

19 noiembrie 2014

# Cum văd ONG-urile și IMM-urile legea sponsorizării?

O cercetare realizată de HOSPICE Casa Speranței și Al Treilea Sector, cu sprijinul EY România



**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**  
Al Treilea Sector





*Cercetarea Cum văd ONG-urile și IMM-urile legea sponsorizării analizează nivelul de notorietate în legătură cu prevederile acestei legi, dar și modul în care ele au fost utilizate în ultimele 12 luni de către ONG-urile și IMM-urile din România.*

Cercetarea are la bază două chestionare distincte aplicate acestor grupuri țintă în perioada **septembrie – noiembrie 2014** și analizează răspunsurile a **115 de reprezentanți de IMM-uri** și **97 de reprezentanți de ONG-uri** la cele două chestionare aplicate online. La realizarea chestionarelor a contribuit și un sociolog.

## Obiective

- ▶ Cât de cunoscută este legea sponsorizării?
- ▶ Care sunt tendințele în accesarea facilităților pe care le oferă?
- ▶ Care sunt domeniile către care se direcționează fonduri prin această facilitate?
- ▶ Care sunt aspectele care sunt identificate de IMM-uri ca factori ce nu fac posibilă utilizarea facilităților din legea sponsorizării?

## Abordare

- ▶ Analiza cantitativă și calitativă a răspunsurilor primite de la respondenți.
- ▶ Indicatori privind fenomenul CSR din România, așa cum au fost evidențiate de ediția 2014 a studiului realizat de EY România

*Notă: Cercetarea nu are reprezentativitate națională*



**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ



Al Treilea Sector



# Partea I – Cercetarea pentru IMM-uri și companii



**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**  
Al Treilea Sector



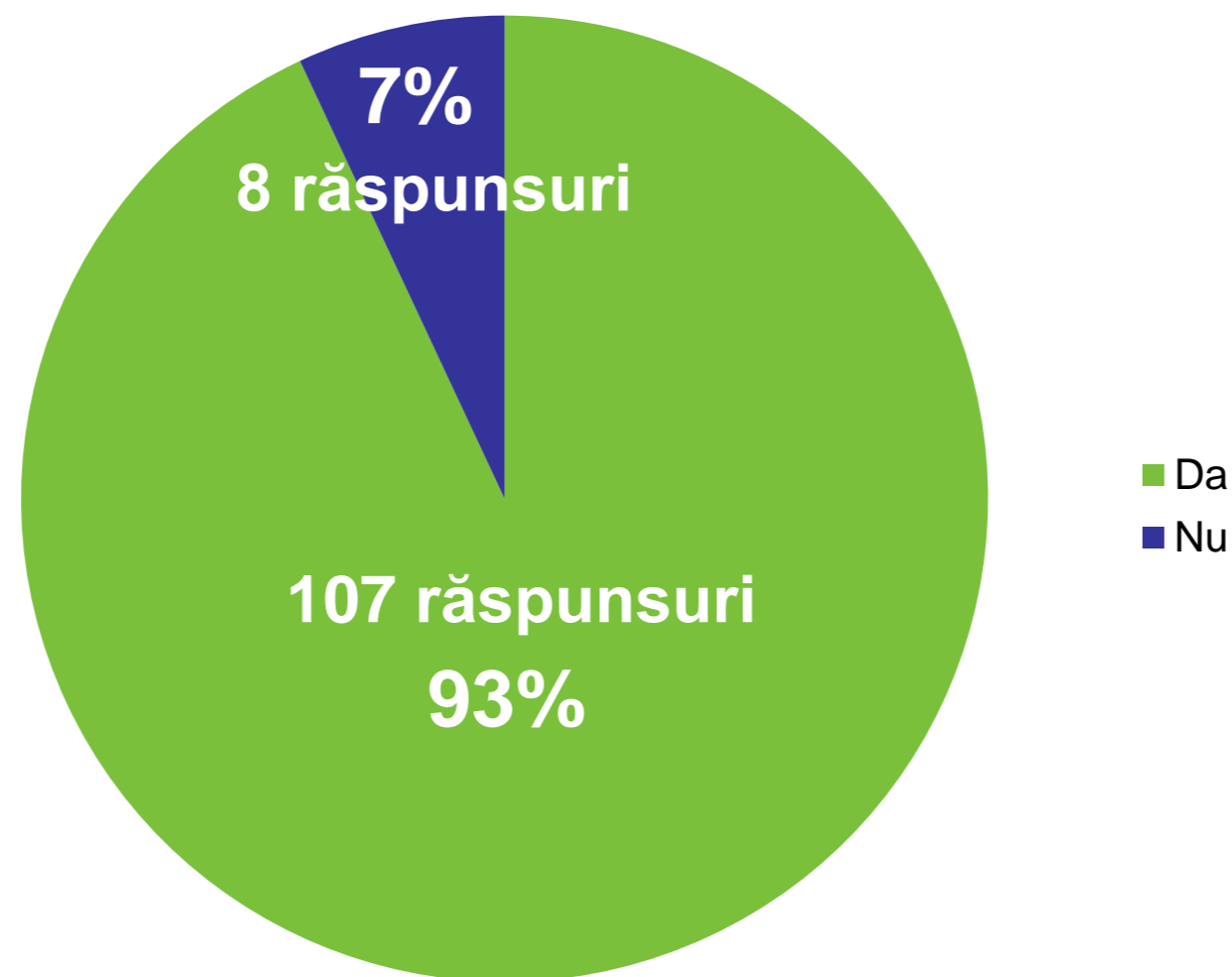


## Top 5 concluzii cercetare IMM-uri

- 1.** Există în Codul Fiscal din 2004, legea sponsorizării a 20% din impozitul pe profit este o facilitate fiscală cunoscută de majoritatea respondenților 93% față de doar 7% care spun că nu o cunosc.
- 2.** Cele mai multe companii (60%) spun că au aflat despre această facilitate fiscală de la departamentul financiar contabil al firmei sau firma de consultanță contabilă cu care lucrează, în timp ce 25% spun că au aflat din media și 15% de la un ONG.
- 3.** Cele mai multe dintre companii au direcționat fondurile către sănătate (29%), educație (27%), protecție socială (17%), sport (12%) în timp ce doar 6% pentru artă și 3% pentru mediu.
- 4.** Majoritatea companiilor (58%) susțin constant cel puțin o organizație neguvernamentală prin donații, voluntariat din partea angajaților și alte modalități de ajutor în timp ce 42% declară că nu fac în mod constant acest lucru.
- 5.** Din punctul de vedere al respondenților din IMM-uri, principalele motive pentru care companiile pe care le reprezintă nu au direcționat fondurile prin intermediul acestei facilități fiscale sunt: mecanismul este mult prea complicat (43%), nu au fost abordați de nici un ONG cu o solicitare de sponsorizare (30%) și, la egalitate, faptul că nu doresc să se implice în susținerea mediului neguvernamental (13%) sau nu cunosc nici un ONG pe care să-l susțină (13%).



# 1. Cunoașteți facilitatea fiscală prin care firmele/companiile pot să direcționeze până la 20% din impozitul pe profit către organizațiile neguvernamentale? (o singură variantă de răspuns)



Bază răspunsuri: 115  
Au omis întrebarea: 0

▶ Există în Codul Fiscal din 2004, legea sponsorizării a 20% din impozitul pe profit este o facilitate fiscală cunoscută de majoritatea respondenților 93% față de doar 7% care spun că nu o cunosc.



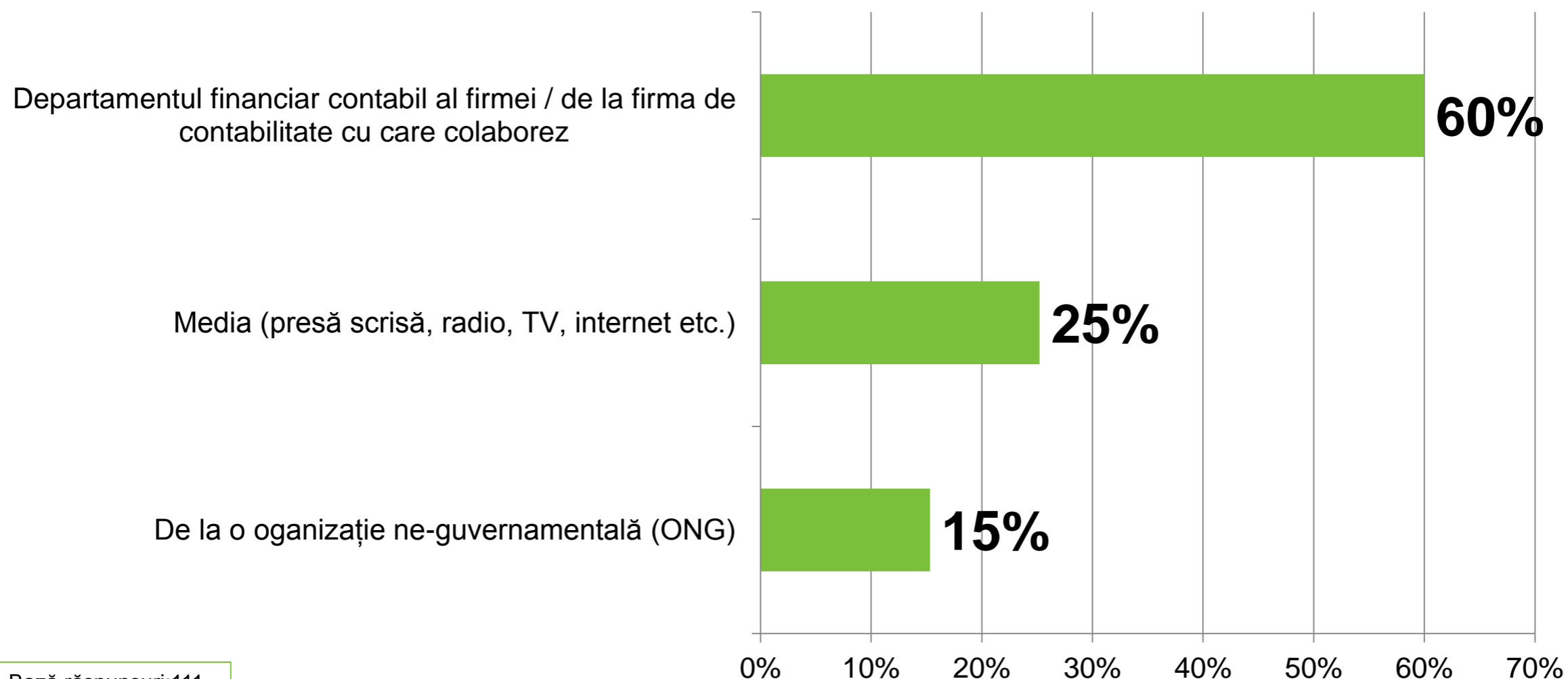
**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**  
Al Treilea Sector



## 2. Cum ați aflat de această facilitate fiscală?

(o singură variantă de răspuns)



Bază răspunsuri: 111  
Au omis întrebarea: 4



Cele mai multe companii (60%) spun că au aflat despre această facilitate fiscală de la departamentul financiar contabil al firmei sau firma de consultanță contabilă cu care lucrează, în timp ce 25% spun că au aflat din media și 15% de la un ONG.



