

Kancelária Národnej rady Slovenskej republiky  
Odbor Parlamentný inštitút

**Edícia: Porovnávacie analýzy**

02/2021

# Sponzoring kultúry v členských štátoch EÚ a v Spojenom kráľovstve

Vypracovala: PhDr. Natália Petranská Rolková, PhD.,  
Odbor Parlamentný inštitút

Spolupráca: Renáta Koutenská, Lucia Kondelová, stážistky

Schválila: Mgr. Natália Švecová,  
riaditeľka Odboru Parlamentný inštitút

**Bratislava**

**8. marca 2021**

## **Anotácia:**

Komparatívna analýza sa zameriava na právnu úpravu sponzoringu a špeciálne sponzoringu v kultúre v európskych štátoch. Všíma si otázky toho, kto môže byť sponzorom a kto sponzorovaným subjektom a za akých podmienok, ďalej existenciu minimálnej a maximálnej výšky sponzorského príspevku, ako aj prípadné benefity poskytované sponzorom zo strany štátu (napr. daňové úľavy).

## **Kľúčové slová:**

kultúra, financovanie, sponzoring, darcovstvo, daňové úľavy



Postavenie Odboru Parlamentný inštitút definuje § 144 zákona NR SR č. 350/1996 Z. z. o rokovacom poriadku Národnej rady Slovenskej republiky, podľa ktorého Parlamentný inštitút plní informačné, vzdelávacie a dokumentačné úlohy súvisiace s činnosťou NR SR a jej poslancov. Súčasťou odboru je aj Oddelenie Parlamentná knižnica a Oddelenie Parlamentný archív.

V rámci informačnej činnosti Odbor Parlamentný inštitút vydáva spravidla tieto informačno-analytické materiály:



V oblasti vzdelávania Odbor Parlamentný inštitút zastrešuje úvodné inštruktážne semináre najmä pre novozvolených poslancov, účasť Kancelárie NR SR na parlamentnej rozvojovej spolupráci určenej pre zahraničné parlamenty, stážový program pre študentov vysokých škôl, ako aj ďalšiu vzdelávaciu, prednáškovú a publikačnú činnosť.



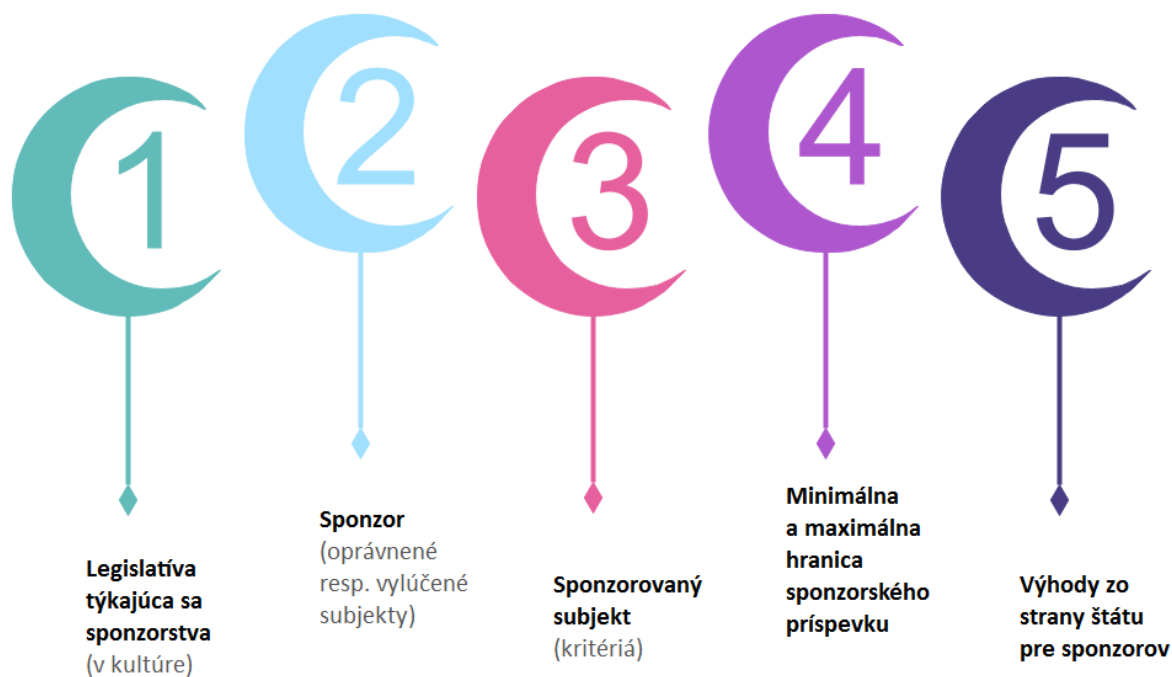
*Materiál slúži výlučne pre poslancov Národnej rady Slovenskej republiky a zamestnancov Kancelárie NR SR a nemôže v plnej miere nahrádzať právne alebo iné odborné poradenstvo v danej oblasti. Údaje, použité v materiáli, sú aktuálne k dátumu jeho zverejnenia. Zverejňovanie materiálu je možné iba so súhlasom Odboru Parlamentný inštitút a autorov.*

