POLITICA PRIVIND ACORDAREA SPONSORIZĂRILOR LA NIVELUL SNTGN TRANSGAZ SA ÎN ANUL 2026

DOCUMENT ELABORAT ÎN CONFORMITATE CU PREVEDERILE SMCIM

CUPRINS:

1. **Rolul sponsorizării ca practică de susţinere de către TRANSGAZ a coeziunii sociale şi dezvoltării durabile;**
2. **Reglementări legislative privind sponsorizarea;**
3. **Radiografia activităţii de sponsorizare realizată de companie în perioada 2021 - 2025;**
4. **Politica TRANSGAZ privind acordarea sponsorizărilor în anul 2026;**

1. ROLUL SPONSORIZĂRII CA PRACTICĂ DE SUSŢINERE DE CĂTRE COMPANIE A COEZIUNII SOCIALE ŞI DEZVOLTĂRII DURABILE

În considerarea asigurării unui management responsabil şi eficient al activităţii de acordare al sponsorizărilor **SNTGN TRANSGAZ SA** a elaborat, în conformitate cu cerinţele SMICM, prezentul document intitulat "**Politica privind acordarea sponsorizărilor la nivelul SNTGN Transgaz SA în anul 2026".**

Alăturându-se politicii de comunicare generală şi responsabilitate socială corporativă stabilită la nivelul **SNTGN TRANSGAZ SA**, politica de acordare a sponsorizărilor are scopul de a asigura un cadru eficace de derulare şi monitorizare a acestora în conformitate cu reglementările legale şi fiscale în vigoare.
Consecventă principiului aplicării unui management responsabil în îndeplinirea misiunii asumate, **SNTGN TRANSGAZ SA**, conştientizează importanţa faptului că, uneori, o susţinere financiară pentru o cauză nobilă sau pentru un scop umanitar este vitală şi de aceea atât prin programele CSR iniţiate cât şi prin politica de sponsorizare, se implică activ în viaţa comunităţii, contribuind astfel la creşterea gradului de coeziune socială şi la dezvoltarea durabilă a comunităţii.

În activitatea sa, **SNTGN TRANSGAZ SA** a desfăşurat an de an acţiuni de sponsorizare, direcţionate în principal spre domenii precum:

În contextul actual al dezvoltării economice, marcat vizibil de transformări permanente ale mediului în care companiile funcţionează **se impune cu necesitate o atitudine responsabilă în raport cu rezultatele şi performanţele curente,** sens în care **trebuie să fie privit şi managementul acţiunilor de implicare socială desfăşurate de companii.**

Comunicarea comercială este parte integrantă a comunicării generale a unei organizaţii ce vizează creşterea performanţelor economice într-o manieră etică, cu respect faţă de comunităţi şi mediu, deoarece implică valori morale asumate de companii peste cele impuse de lege, şi generează nu doar performanţe economice ci şi performanţe sociale.

Sponsorizarea este în mod cert o practică de susţinere a coeziunii sociale şi a sustenabilităţii la nivelul comunităţii în care **SNTGN TRANSGAZ SA** îşi desfăşoară activitatea.

Actualul context al globalizării, dezvoltării durabile şi al competitivităţii impune ca organizaţiile atât de la nivel naţional cât şi internaţional să fie evaluate nu doar prin prisma performanţelor economice, a calităţii managementului, a politicii de comunicare, ci şi prin prisma performanţelor sociale, a contribuţiei acestora la dezvoltarea vieţii sociale a comunităţii în care ele funcţionează.

Ca beneficii, acţiunile de implicare socială pot genera influenţe favorabile în ceea ce priveşte:

- avantajele concurenţiale;
- reputaţia firmei;
- capacitatea firmei de a atrage partenerii, acţionarii;
- menţinerea motivaţiei şi a productivităţii;
- viziunea investitorilor, acţionarilor şi a comunităţii;
- relaţiile companiei cu părţile interesate (stakeholders), mass-media;

Având în vedere faptul că toate aceste **acţiuni de implicare socială** permit companiei să interacţioneze cu mediul în care funcţionează şi generează beneficii sociale (goodwill) în ceea ce priveşte imaginea, notorietatea, vizibilitatea şi credibilitatea companiei în mediul în care ea este prezentă, **apreciem că este oportună existenţa unui cadru de comunicare, desfăşurare şi monitorizare eficient în ceea ce priveşte acţiunile de sponsorizare la nivelul SNTGN TRANSGAZ SA.**

Mai mult chiar, **SNTGN TRANSGAZ SA** fiind un important emitent de valori mobiliare pe piaţa de capital din România, anul acesta împlinind 18 ani de când activează pe piața de capital, a implementat și dezvoltat principiile guvernanţei corporative, practici transparente şi responsabile de afaceri, a asigurat și asigură un tratament egal şi nediscriminatoriu pentru toţi acţionarii, aspect ce impune o gestionare şi mai responsabilă a întregului capital /patrimoniu al companiei.