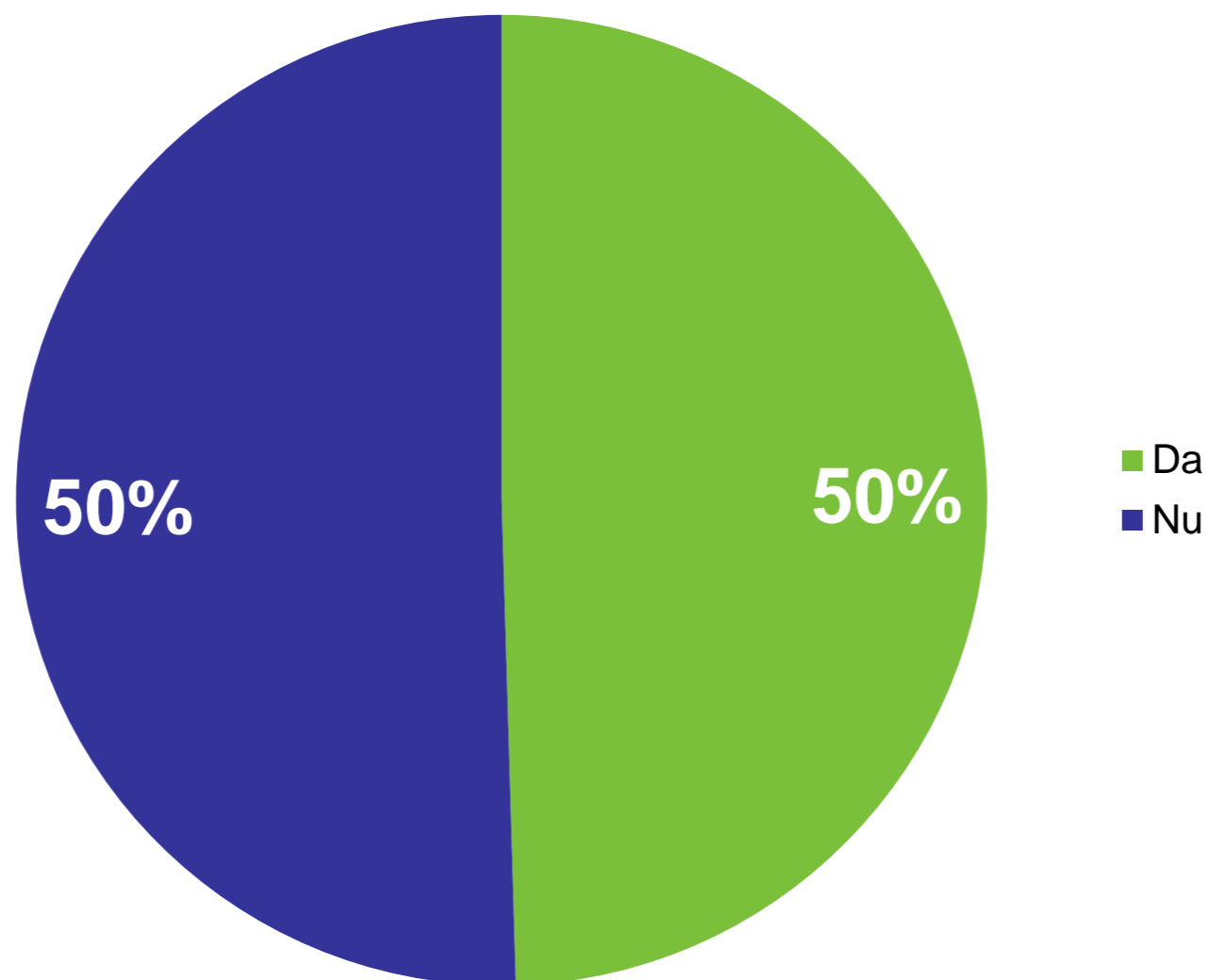
**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**  
Al Treilea Sector



### 3. Ați direcționat fonduri prin acest mecanism către sectorul neguvernamental (ONG) în anul fiscal 2013?

(o singură variantă de răspuns)



Bază răspunsuri: 106  
Au omis întrebarea: 9



În 2013, 50% dintre companiile respondete spun că au direcționat fonduri cu ajutorul acestui mecanism către sectorul neguvernamental, există un potențial de creștere deoarece 50% afirmă că nu au făcut acest lucru.



**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**  
Al Treilea Sector



## 4. Vă rugăm să precizați motivul pentru care ați direcționat? (un singur răspuns)



Un proiect interesant care avea nevoie de susținere

**CSR**

Utilizare eficientă a unei părți din impozit

Burse pentru școlari

**Ajutor**

Pentru că sunt organizații care au preluat rolul statului și trebuie susținute

Beneficiu fiscal și ajutor

Sprijinirea sportului

Sprijin pentru sănătate și educație

Bază răspunsuri: 32  
Au omis întrebarea: 83

Ne-am identificat cu cauza



Principalele motive ale celor care au direcționat fonduri prin acest mecanism sunt: ajutorul, derularea programelor de responsabilitate socială, burse pentru școlari, beneficiu fiscal, sprijinirea sportului, sprijin pentru sănătate și educație, utilizarea eficientă a unei părți din impozit.



**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**

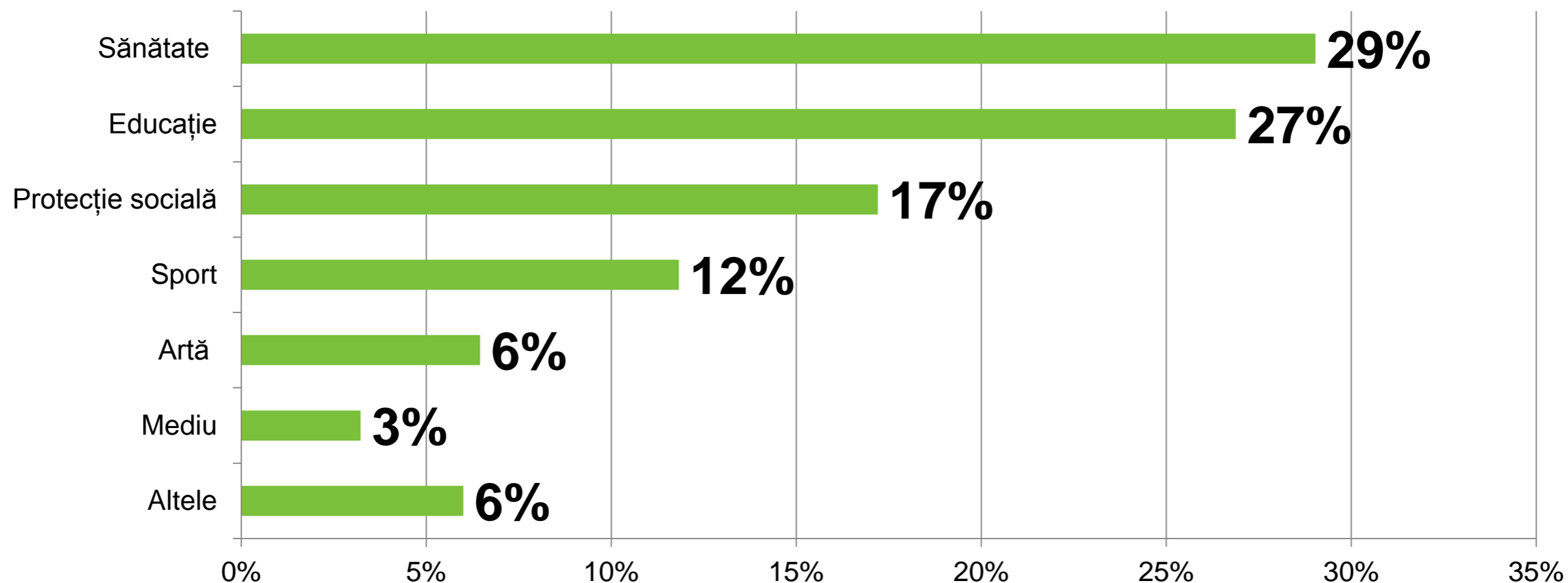
Al Treilea Sector





# 5. Către ce domeniu principal ați direcționat fondurile?

(o singură variantă de răspuns)



Bază răspunsuri: 93  
Au omis întrebarea: 22



Cele mai multe dintre companii au direcționat fondurile către sănătate (29%), educație (27%), protecție socială (17%), sport (12%) în timp ce doar 6% pentru artă și 3% pentru mediu.