## Obsah

Úvod .....	4
Sponzoring kultúry a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike .....	6
1. Právne ukotvenie sponzorstva v skúmaných krajinách .....	8
2. Sponzori .....	11
3. Sponzorované subjekty, kritériá .....	13
4. Hranice výšky sponzorského príspevku .....	15
5. Protihodnota zo strany štátu .....	16
Záver .....	24
Použité zdroje .....	26

## Úvod

### Sponzoring v kultúre



Hľadali sme odpovede na päť okruhov otázok:

1. Máte zákon o sponzoringu, resp. o sponzoringu pre kultúru a kreatívny priemysel (ďalej tiež „KKP“)?
2. Aký typ subjektu je oprávnený stať sa sponzorom (a ktorý ním nesmie byť)?
3. Aké typy subjektov v KKP sú oprávnené stať sa príjemcami sponzorstva (a ktoré nimi nesmú byť)?  
Aké právne kritériá musia spĺňať subjekty KKP, aby mohli získavať sponzorstvo?
4. Je stanovená minimálna hranica výšky sponzorstva? Aká?  
Je stanovená maximálna hranica výšky sponzorstva? Aká?
5. Čo sponzor získa od štátu ako protihodnotu za svoje sponzorstvo?

Kultúra je v rámci Európskej únie, ako to uvádza štúdia v periodiku *Národná osveta*<sup>1</sup>, financovaná tromi základnými spôsobmi – formou:

- priamej verejnej podpory
- nepriamej verejnej podpory a
- súkromnej podpory.

Priamu verejnú podporu poskytujú centrálna a lokálne vlády. Nepriama verejná podpora zahŕňa daňové úľavy pre kultúrne inštitúcie v daňových systémoch centrálnych či lokálnych vlád. Súkromná podpora je postavená na príspevkoch súkromných firiem a individuálnych darcov. Toto financovanie sa najčastejšie delí na:

- darcovstvo a
- sponzorstvo.

V prípade darcovstva materiálnej alebo finančnej odmeny sa neočakáva spätná služba v podobe reklamy či inej propagácie. Na druhej strane, sponzoring je založený na tejto očakávanej spätnej väzbe alebo protislužbe pre daného sponzora. Sponzorský príspevok je teda chápaný ako platba za poskytnutie takejto služby. Sponzorovanie možno charakterizovať ako právny vzťah medzi tým, kto sponzorský príspevok poskytuje (sponzor) a tým, kto sponzorský príspevok prijíma (spravidla nezisková organizácia) a je povinný uvádzať logo sponzora na viditeľnom mieste. Ide v podstate o špeciálny druh reklamy, ktorej podstatou je možnosť propagácie názvu, výrobkov alebo služieb sponzora (napr. umiestnenie billboardov s logom sponzora, reklamné predmety, sponzorský odkaz v televíznom vysielaní a pod.).

