odpowiedzialnym oznacza inwestowanie w zasoby ludzkie, w ochronę środowiska, relacje z otoczeniem firmy i informowanie o tych działaniach, co przyczynia się do wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstwa i kształtowania warunków dla zrównoważonego rozwoju społecznego i ekonomicznego.

Organ podatkowy zwrócił uwagę na aspekt świadomości działań podatnika oraz przyjętą przez niego strategię ich realizacji. CSR ma na celu budowanie pozytywnego odbioru danego podmiotu w społeczeństwie. Zaufanie konsumentów, obywateli ma w przyszłości przełożyć się na osiągnięcie celów finansowych, a więc powiększenie przychodów.

Wskazano, że realizacja celów CSR nie następuje zatem przez sam wydatek ale przez zbudowanie wizerunku podmiotu, który przełoży się na skutki finansowe. Świadome inwestowanie w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu wymaga informowania o tych działaniach. Takie działania powinny wynikać z wcześniejszej strategii i planu działania, na które podatnik może powołać się w przypadku wątpliwości klasyfikacji wydatku.

ULGA NA SPONSORING

PIT-36/PIT-36S, PIT-36L/PIT-36LS

Jeśli osiągasz dochody (przychody) z pozarolniczej działalności gospodarczej, z której dochody są opodatkowane na ogólnych zasadach według skali podatkowej (czyli wg stawki 12% lub 32%) lub podatkiem liniowym – możesz skorzystać z ulgi na sponsoring.

Ulga polega na odliczeniu od podstawy obliczenia podatku (podstawy opodatkowania) 50% kosztów uzyskania przychodów poniesionych na działalność min. sportową.

Kwota odliczenia nie może przekroczyć kwoty dochodu uzyskanego w roku podatkowym z pozarolniczej działalności gospodarczej.

Dzięki uldze rozliczysz w podatku dochodowym 150% poniesionych kosztów, czyli:

- 100% jako koszt uzyskania przychodów,
- 50% jako odliczenie w ramach ulgi.

Odliczysz koszty poniesione na finansowanie:

- klubu sportowego
- stypendium sportowego,
- imprezy sportowej niebędącej masową imprezą sportową, (o której mowa w art. 3 pkt 3 ustawy z dnia 20 marca 2009 r. o bezpieczeństwie imprez masowych);-do 500 osób w budynkach i obiektach sportowych.

ale tylko jeśli zawarta umowa posiada ekwiwalentne świadczenia wzajemne o charakterze reklamowym tzn.:

„Gdy umowa zawarta między stronami przewiduje, że w zamian za przekazanie określonych środków pieniężnych, wartości rzeczowych lub świadczeń, sponsor otrzyma od podmiotu sponsorowanego ekwiwalentne świadczenie wzajemne o charakterze reklamowym, można mówić o tzw. *sponsoringu* właściwym. Stanowi on w istocie odpłatne nabycie usług reklamowych. Koszty *sponsoringu* właściwego stanowią wówczas w całości koszty uzyskania przychodów sponsora. W przypadku gdy sponsor nie otrzymuje żadnego świadczenia wzajemnego od podmiotu sponsorowanego, poniesione przez niego wydatki mają charakter darowizny (tzw. *sponsoring* niewłaściwy).”

Wesprzyj nasze działania!

Jeśli ktoś chciałby wesprzeć stowarzyszenie rodziców z sekcji hokeja „Sport To My” to poniżej nasz numer konta bankowego:

09 1940 1076 3283 9342 0000 0000

Tytuł przelewu: darowizna na cele statutowe

Serdecznie dziękujemy !!!!