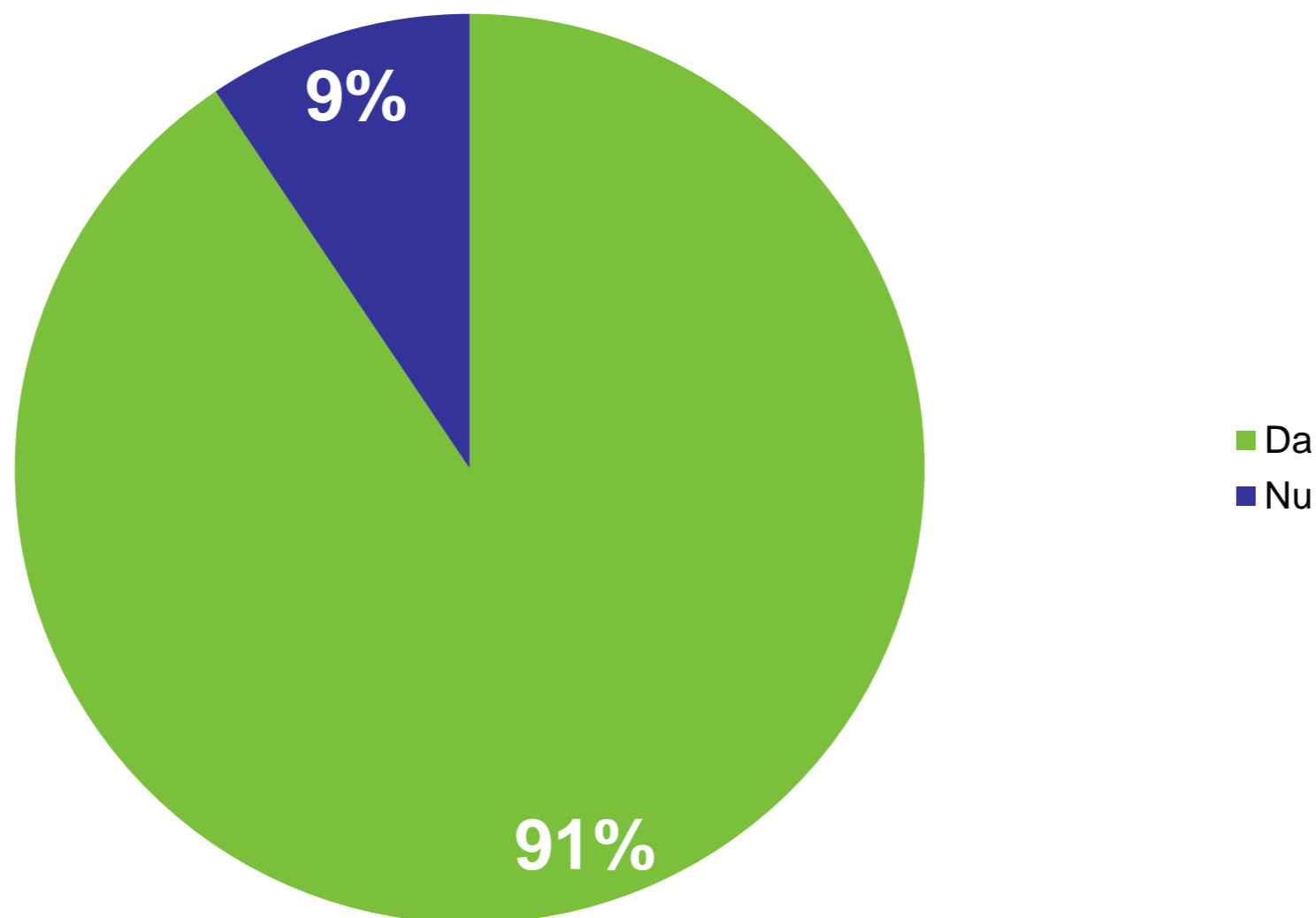


**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**  
Al Treilea Sector



## 6. Ați fost abordat până acum de organizații neguvernamentale care au solicitat să le susțineți prin acest mecanism fiscal? (o singură variantă de răspuns)



Bază răspunsuri: 53  
Au omis întrebarea: 62

▶ 91% dintre companii spun că au fost abordate până acum de organizații neguvernamentale care au solicitat susținere și doar 9% afirmă că nu li s-a solicitat susținerea din partea niciunui ONG prin acest mecanism fiscal.

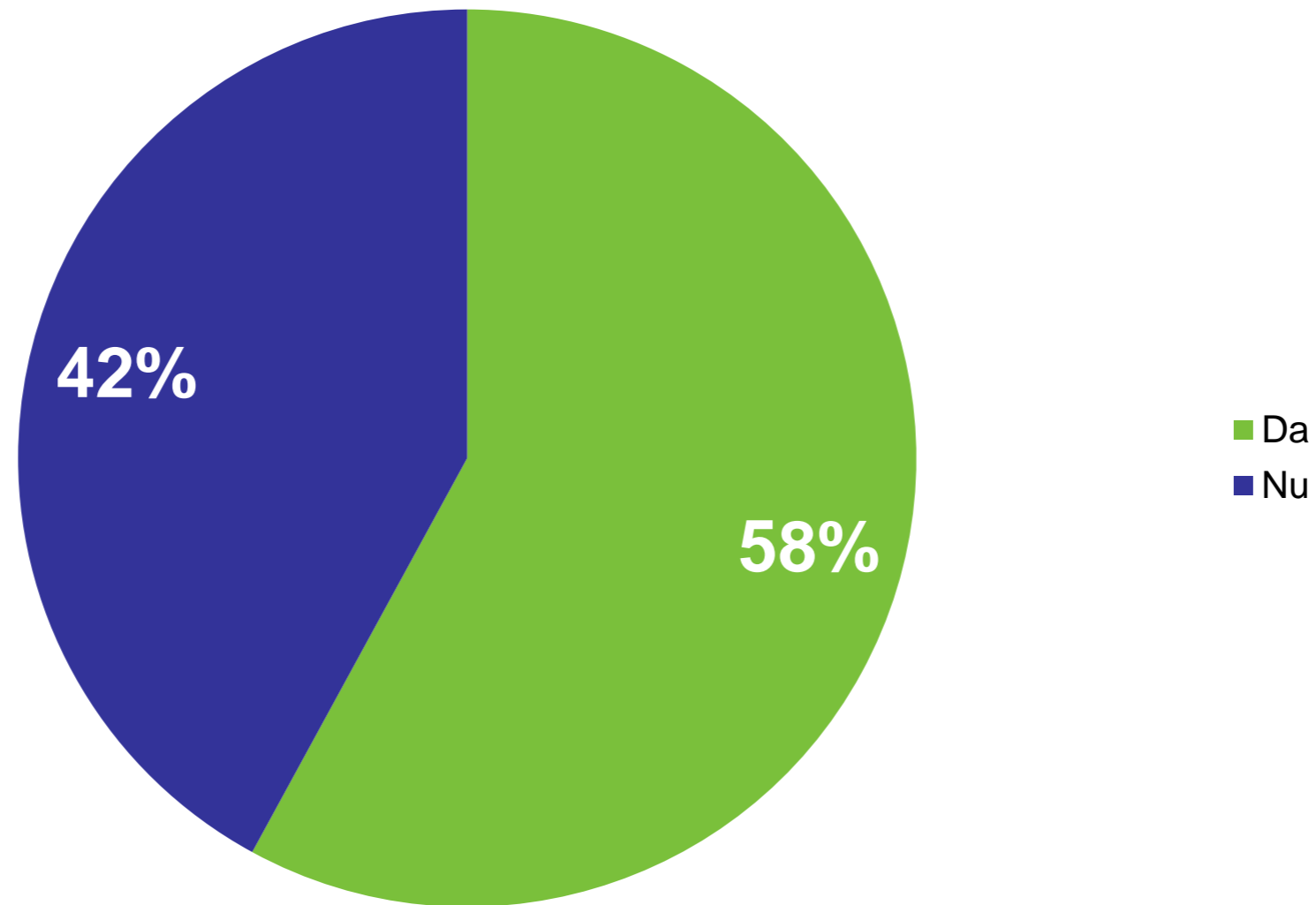


**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**  
Al Treilea Sector



## 7. Susțineți constant una sau mai multe organizații neguvernamentale (de exemplu prin donații din partea firmei, voluntariat din partea angajaților etc.)? (o singură variantă de răspuns)



Total răspunsuri: 107  
Au omis întrebarea: 8

Majoritatea companiilor (58%) susțin constant cel puțin o organizație neguvernamentală prin donații, voluntariat din partea angajaților și alte modalități de ajutor în timp ce 42% declară că nu fac în mod constant acest lucru.



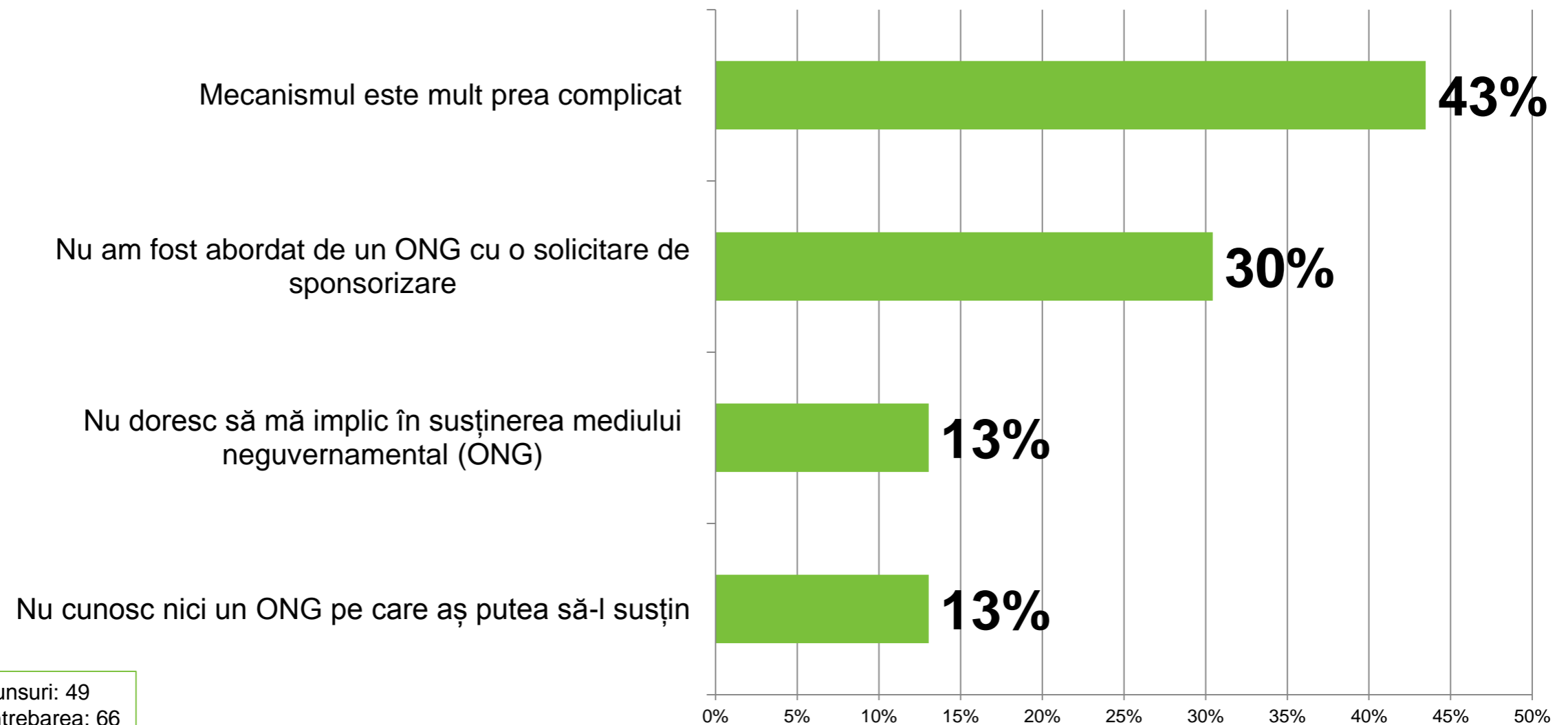
**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**  
Al Treilea Sector