Odbor Parlamentný inštitút Kancelárie NR SR sa v záujme získania potrebných údajov obrátil na vybrané štáty prostredníctvom internej databázy výmeny informácií Európskeho centra pre parlamentný výskum a dokumentáciu (ECPRD)<sup>2</sup>, a to požiadavkou č. 4547 (*Regulation of sponsorship in culture and creative industry*). V stanovenom termíne sme dostali odpovede z **20 štátov**, vrátane Slovenska a Spojeného kráľovstva. V prípade troch štátov, ktoré nám v danom termíne neodpovedali (Grécko, Španielsko, Taliansko), sme pracovali s informáciami z predchádzajúcej požiadavky v ECPRD č. 2631 z 9. septembra 2014 (*The Sponsorship of culture, sport, education, healthcare etc.*). Údaje sme ďalej dopĺňali aktuálnymi údajmi na relevantných webových stránkach a v odkazoch na príslušnú legislatívu. Pokiaľ ide o členské štáty EÚ, odpovede sa nám nepodarilo získať z piatich štátov (Belgicko, Chorvátsko, Estónsko, Luxembursko, Malta).

---

<sup>1</sup> NO: *Sponzoring sa musí firme vyplatiť, štát hľadá ako*. Národná osveta č. 1/2018, s. 4 – 9. Dostupné online <https://www.nocka.sk/wp-content/uploads/2018/09/NO-2018-01-web.pdf> [cit. 15.2.2021]

<sup>2</sup> Pokiaľ nie je uvedené inak, použité údaje sú čerpané z internej/uzavretej databázy ECPRD (<https://ecprd.secure.europarl.europa.eu/ecprd/public/page/about>), najmä z požiadaviek č. 4547 a č. 2631.

## Sponzoring kultúry a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike

V Slovenskej republike zatiaľ nemáme konkrétnu samostatnú legislatívu zameranú na sponzoring a ani na sponzoring v oblasti KKP. Niektoré zákony však túto oblasť čiastočne zahŕňajú. Ide o:

- zákon č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách v znení neskorších predpisov  
<https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2000/308/20201120.html>
- zákon č. 440/2015 Z. z. o športe a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov  
<https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2015/440/20201120.html>
- zákon č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov v znení neskorších predpisov  
<https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2003/595/20201031.html>

Najprepracovanejším z hľadiska sponzoringu je zákon o športe. Ten sa mu podrobne venuje v § 50 a 51 *Zmluva o sponzorstve v športe*. **Sponzorom podľa nich môže byť** právnická alebo fyzická osoba, ktorá spĺňa požiadavky spresnené v § 50, ods. 4:

- (4) Súčasťou zmluvy o sponzorstve v športe je čestné vyhlásenie štatutárneho orgánu sponzora o tom, že
- a) sponzor má vysporiadané finančné vzťahy so štátnym rozpočtom,
  - b) voči sponzorovi nie je vedené konkurzné konanie, sponzor nie je v konkurze, v reštrukturalizácii a nebol proti nemu zamietnutý návrh na vyhlásenie konkurzu pre nedostatok majetku.

Zákon o vysielaní a retransmisii sa sponzoringu venuje najmä v § 38 *Sponzorovanie* a § 39 *Obmedzenie sponzorovania*. Podľa ustanovení § 39, ods. 1: „Sponzorom programu alebo programovej služby **nesmie byť** právnická osoba ani fyzická osoba, ktorej hlavnou činnosťou je výroba, predaj alebo nájom tovarov, alebo poskytovanie služieb, ktorých reklama sa zakazuje.“ Ide menovite o:

- lieky obsahujúce omamné, psychotropné a iné návykové látky,
- zbrane a strelivo,
- alkoholické nápoje okrem piva a vína v čase od 6.00 h do 22.00 h; víno v čase od 6.00 h do 20.00 h
- erotické služby, erotický tovar a erotické audiotextové služby v čase od 6.00 h do 22.00 h.