2. REGLEMENTĂRI LEGISLATIVE PRIVIND SPONSORIZAREA

În România, activitatea de sponsorizare este reglementată prin următoarele acte normative:

- **Legea nr. 32/19.05.1994 privind sponsorizarea, actualizată cu modificările şi completările ulterioare;**
- **Legea nr. 227/2015 privind Codul Fiscal, cu modificările și completările ulterioare;**
- **Ordonanța de Urgență nr.115/14 decembrie 2023 privind unele măsuri fiscal-bugetare.**

În conformitate cu prevederile legale şi fiscale mai sus menţionate, "*Contribuabilii care efectuează sponsorizări şi/sau acte de mecenat, potrivit prevederilor Legii nr. 32/1994 privind sponsorizarea, cu modificările şi completările ulterioare, Ordonanței de Urgență nr.115/14 decembrie 2023* privind unele măsuri fiscal-bugetare *și a Legii bibliotecilor nr. 334/2002, republicată, cu modificările şi completările ulterioare, precum şi cei care acordă burse private, potrivit legii, scad sumele aferente din impozitul pe profit datorat* ***la nivelul valorii minime*** *dintre următoarele:*

- *valoarea calculată prin aplicarea a 0,15 % la cifra de afaceri (art. LX alin.(1) din OUG 115/14 decembrie 2023);*
- *valoarea reprezentând 20% din impozitul pe profit datorat.*

Sumele care nu sunt scăzute din impozitul pe profit, potrivit prevederilor prezentei litere, se reportează în următorii 7 ani consecutivi. Recuperarea acestor sume se va efectua în ordinea înregistrării acestora, în aceleaşi condiții, la fiecare termen de plată a impozitului pe profit."

În conformitate cu prevederile art. 1, alin. 1 din Legea nr. 32/1994 privind sponsorizarea, ***"sponsorizarea este actul juridic prin care două persoane convin cu privire la transferul dreptului de proprietate asupra unor bunuri materiale sau mijloace financiare pentru susţinerea unor activităţi fără scop lucrativ desfăşurate de către una dintre părţi, denumită beneficiarul sponsorizării".***

Înscrisul juridic care stă la baza actului de sponsorizare este ***contractul de sponsorizare*** care se încheie în formă scrisă, cu specificarea obiectului, valorii şi duratei sponsorizării, precum şi a drepturilor şi obligaţiilor părţilor.

În conformitate cu art. **XIV**, din **OUG nr. 2/2015**, pentru modificarea si completarea unor acte normative precum și alte măsuri, sunt prevăzute următoarele:

- operatorii economici prevăzuți la art. 1 din Ordonanța Guvernului nr. 26/2013 privind întărirea disciplinei financiare la nivelul unor operatori economici la care statul sau unitățile administrativ-teritoriale sunt acționari unici ori majoritari sau dețin direct ori indirect o participație majoritară, aprobată cu completări prin Legea nr. 47/2014, care acordă donații si sponsorizări în bani, conform legislației în vigoare, respectă la acordarea acestora încadrarea în următoarele plafoane:
  a) **minimum 40% din suma aprobată, în domeniul medical si de sănătate**, pentru dotări cu echipamente, servicii, acțiuni sau orice alte activități în legătură cu acest domeniu, inclusiv susținerea unor tratamente sau intervenții medicale ale unor persoane si pentru programe naționale;
  b) **minimum 40% din suma aprobată, în domeniile educație, învățământ, social si sport**, pentru dotări cu echipamente, servicii, acțiuni sau orice alte activități în legătură cu aceste domenii, inclusiv programe naționale;
  c) **maximum 20% din suma aprobată, pentru alte acțiuni si activități**, inclusiv pentru suplimentarea celor prevăzute la lit. a) si b)

3.RADIOGRAFIA ACTIVITĂŢII DE SPONSORIZARE REALIZATĂ ÎN PERIOADA 2021-2025

SNTGN TRANSGAZ SA a utilizat sumele având ca destinaţie în **Bugetul de Venituri şi Cheltuieli (BVC)** cheltuieli cu sponsorizarea, pentru sprijinirea financiară a unor spitale, şcoli, grădiniţe, universităţi, lăcaşuri de cult (biserici, mănăstiri, schituri),pentru susţinerea activităţilor sportive organizarea de evenimente cultural-artistice, dar şi pentru acordarea de ajutoare umanitare.