## 8. Dacă nu ați direcționat, vă rugăm să precizați motivul:

(o singură variantă de răspuns)



Din punctul de vedere al respondenților din IMM-uri, principalele motive pentru care companiile pe care le reprezintă nu au direcționat fondurile prin intermediul acestei facilități fiscale sunt: mecanismul este mult prea complicat (43%), nu au fost abordați de niciun ONG cu o solicitare de sponsorizare (30%) și, la egalitate, faptul că nu doresc să se implice în susținerea mediului neguvernamental (13%) sau nu cunosc niciun ONG pe care să-l susțină (13%).



**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ



Al Treilea Sector



# Partea II – Cercetarea pentru ONG-uri



**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ



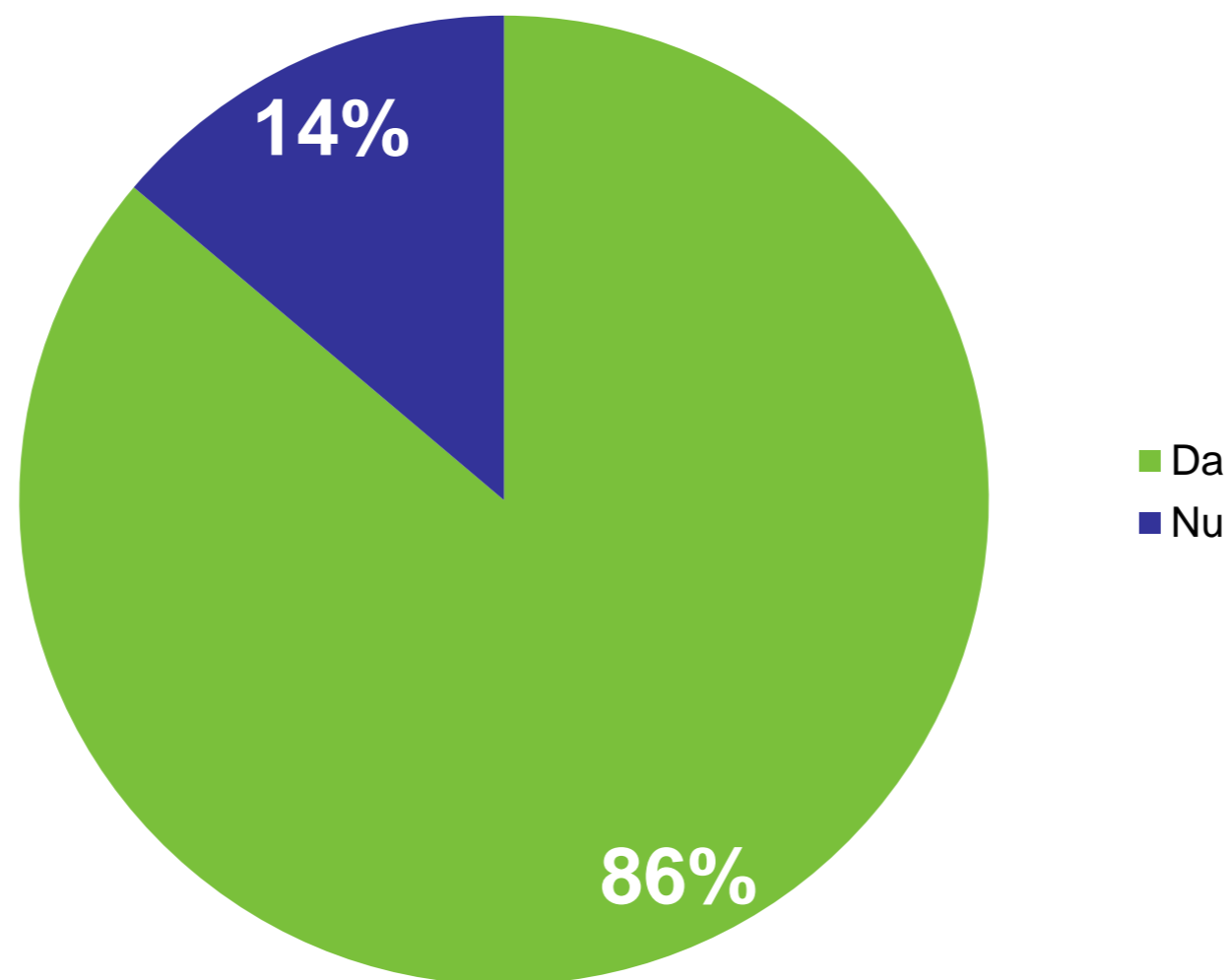


## Top 5 concluzii cercetare ONG-uri

- 1.** În 2013, 56% dintre ONG-uri au folosit facilitatea 20% ca să atragă fonduri, diferența însumată a răspunsurilor “nu” și “nu știu” de 44% oferind un spațiu de creștere semnificativ pentru ONG-urile care încă nu au folosit această facilitate.
- 2.** Majoritatea ONG-urilor respondente (84%) intenționează să folosească facilitatea 20% ca să atragă fonduri în 2014 și doar 12% spun că nu intenționează să facă acest lucru, 4% revenind celor indeciși.
- 3.** În ceea ce privește criteriile avute în vedere de către ONG-uri atunci când abordează o companie pentru a o convinge să redirecționeze fonduri prin facilitatea 20%, pe primul loc se află experiența de colaborare a acestora cu organizații neguvernamentale (28%), pe locul doi să fie dintr-un domeniu specific (16%) și pe locul trei să aibă ca grup țintă pentru produsele lor copiii, mamele și tinerii.
- 4.** Dintre metodele de strângere de fonduri folosite de ONG-uri, pe primul loc se află scrierea de proiecte pentru fonduri UE/alți finanțatori (36%), urmată de facilitatea 2% și fundraising 26%.
- 5.** Pe o scală de la 1 la 10, 67% dintre respondenții apreciază că facilitatea 20% este puțin și mediu cunoscută (calificative pe intervalul 1-5), în timp ce 33% dintre aceștia apreciază că această facilitate este foarte cunoscută (calificative pe intervalul 6-10).



# 1. Cunoașteți facilitatea fiscală prin care firmele/companiile pot să direcționeze până la 20% din impozitul pe profit către organizațiile neguvernamentale? (o singură variantă de răspuns)



Bază răspunsuri: 92  
Au omis întrebarea: 5

Spre deosebire de IMM-uri care cunosc această facilitate fiscală în proporție de 93% și doar 7% care nu o cunosc, ONG-urile cunosc această facilitate în proporție de 86%, în timp ce 14% nu o cunosc, ceea ce le plasează pe locul 2 după IMM-uri.