Podľa § 39, ods. 4: „Sponzorovanie spravodajských programov a programov politickej publicistiky sa zakazuje. Výnimku tvoria programy, ktoré obsahujú výhradne informácie o počasi, dopravnej situácii alebo o športe.“

Podľa § 39, ods. 7: „Sponzorom programu, programovej služby alebo audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie nesmie byť právnická osoba ani fyzická osoba, ktorej hlavnou činnosťou je výroba

*alebo predaj cigariet, iných tabakových výrobkov, elektronických cigariet alebo plniacich fľaštičiek pre elektronické cigarety.“* Paragraf obsahuje aj ďalšie čiastkové obmedzenia sponzorstva.<sup>3</sup>

Legislatíva **nevymedzuje subjekt, ktorý môže alebo nemôže byť sponzorovaný v kultúre.**<sup>4</sup> Taktiež **nestanovuje minimálnu ani maximálnu hranicu sponzorského príspevku.**

**Protihodnota zo strany štátu voči sponzorom** je čiastkovo definovaná v zákone o dani z príjmov, pričom sa však týka iba sponzoringu v športe. Podľa § 17 ods. 19: *„Súčasťou základu dane daňovníka, okrem výdavkov (nákladov), ktoré sú súčasťou obstarávacej ceny alebo vlastných nákladov majetku, len po zaplatení sú*

*h) výdavky (náklady) na sponzorské u sponzora na základe zmluvy o sponzorstve v športe poskytnuté počas obdobia trvania zmluvy o sponzorstve v športe v rozsahu podľa jeho skutočného použitia v príslušnom zdaňovacom období, ak v príslušnom zdaňovacom období sponzor vykáže kladný základ dane; za výdavky (náklady) na sponzorské sa nepovažuje poskytnutie sponzorského pre športovca okrem športového reprezentanta.“*<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Napr. sa zakazuje mediálna komerčná komunikácia týkajúca sa liekov, ktoré sú dostupné len na lekárske predpis, a zdravotných výkonov uhrádzaných na základe verejného zdravotného poistenia podľa osobitných predpisov

<sup>4</sup> V športe môže byť sponzorovaný športovec, športový odborník alebo športový klub/organizácia, ktorí sú členmi národného športového zväzu, národnej športovej organizácie alebo medzinárodnej športovej organizácie alebo športový reprezentant. Národným športovým zväzom je napríklad Slovenský futbalový zväz alebo Slovenský zväz ľadového hokeja.

<sup>5</sup> Viac na túto tému pozri napr. Robo Háger: *Športový sponzoring – vyhodnené peniaze alebo účinná forma komunikácie?* Dostupné online: <https://strategie.hnonline.sk/blogy/751948-sportovy-sponzoring-vyhodene-peniaze-alebo-ucinna-forma-komunikacie> [cit. 15.2.2021]; *Na strane sponzora.* Dostupné online: <https://podpora.financnasprava.sk/300668-Na-strane-sponzora> [cit. 15.2.2021]



## 1. Právne ukotvenie sponzorstva v skúmaných krajinách



### 1.1. Všeobecná legislatíva upravujúca sponzoring

**a) Áno:** Bulharsko, Litva, Portugalsko\*, Rumunsko, Španielsko

V **Bulharsku** *zákon o patronáte* upravuje vzťahy súvisiace s bezodplatným poskytovaním pomoci fyzickým a právnickým osobám pri tvorbe, uchovávaní a propagácii kultúrnych diel, a to priamo a / alebo prostredníctvom organizácií podporujúcich kultúru zaregistrovaných podľa zákona.<sup>6</sup>

V **Litve** existuje legislatíva upravujúca sponzorstvo všeobecne, vrátane sponzorovania kultúry a kreatívneho priemyslu, a to [zákon o charite a sponzorstve](#).

V **Portugalsku** existuje od roku 1989 Štatút daňových výhod (Tax Benefits Statute, TBS, [Executive Decree No. 215/89](#)).<sup>7</sup>

V **Rumunsku** bol v roku 1994 prijatý všeobecný [zákon sponzorstve](#).<sup>8</sup>

V **Španielsku** danú problematiku upravuje [zákon č. 49/2002](#) o daňovom režime neziskových subjektov a daňových stimuloch pre patronát.<sup>9</sup>

**b) Nie:** Cyprus, Česko, Dánsko, Fínsko, Grécko, Holandsko, Írsko, Lotyšsko, Maďarsko, Nemecko, Poľsko, Rakúsko, Slovensko, Slovinsko (sponzorská zmluva tu nie je špecifický druh zmluvy), Spojené kráľovstvo, Švédsko, Taliansko (poníma sa ako komerčná transakcia)

**c) Iné:** Francúzsko

**Francúzsko** rozlišuje medzi sponzorstvom s priamou protihodnotou ([vyhláška zo 6. januára 1989 o ekonomickej a finančnej terminológii](#)) a nepriamou príp. žiadnou protihodnotou ([zákon č. 2003-709 z 1. augusta 2003 o sponzorstve, združeníach a nadáciách](#)).