Radiografia acţiunilor de acordare sponsorizări la nivelul **SNTGN TRANSGAZ SA** în perioada **2021-2025** este prezentată în tabelul de mai jos:

Nr. crt	Destinații	2021 (lei)	2022 (lei)	2023 (lei)	2024 (lei)	2025 (lei)
1.	CHELTUIELI DE SPONSORIZARE ÎN DOMENIUL MEDICAL, SĂNĂTATE	2.040.000	1.205.615	1.732.910	1.410.852	1.657.662
2.	CHELTUIELI DE SPONSORIZARE ÎN DOMENIUL EDUCAȚIE, ÎNVĂȚĂMÂNT, SOCIAL, SPORT	2.040.000	1.205.615	1.732.910	1.410.852	1.657.200
3.	CHELTUIELI PRIVIND ACȚIUNI ȘI ACTIVITĂȚI INCLUSIV PENTRU SUPLIMENTAREA SUMELOR DIN DOMENIILE DE MAI SUS	1.020.000	602.808	866.455	705.426	828.000
TOTAL GENERAL cheltuieli de sponsorizare:		**5.049.000**	**3.012.550**	**4.329.995**	**3.507.750**	**4.142.200**
SUME PREVAZUTE ÎN BVC pentru sponsorizare		**5.100.000**	**3.014.038**	**4.332.275**	**3.527.130**	**4.144.155**
% sume utilizate/sume BVC		**99%**	**99%**	**99%**	**99%**	**99%**
BVC aprobat prin HAGOA nr.		**3/27.04.2021**	**3/28.02.2022**	**2/16.02.2023**	**1/21.02.2024**	**4/09.04.2025**

4.POLITICA TRANSGAZ PRIVIND ACORDAREA SPONSORIZĂRILOR ÎN ANUL 2026

SPECIFICAȚII	BVC estimat 2026 (lei)
Cifra de afaceri estimată în BVC pe anul 2026(varianta decembrie 2025)	**2.790.430.446**
Impozitul pe profit estimat în BVC pe anul 2026 (varianta decembrie 2025)	**76.026.132**
- 0,15% din cifra de afaceri (art. LX alin. (1) din OUG 115/14 decembrie 2023)	4.185.646
- 20% din impozitul pe profit	15.205.226
Nivelul cheltuielilor de sponsorizare (nivel minim) calculate în conformitate cu prevederile Legii nr. 227/2015 privind Codul fiscal cu modificările și completările ulterioare	**4.185.646**
Nivelul propus al cheltuielilor totale cu sponsorizarea în proiectul BVC 2026, din care:	**4.185.646**
- Domeniul medical si sănătate	1.674.258
- Domeniul educatie, învătământ, social, sport	1.674.258
- din care Cluburi Sportive	200.000
- Alte cheltuieli de sponsorizare	837.130

În Politica SNTGN Transgaz SA privind acordarea sponsorizărilor se au în vedere următoarele aspecte:

- respectarea întocmai a prevederilor legale şi fiscale privind acordarea sponsorizărilor;
- încadrarea corespunzătoare în cheltuielile cu sponsorizarea în defalcarea pe domenii, respectiv în sumele menționate în tabelul de mai sus;
- decontarea acţiunilor şi proiectelor CSR pe anul 2026 din cheltuielile bugetate pentru sponsorizare;
- gestionarea eficace a sumelor alocate pentru sponsorizări;
- respectarea Procedurii de proces PP-DJ 02 privind acordarea sponsorizărilor.

Obiectivele "Politicii privind acordarea sponsorizărilor la nivelul SNTGN Transgaz SA în anul 2026"

a)	**continuarea acordării de sponsorizări cu respectarea încadrării lunare şi cumulate a acestora în prevederile legislative şi fiscale, respectiv cu încadrarea în prevederile art. 25, alin. 4, lit. i din Legea nr. 227/2015 privind Codul fiscal, cu modificările și completările ulterioare;**
b)	**continuarea acordării de sponsorizări cu respectarea încadrării lunare şi cumulate a acestora în prevederile legislative şi fiscale, respectiv cu încadrarea în prevederile Ordonanței de Urgență nr.115/14 decembrie 2023 privind unele măsuri fiscal-bugetare;**
c)	**monitorizarea permanentă a sumelor acordate ca sponsorizare pentru a nu depăşi sumele prevăzute în defalcarea pe domenii şi nici cele din defalcarea BVC pe trimestre;**
d)	**monitorizarea permanentă a sumelor acordate ca sponsorizare şi angajarea de măsuri responsabile privind respectarea întocmai a condiţiilor de la punctul a;**
e)	**respectarea încadrării în plafonul lunar de 200.000 lei pentru sponsorizări acordate prin competența de aprobare a directorului general;**
f)	**decontarea valorii proiectelor de responsabilitate socială din sumele destinate în BVC 2026 pentru sponsorizări; aceste proiecte vor fi incluse în Strategia de comunicare pe anul 2026;**
g)	**asigurarea unui echilibru între solicitările de sponsorizare și nevoia de implicare în comunitate a companiei, funcție de proiectele strategice de investiții derulate de aceasta;**
h)	**acordarea de sponsorizări numai acelor solicitanţi care şi-au respectat obligaţiile contractuale anterioare cu privire la depunerea documentelor justificative solicitate;**
i)	**acordarea sponsorizărilor cu respectarea prevederilor din procedura de proces PP-DJ 02.**
j)	**Îmbunătățirea procedurii de proces PP-DJ 02.**