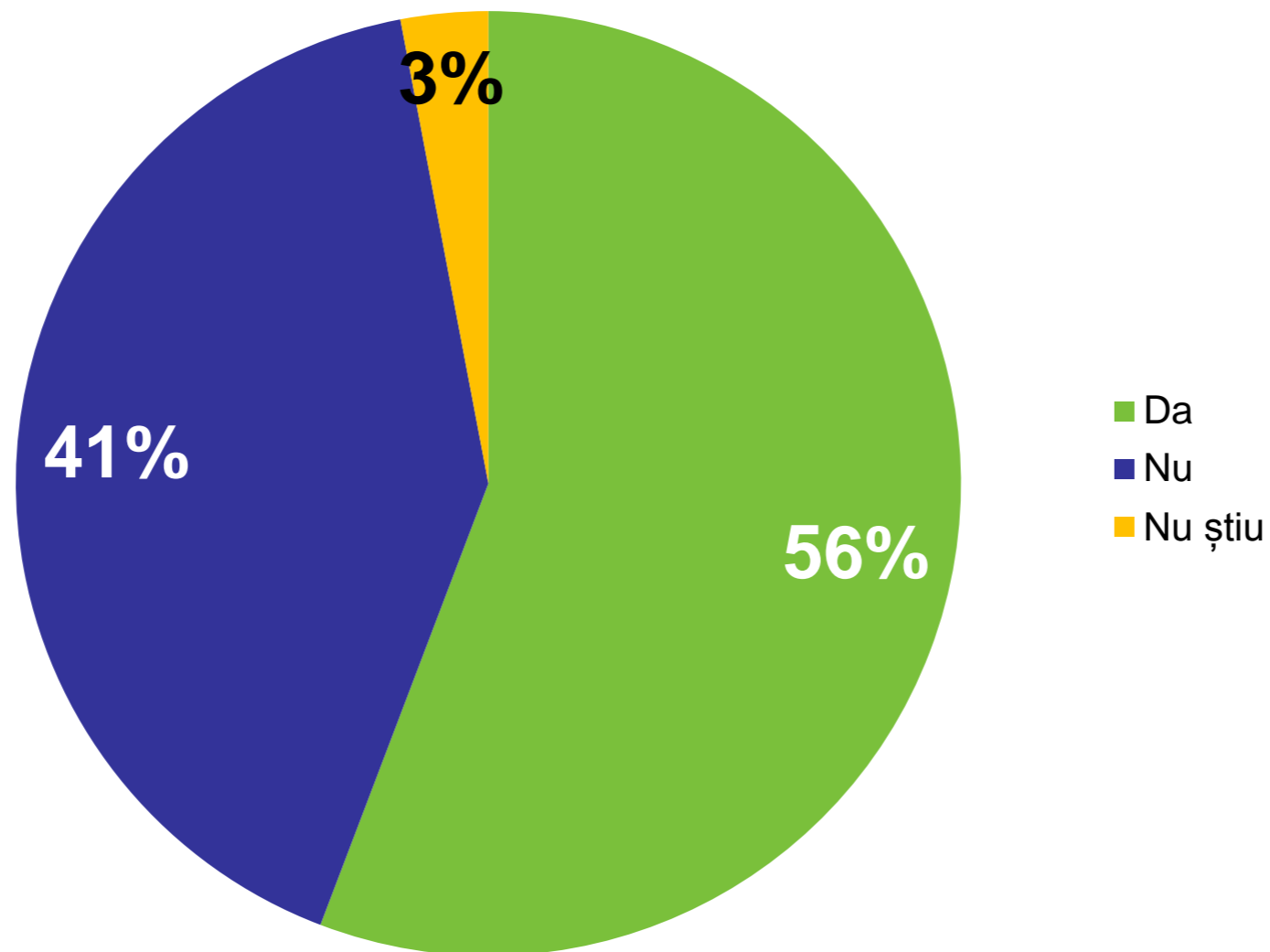


**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**  
Al Treilea Sector



## 2. Organizația dumneavoastră a folosit facilitatea 20% ca să atragă fonduri în 2013? (o singură variantă de răspuns)



Bază răspunsuri: 82  
Au omis întrebarea: 15

▶ În 2013, 56% dintre ONG-uri au folosit facilitatea 20% ca să atragă fonduri, diferența însumată a răspunsurilor “nu” și “nu știu” de 44% oferind un spațiu de creștere semnificativ pentru ONG-urile care încă nu au folosit această facilitate.



**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

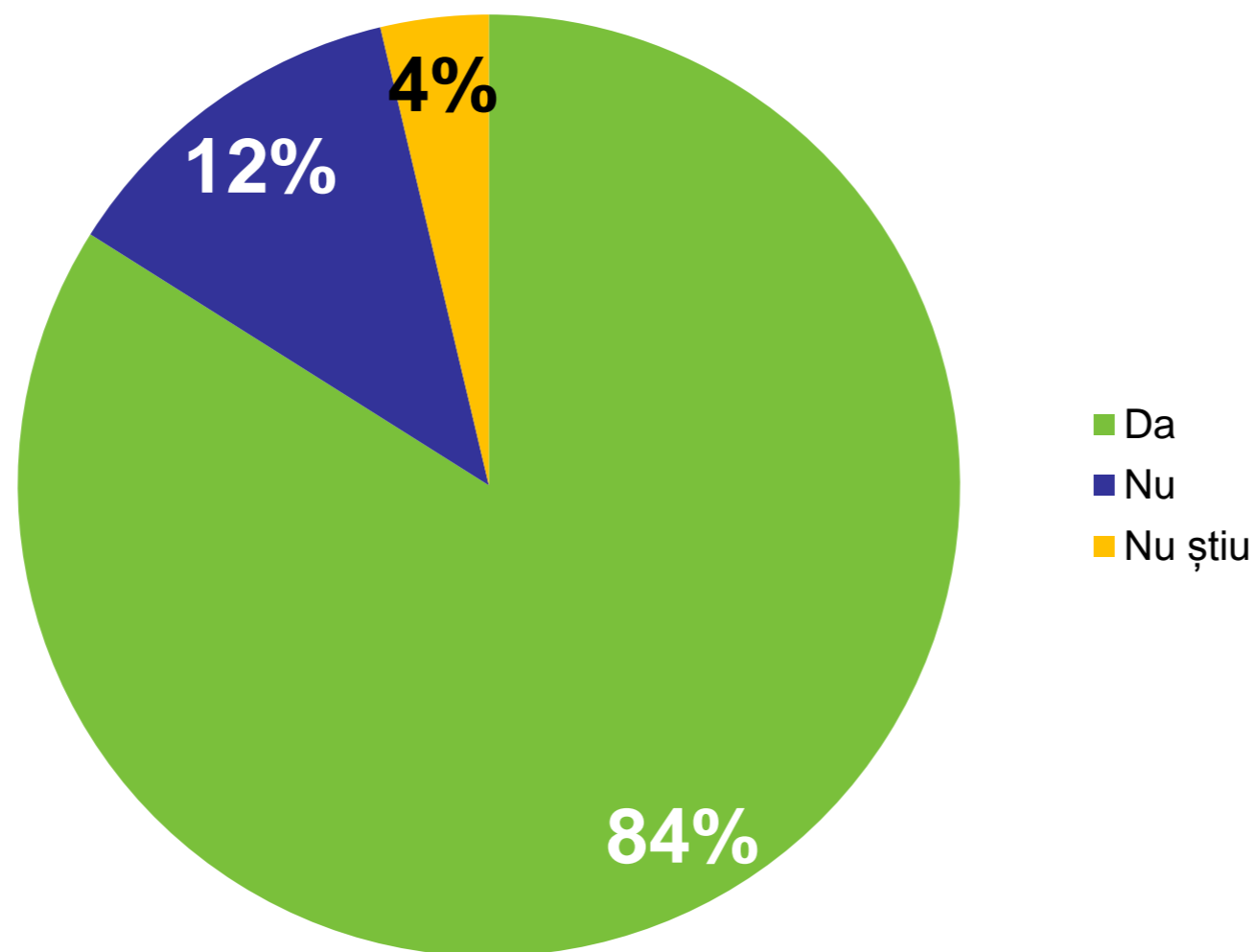
**3**  
Al Treilea Sector





### 3. Intenționează organizația din care faceți parte să folosească facilitatea 20% ca să atragă fonduri în 2014?

(o singură variantă de răspuns)



Bază răspunsuri: 81  
Au omis întrebarea: 16



Majoritatea ONG-urilor respondente (84%) intenționează să folosească facilitatea 20% ca să atragă fonduri în 2014 și doar 12% spun că nu intenționează să facă acest lucru, 4% revenind celor indeciși.

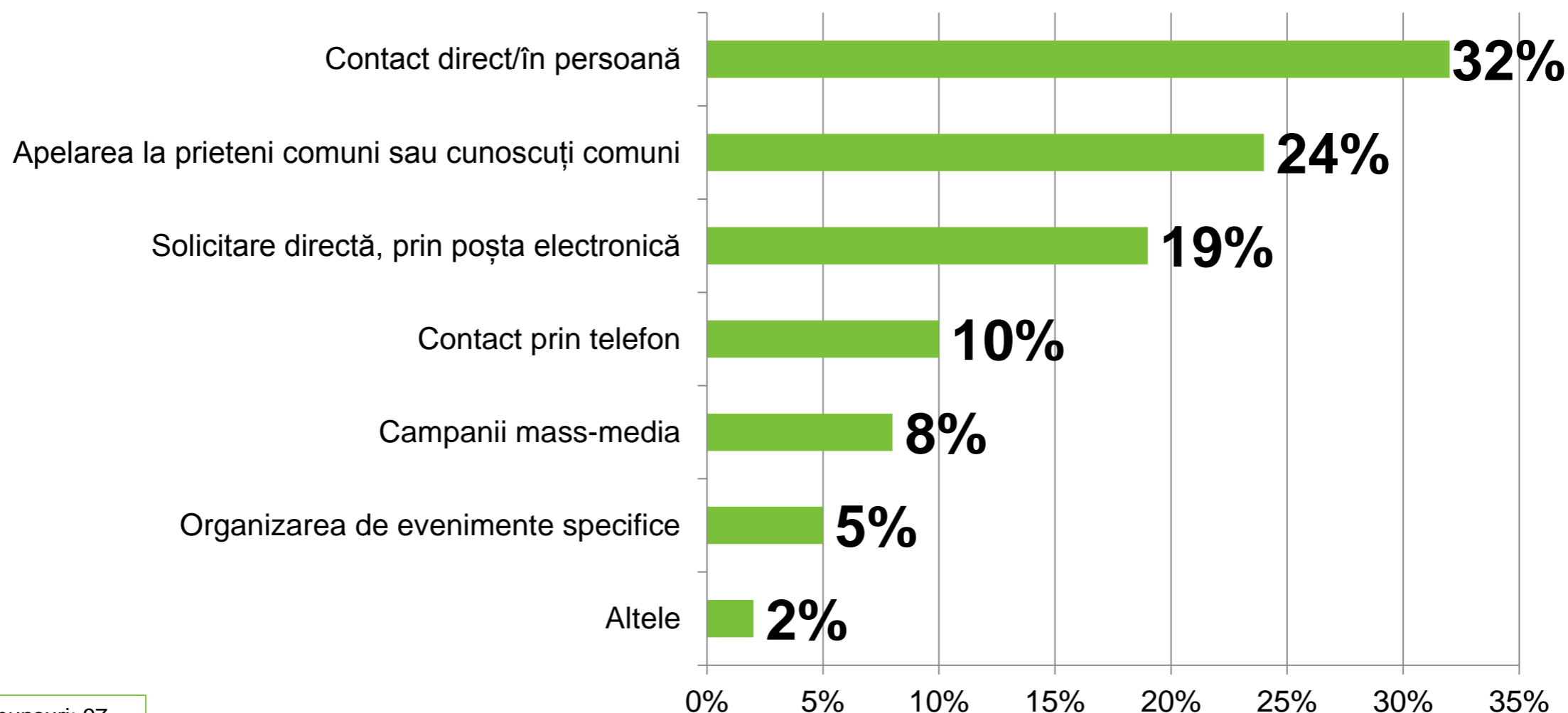


**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**  
Al Treilea Sector



## 4. Ce metodă a folosit până în prezent organizația din care faceți parte ca să convingă firmele/companiile să își redirecționeze banii prin facilitatea 20%? (o singură variantă de răspuns)



Bază răspunsuri: 97  
Au omis întrebarea: 0

Principala metodă folosită de ONG-uri ca să convingă companiile să își redirecționeze banii prin facilitatea 20% este contactul direct/în persoană (32%) urmată de apelarea la prieteni comuni sau cunoscuți comuni (24%) și solicitarea directă prin poșta electronică (19%).