<sup>6</sup> Z obsahu zákona vyplýva, že reguluje darcovstvo v oblasti kultúry, keďže zákon zakazuje, aby sa v zmluve dohodlo použitie mena patróna na reklamné účely.

<sup>7</sup> Pozri tiež novelizáciu zákonom č. 82-B/2014:

[https://www.dgates.gov.pt/sites/default/files/files/Mecenato\\_Cultural\\_EstatutoBeneficiosFiscais\\_Lei\\_82B\\_2014\\_3\\_1\\_Dezembro.pdf](https://www.dgates.gov.pt/sites/default/files/files/Mecenato_Cultural_EstatutoBeneficiosFiscais_Lei_82B_2014_3_1_Dezembro.pdf)

<sup>8</sup> [Machine Translation of "Law No. 32 Of 19 May 1994 On Sponsoring" \(Romania\) \(global-regulation.com\)](#)

<sup>9</sup> Bližšie pozri: <https://www.citizensadvice.org.es/tax-benefits-donations/>.



\* V *portugalskej* legislatíve existoval špeciálny právny predpis upravujúci sponzorstvo kultúry, a to [č. 74/99](#), ktorý stanovoval režim finančných stimulov v oblasti sponzorstva sociálnej sféry, životného prostredia, kultúry, vedy a techniky, ako aj športu. Bol však zrušený zákonom [č. 53-A/2006](#). Na jeseň 2020 sa rokovalo o štátnom rozpočte na rok 2021, ktorý môže zaviesť zmeny týkajúce sa sponzorovania kultúry prostredníctvom [návrhu zákona č. 61/ XIV](#), články 242 a 243.

## 1.2. Špeciálna legislatíva pre sponzoring v kultúrnom a kreatívnom priemysle

### **a) Áno:** Grécko

V Grécku určuje definíciu kultúrneho sponzorstva [zákon č. 3525/2007 o kultúrnom sponzorstve](#).

**b) Nie:** Bulharsko, Cyprus, Francúzsko, Lotyšsko, Portugalsko, Rumunsko, Slovinsko, Švédsko, Taliansko

**c) Iné:** Česko, Dánsko, Fínsko, Holandsko, Írsko, Litva, Maďarsko, Nemecko, Poľsko, Rakúsko, Slovensko, Spojené kráľovstvo, Španielsko

Tieto štáty majú podobne ako Slovensko jednotlivé ustanovenia dotýkajúce sa sponzoringu zakotvené vo viacerých zákonoch.

**Česko:** [zákon č. 40/1995 Sb. o regulácii reklamy](#) a [zákon č. 231/2001 Sb. o prevádzkovaní rozhlasového a televízneho vysielania](#).

**Dánsko:** [zákon o rozhlase a televízii](#) a [zákon o objednávke reklamy](#).

**Fínsko:** marketing uskutočňovaný sponzorom musí byť v súlade so [zákonom o ochrane spotrebiteľa](#) a [zákonom o nekalých obchodných praktikách](#).

**Holandsko:** zákon o osobitnej kultúrnej politike. Ide o kódex riadenia a správy pre kultúrny sektor (bližšie na: <https://www.cultuur-ondernemen.nl/>). Presnejšie sú rozpracované aj pravidlá sponzoringu v kódexe reklamy ([Stichting Reclame Code](#)), a to aj pokiaľ ide o šport, a v zákone o tabaku. Ďalej legislatíva zahŕňa niekoľko právnych úprav sponzorstva v médiách.