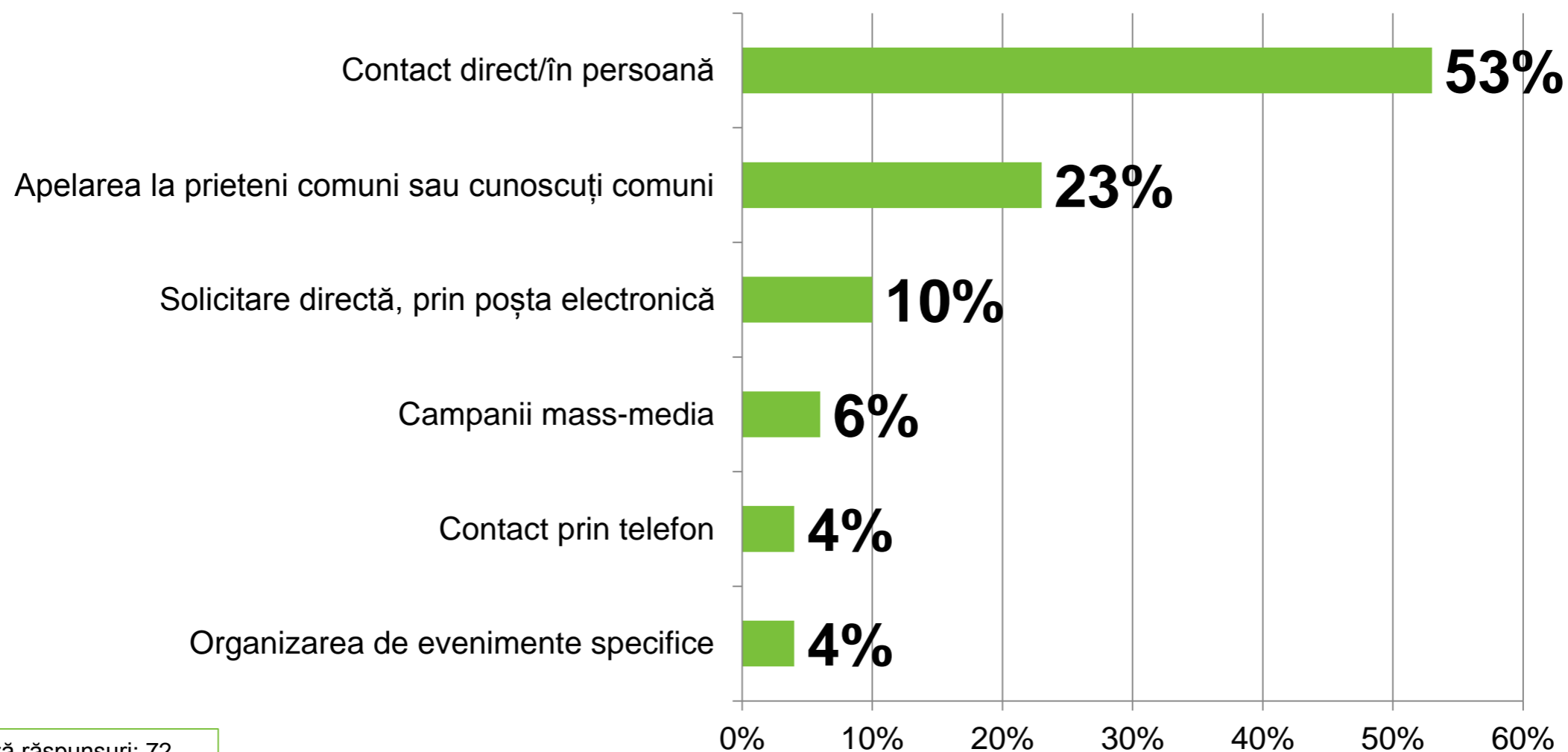


**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**  
Al Treilea Sector



## 5. Care dintre metodele anterioare s-au dovedit cele mai eficiente? (o singură variantă de răspuns)



Bază răspunsuri: 72  
Au omis întrebarea: 25



Metodele cele mai eficiente de convingere a companiilor să-și redirecționeze banii prin facilitatea 20% sunt: contactul direct/în persoană (53%), urmată de apelarea la prieteni comuni și cunoscuți comuni (23%) și solicitarea directă, prin poșta electronică (10%).

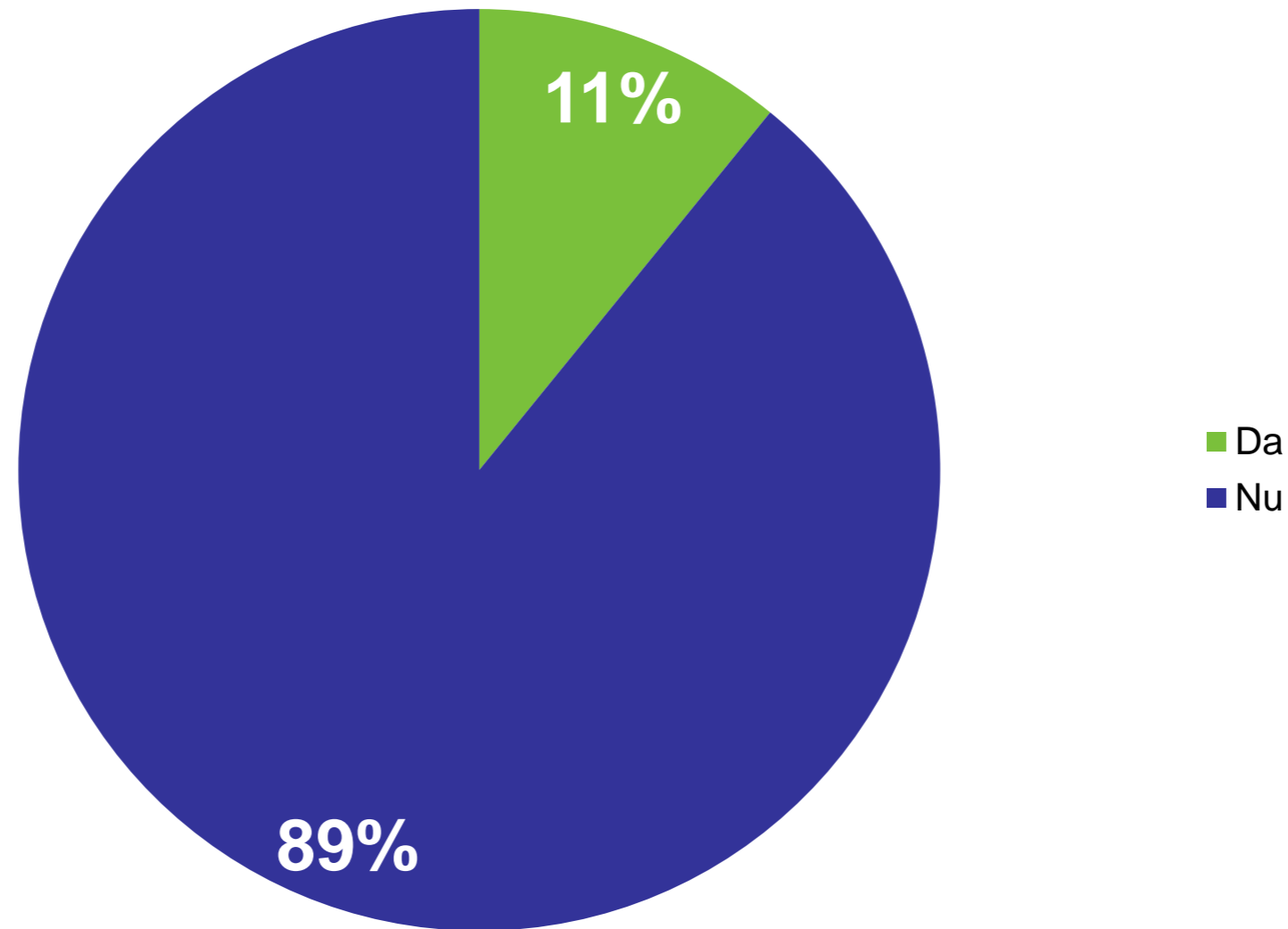


**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**  
Al Treilea Sector



6. Ați avut în 2013 un buget dedicat în organizație pentru derularea de activități cu ajutorul cărora să convingeți companiile să vă acorde fonduri prin facilitatea 20%? (o singură variantă de răspuns)



Bază răspunsuri: 46  
Au omis întrebarea: 51

▶ În 2013, doar 11% dintre ONG-uri spun că au avut un buget dedicat în organizație pentru derularea de activități cu ajutorul cărora să convingă companiile să le acorde fonduri prin facilitatea 20%.



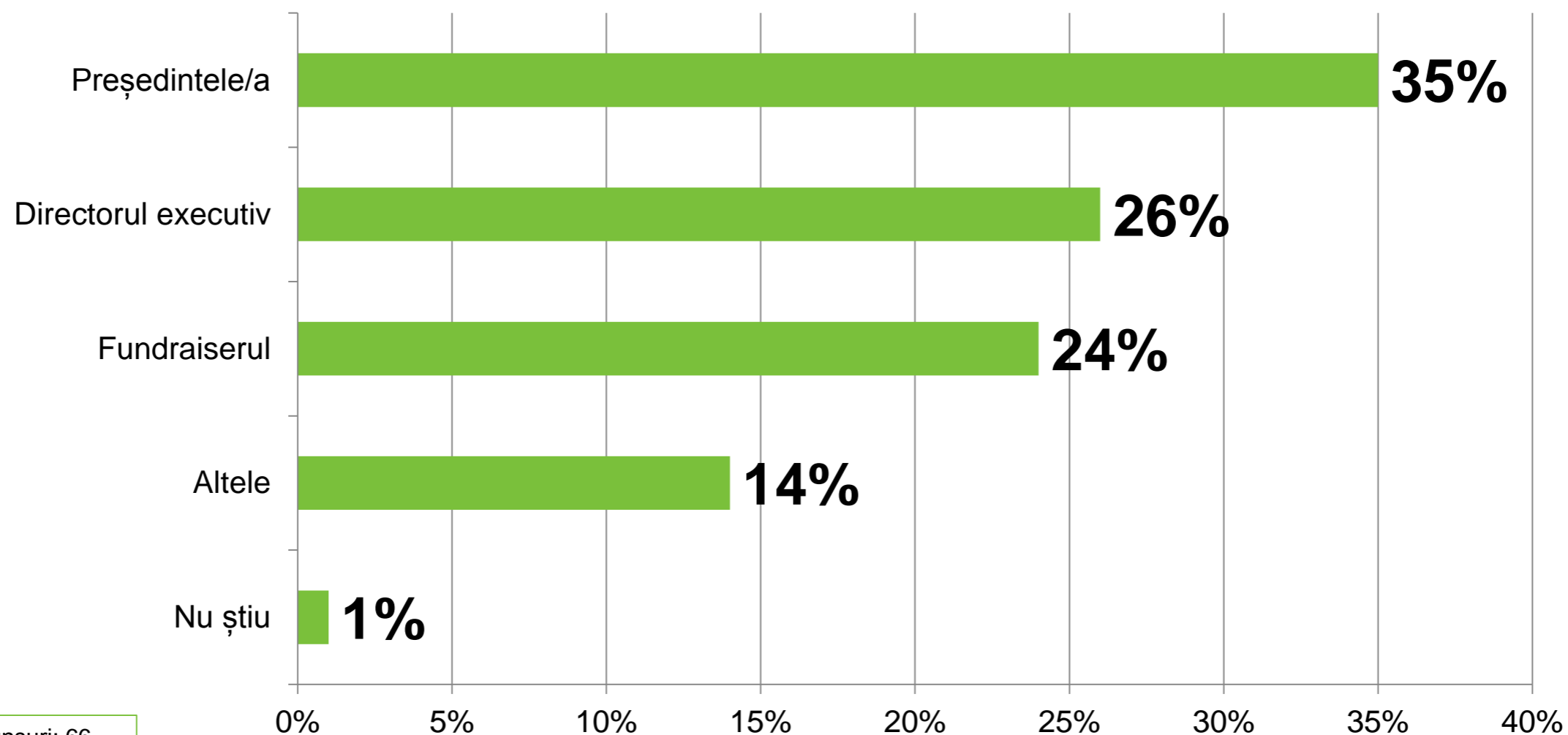
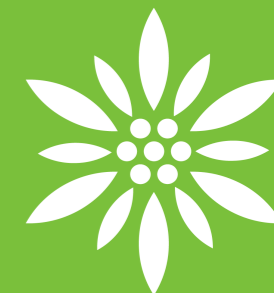
**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**  
Al Treilea Sector



## 7. Ce persoană/persoane din cadrul organizației dumneavoastră se ocupă de promovarea facilității 20% în rândul companiilor?

(o singură variantă de răspuns)



Bază răspunsuri: 66  
Au omis întrebarea: 31



În răspunsurile acordate de către ONG-uri, cel mai des menționată persoană care se ocupă de promovarea facilității 20% este președintele (35%), urmată de director executiv (26%) și fundraiser (24%).

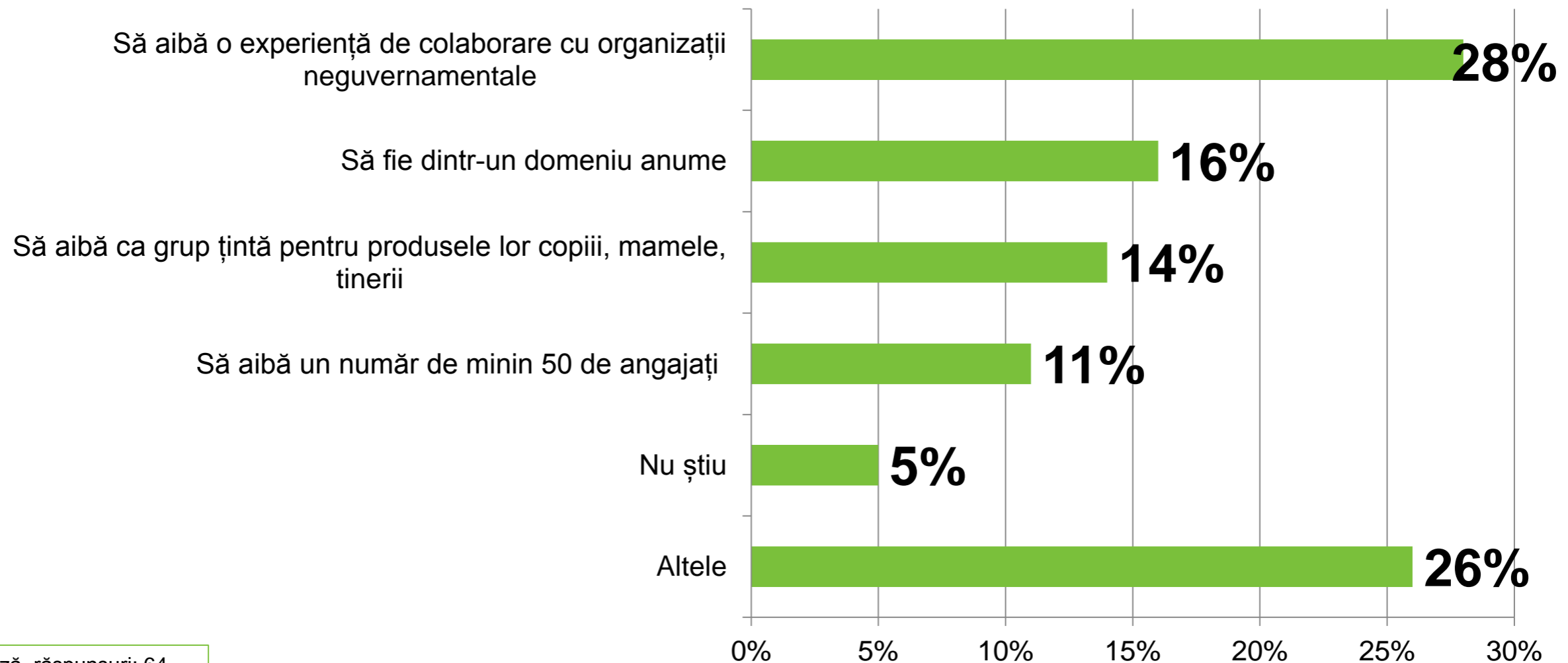


**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**  
Al Treilea Sector



## 8. Ce criterii aveți în vedere când abordați o firmă/companie pentru a o convinge să vă redirecționeze fonduri prin facilitatea 20%? (o singură variantă de răspuns)



Bază răspunsuri: 64  
Au omis întrebarea: 33

▶ În ceea ce privește criteriile avute în vedere de către ONG-uri atunci când abordează o companie pentru a o convinge să redirecționeze fonduri prin facilitatea 20%, pe primul loc se află experiența de colaborare cu organizații neguvernamentale (28%), pe locul doi să fie dintr-un domeniu specific (16%) și pe locul trei să aibă ca grup țintă pentru produsele lor copiii, mamele și tinerii.

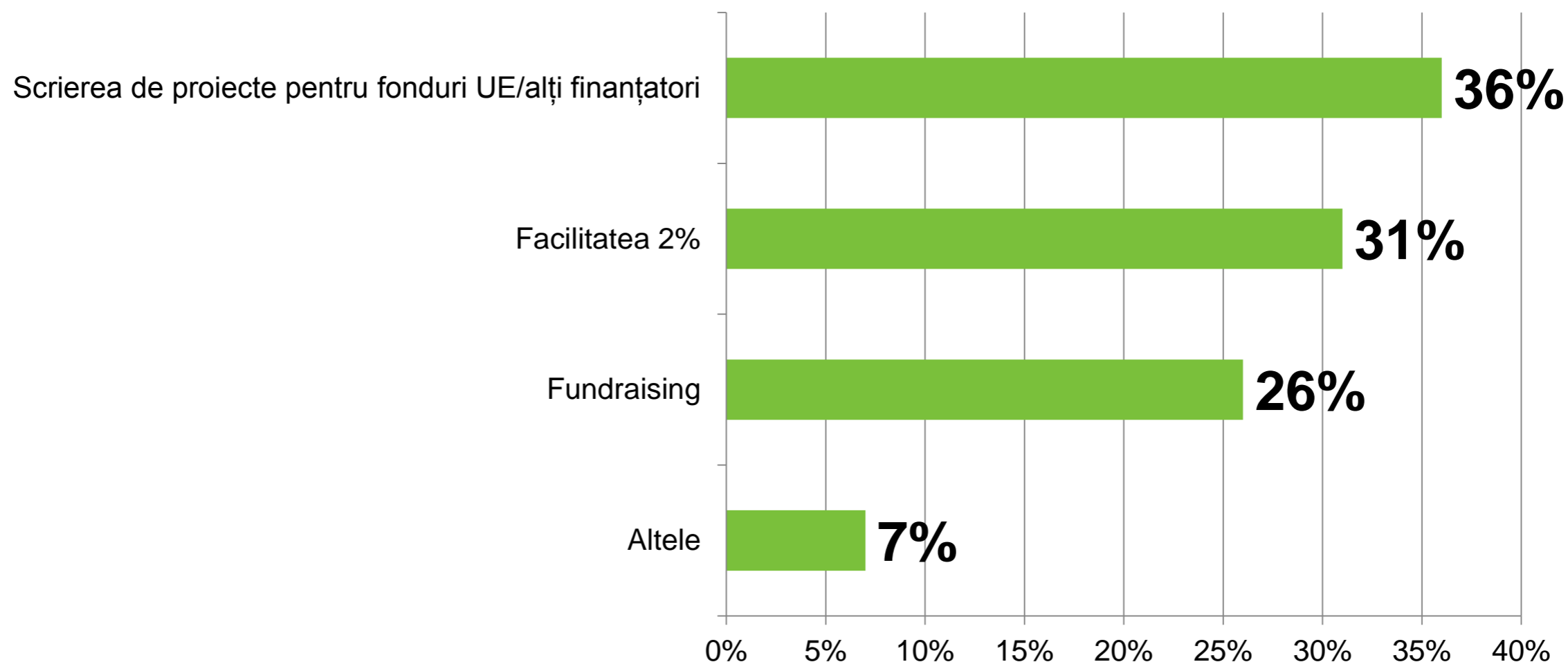


**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**  
Al Treilea Sector



## 9. Ce alte metode de strângere de fonduri folosiți în organizația dumneavoastră? (o singură variantă de răspuns)



Bază răspunsuri: 83  
Au omis întrebarea: 14



Dintre metodele de strângere de fonduri folosite de ONG-uri, pe primul loc se află scrierea de proiecte pentru fonduri UE/alți finanțatori (36%), urmată de facilitatea 2% (31%) și fundraising (26%).