**Írsko:** [všeobecný zákon o obchodnej komunikácii](#) a [ASAI kódex](#) (Kódex štandardov pre reklamu a marketingovú komunikáciu v Írsku).<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Podrobnosti o sponzoringu v Írsku je možné nájsť na: [https://www.mccannfitzgerald.com/uploads/Sponsorship\\_QAndA\\_Ireland.pdf](https://www.mccannfitzgerald.com/uploads/Sponsorship_QAndA_Ireland.pdf)

**Litva:** [zákon o poskytovaní informácií verejnosti](#), [zákon o profesionálnom múzickom umení](#) a [zákon o postavení umelca a postavení organizácie umelcov](#).

**Maďarsko:** zákon XLVIII z roku 2008 o základných požiadavkách a obmedzeniach komerčnej reklamnej činnosti a [zákon CLXXXV z roku 2010 o mediálnych službách a masmédiách](#).

**Nemecko:** viaceré právne predpisy, ktoré sa týkajú sponzorstva a obsahujú relevantné nariadenia, najmä zákon o dani z príjmu, o nekalej súťaži, štátna mediálna zmluva, tabakový zákon.<sup>11</sup>

**Poľsko:** [zákon o hazardných hrách](#) (najmä čl. 29 a 29b) a [zákon o vysielaní](#) (najmä čl. 17).

**Rakúsko:** sponzoring vzdelávania je upravený v zákone o školskom vzdelávaní (§ 46 [Schulunterrichtsgesetz](#)). V zákone o vysielaní ([ORF-Gesetz](#)) sú dané špecifiká pre Rakúsku asociáciu pre vysielanie.

**Spojené kráľovstvo:** V kontexte audiovizuálneho vysielania platia [pravidlá úradu Ofcom](#) (angl. Office of Communications). Prevádzkovatelia vysielania sú povinní dodržiavať *Kódex vysielania* z januára 2019. Časť 9 kódexu sa zaoberá komerčnými referenciami, vrátane sponzorstva v programoch. Viac informácií o sponzoringu v KKP je možné získať u Federácie kreatívneho priemyslu ([Creative Industries Federation](#)) a z jej publikácie z roku 2015 [Creative industries: routes to finance](#).

**Španielsko:** Daňové zaobchádzanie so sponzorstvom a jeho uplatňovanie je spresnené najmä v oblasti športu.

---

<sup>11</sup> Einkommensteuergesetz (EStG) (Income Tax Act) <https://www.gesetze-im-internet.de/estg/BJNR010050934.html>, najmä § 4 Abs. 4 EStG;

Körperschaftsteuergesetz (Corporation Tax Act) [https://www.gesetze-im-internet.de/kstg\\_1977/BJNR025990976.html](https://www.gesetze-im-internet.de/kstg_1977/BJNR025990976.html), najmä § 9 KStG;

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), (Act Against Unfair Competition), [https://www.gesetze-im-internet.de/englisch\\_uwg/englisch\\_uwg.html](https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_uwg/englisch_uwg.html), najmä § 5 Abs. 1 Nr. 4 UWG;

Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland (Medienstaatsvertrag – MStV), (State Treaty on the Modernization of the Media Order in Germany) <http://www.luewu.de/docs/gvbl/docs/2377.pdf>, najmä § 10 MStV,

Gesetz über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse (Tabakerzeugnisgesetz – TabakerzG), (Act on tobacco and related products), <https://www.gesetze-im-internet.de/tabakerzg/BJNR056910016.html>, najmä § 19 TabakerzG

## 2. Sponzori



### 2.1. Vymedzenie subjektov, ktoré sa môžu stať sponzorom

**a) Áno:** Bulharsko, Cyprus, Česko, Dánsko, Írsko, Litva, Maďarsko, Poľsko, Portugalsko, Rakúsko, Rumunsko, Slovensko

Podľa pravidiel českej legislatívy, ktoré môžeme poňať ako modelové, pri sponzоровaní v rozhlasovom a televíznom vysielaní môže byť sponzorom fyzická alebo právnická osoba, ktorá:

- a. neprevádzkuje rozhlasové alebo televízne vysielanie,
- b. neposkytuje audiovizuálne mediálne služby na požiadanie,
- c. nie je výrobcom audiovizuálnych diel,
- d. nemá vplyv na obsah alebo načasovanie programu a iných častí vysielania v zložení programu,
- e. dodržiava podmienky základného účelu sponzorstva s cieľom vytvoriť dobrú vôľu a priamo alebo nepriamo nepresvedčí o kúpe určitého produktu alebo o konzumácii určitej služby.