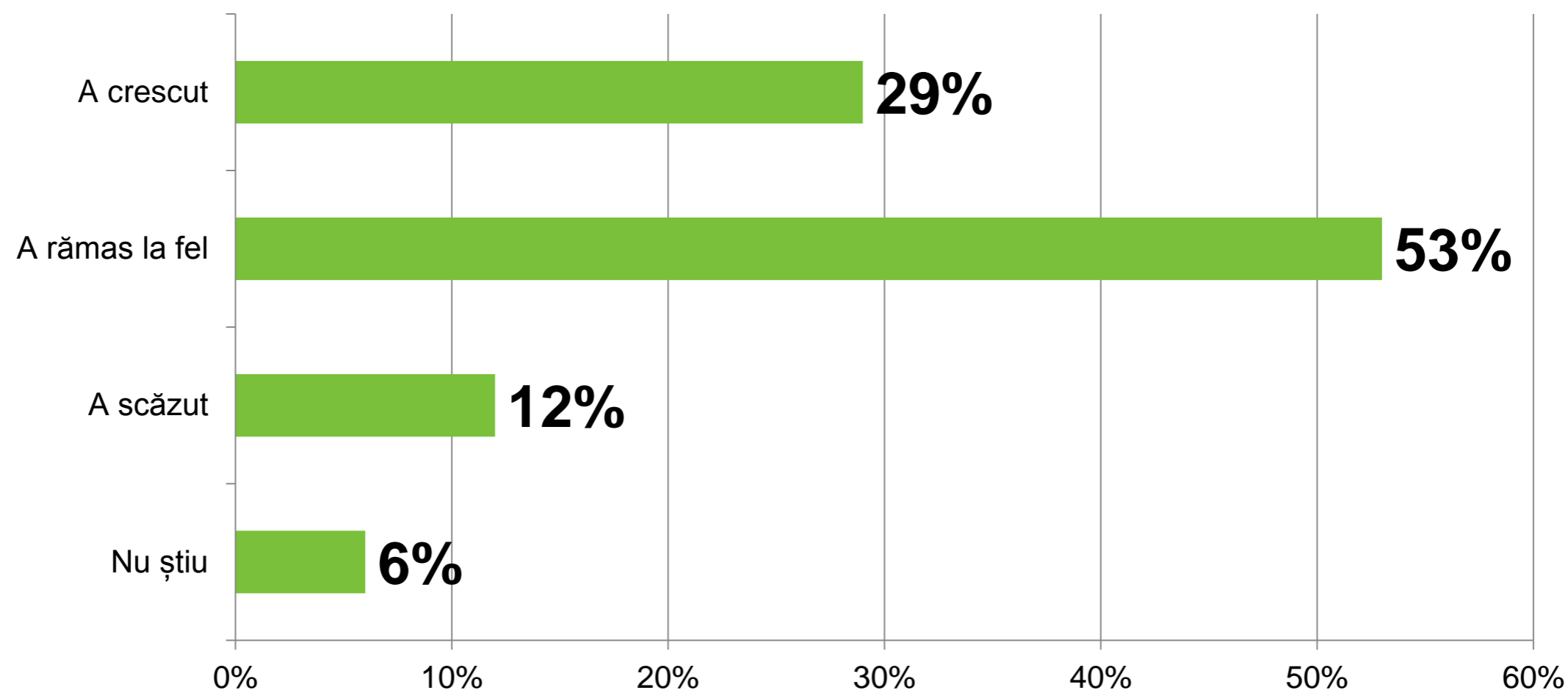


**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**  
Al Treilea Sector



# 10. Cum a evoluat interesul organizației dumneavoastră pentru facilitatea 20% (comparați interesul din anul 2013 cu interesul din anul 2012)? (o singură variantă de răspuns)



Bază răspunsuri: 34  
Au omis întrebarea: 63



Din perspectiva evoluției interesului ONG-urilor pentru facilitatea 20%, în 2013 comparativ cu 2012, pentru 53% dintre respondenți acesta a rămas la fel de mare în timp ce pentru 29% dintre acestea interesul a crescut, iar pentru doar 12% acest interes a scăzut.



**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

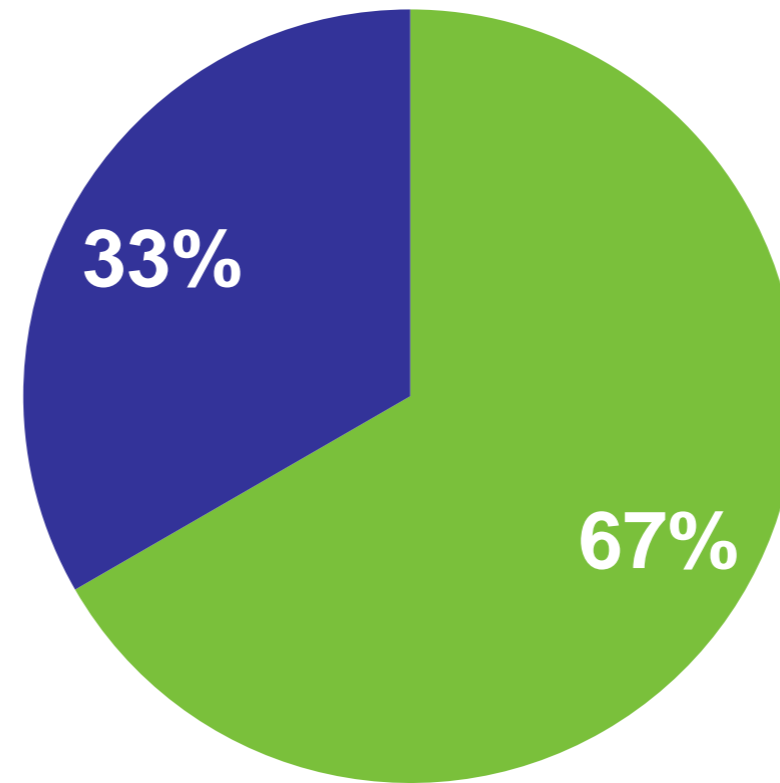
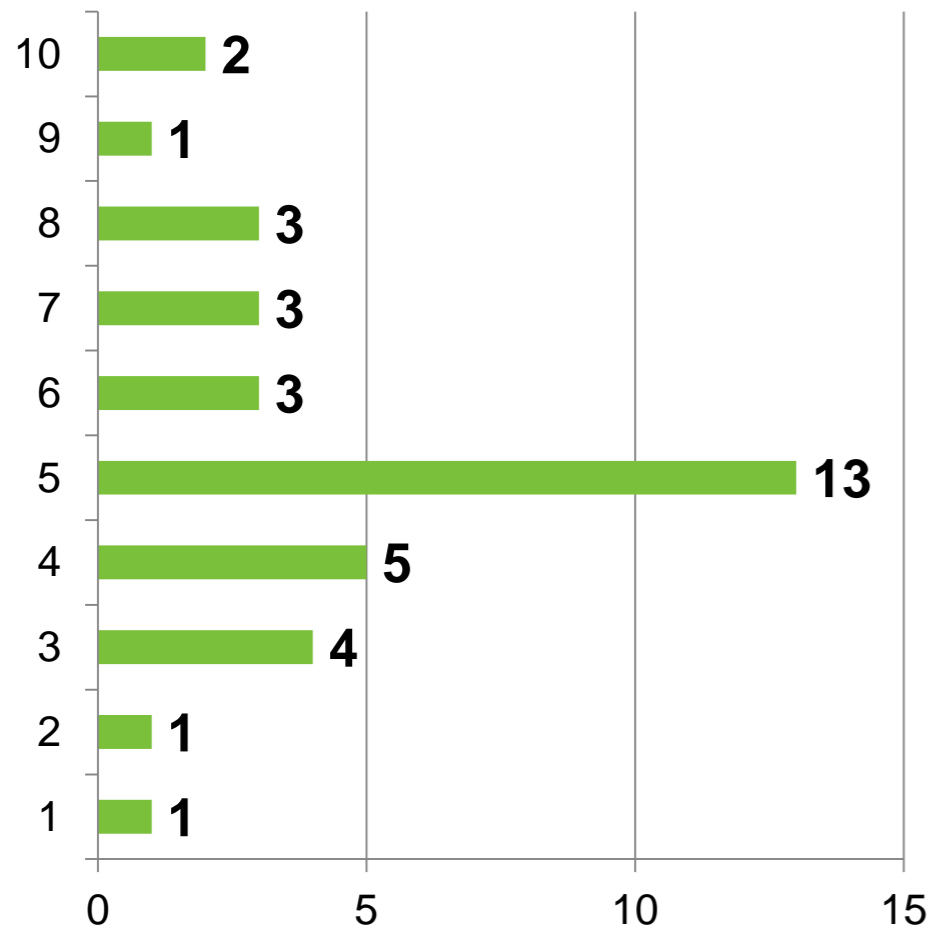


Al Treilea Sector





# 11. Pe o scală de la 1 la 10, cât de cunoscută apreciați că este această facilitate în rândul organizațiilor neguvernamentale din România? (o singură variantă de răspuns)



■ Calificative între 1 și 5  
■ Calificative între 6 și 10

Bază răspunsuri: 36  
Au omis întrebarea: 61



Pe o scală de la 1 la 10, 67% dintre respondenți apreciază că facilitatea 20% este puțin și mediu cunoscută (calificative pe intervalul 1-5) în timp ce 33% dintre aceștia apreciază că această facilitate este foarte cunoscută (calificative pe intervalul 6-10).



**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**3**  
Al Treilea Sector



# Echipa de proiect



**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ



# Echipa de proiect



## HOSPICE Casa Speranței



Laszlo Bodor  
Director Fundraising și Comunicare  
HOSPICE Casa Speranței  
*laszlo.bodor@hospice.ro*



Marian Mândru  
Fundraiser  
HOSPICE Casa Speranței  
*marian.mandru@hospice.ro*

## Al Treilea Sector



Liviu Florea  
Redactor Șef  
Al Treilea Sector  
*liviu.florea@altreileasector.ro*

## EY România



Elena Badea  
Head of Market Enablement  
EY România  
*elena.badea@ro.ey.com*



Constantin Măgdalina  
Knowledge Management Officer  
EY România  
*constantin.magdalina@ro.ey.com*

## Fundația React



Ruxandra Palade  
Project Manager  
Fundația React  
*liviu.florea@altreileasector.ro*



**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ



Al Treilea Sector



**Vă mulțumim!**



**HOSPICE CASA SPERANȚEI**  
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ



Al Treilea Sector