Sponzorom nemôže byť:

- a. subjekt, ktorého hlavnou činnosťou je výroba alebo predaj cigariet, iných tabakových výrobkov, elektronických cigariet alebo náplní
- b. subjekt, ktorý poskytuje tovary, služby alebo iné služby alebo hodnoty, ktorých predaj, poskytovanie alebo šírenie je v rozpore so všeobecne záväznými právnymi predpismi,
- c. politická strana alebo hnutie, nezávislý kandidát na poslancov, senátorov, prezidenta republiky alebo členov rady územného samosprávneho celku.

Viacero štátov vylučuje aj subjekty zaoberajúce sa hazardnými hrami či produkujúcimi alkohol.

V **Bulharsku** čl. 11 ods. 6 a ods. 7 zákona o patronáte upravuje obsah zmluvy o grante. Zmluva určuje zmluvné strany, druh a hodnotu grantu, účel jeho poskytnutia, ako aj spôsob a podmienky jeho poskytnutia a použitia. Zmluva tiež upravuje spôsoby výmeny informácií a kontroly. Zákon výslovne zakazuje, aby sa v zmluve dohodlo použitie mena patróna na reklamné účely.

**Poľská** legislatíva čiastočne obmedzuje niektoré subjekty. Napríklad sponzori zapojení do hráčskych aktivít môžu propagovať svoju spoločnosť, avšak nie vlastné produkty. Za určitých podmienok môžu byť sponzormi aj predajcovia alkoholických nápojov v rozmedzí

obsahu alkoholu od 8 % do 18 %. A to počas hromadných akcií, koncertov, športových podujatí, na lístkoch a vstupenkách, či formou informačnej tabule na konkrétnej sponzorovanej udalosti. Distribútor s vyšším podielom alkoholu ako 18 % má zákaz na všetky formy takejto propagácie.<sup>12</sup>

**Portugalský** Štatút daňových výhod (TBS) upravuje subjekty, ktoré môžu sponzorovať KKP. Môžu to byť všetky fyzické a právnické osoby, verejné alebo súkromné spoločnosti spĺňajúce pravidlá podľa [čl. 62-B, ods. 2](#) a [čl. 61](#).

**Rakúsko** upravuje napríklad sponzorovanie vysielania farmaceutickými firmami. Môžu uvádzať logo a firmu, avšak nie konkrétne vyrobené liečivo.

Sponzorom v **Rumunsku** môže byť (podobne ako na Slovensku i v iných štátoch) právnická alebo fyzická, ktorá nemá daňové a odvodové podľžnosti a nevedie sa proti nej konkurzné konanie; nedotýka sa práv veriteľov; nevykonáva sponzorstvá zo zdrojov verejného rozpočtu.<sup>13</sup> Sponzorstvá pre rozhlasové a televízne programy, produkcie a predstavenia musia byť v súlade s ustanoveniami zákona č. 504/2002 (o audiovizii). Propagácia tabakových výrobkov je od roku 2004 zakázaná, výnimkami sú festivaly, hudobné či umelecké predstavenia.<sup>14</sup> Sponzor alebo príjemca môže informovať verejnosť o sponzorstve iba propagáciou názvu, značky alebo imidžu (napr. loga) sponzora.

**b) Nie:** Fínsko, Holandsko, Lotyšsko\*, Nemecko, Slovinsko, Spojené kráľovstvo, Švédsko

\* Lotyšsko má obmedzenia týkajúce sa reklamy na alkohol a tabakové výrobky, bylinné výrobky na fajčenie a elektronické fajčiarske zariadenia.<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Bližšie na: <https://www.lexlege.pl/ustawa-o-wychowaniu-w-trzezwosci-i-przeciwdzialaniu-alkoholizmowi/art-13-1/>

<sup>13</sup> Novelizácia zákona o sponzorstve. Dostupné online:  
[http://www.cdep.ro/pls/legis/legis\\_pck.http\\_act\\_text?id=308](http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.http_act_text?id=308)

<sup>14</sup> Romania. *The Audio-visual Law*. Dostupné online:  
[https://www.tobaccocontrollaws.org/files/live/Romania/Romania%20-%20Law%20No.%20504\\_2002.pdf](https://www.tobaccocontrollaws.org/files/live/Romania/Romania%20-%20Law%20No.%20504_2002.pdf)

<sup>15</sup> Bližšie na: <https://likumi.lv/ta/en/en/id/88009-handling-of-alcoholic-beverages-law>;  
<https://likumi.lv/ta/en/en/id/282077-on-the-handling-of-tobacco-products-herbal-products-for-smoking-electronic-smoking-devices-and-their-liquids>

### 3. Sponzorované subjekty, kritériá



#### 3.1. Vymedzenie / obmedzenie subjektov, ktoré sa môžu stať príjemcami sponzorstva

**a) Áno:** Litva, Portugalsko, Španielsko

V **Litve** sa príjemcami sponzorstva môžu stať aj fyzické osoby, ktoré získali štatút umelca v súlade so zákonom o postavení umelca a postavení organizácie umelcov.

V **Portugalsku** musia podľa Štatútu daňových výhod (TBS), [čl. 62-B, ods. 3](#), prijímajúce subjekty získať od člena vlády, zodpovedného za oblasť kultúry, ešte pred prijatím darov vyhlásenie o ich začlenení do režimu kultúrneho patronátu a prejaviť záujem o vyvíjanie aktivít. A to pokiaľ nie sú vymedzené v [čl. 10](#) zákona o dani z príjmov pre právnické osoby (*IRC Code*) alebo pokiaľ projekt alebo činnosť, ktorá má prospech z darovania, nie je zjavne predmetom verejnej podpory poskytovanej orgánmi pod vedením zodpovedného člena vlády pre oblasť kultúry. Príjemcov kultúrneho sponzorstva taxatívne vymenúva [čl. 62-B, ods. 1](#) TBS.

V **Španielsku** sú definované ako neziskové organizácie tie, ktoré sledujú ciele všeobecného záujmu.<sup>16</sup>

**b) Nie:** Cyprus, Česko, Fínsko, Holandsko, Lotyšsko, Poľsko, Rakúsko, Slovinsko, Spojené kráľovstvo, Švédsko

**c) Iné:** Dánsko, Francúzsko, Írsko, Maďarsko, Nemecko, Slovensko

V televízii a audiovizuálnych mediálnych službách nie je v daných krajinách možné sponzorovať spravodajské a publicistické programy.

Ďalším z príkladov môže byť zákaz sponzorovania podujatí pre mládež odvetvím vyrábajúcim alkohol (Írsko).

<sup>16</sup> Sú nimi o. i. ochrana ľudských práv, ochrana obetí terorizmu a akéhokoľvek násillia, sociálna pomoc a sociálne začlenenie takýchto občanom alebo skupín občanov; ďalej občianska, vzdelávacia, kultúrna, vedecká, športová, zdravotná, pracovná, inštitucionálna podpora, spolupráca pri rozvoji, podpora dobrovoľníctva, podpora sociálnej činnosti, ochrana životného prostredia, podpora a starostlivosť o ľudí, ktorým hrozí vylúčenie zo spoločnosti z fyzických, ekonomických alebo kultúrnych dôvodov, podpora ústavných hodnôt a ochrany demokratických princípov, podpora rozvoja tolerance, rozvoja sociálnej ekonomiky, informácií o spoločnosti, vedeckého výskumu alebo technologického rozvoja a ich prenosu do produktívneho sektoru.

Vo **Francúzsku** sa tieto subjekty nesmú zaoberať násilím alebo pornografiou.

V **Nemecku** podľa § 10 ods. 4 vety 1 Štátnej mediálnej zmluvy spravodajské vysielanie a programy o politike nie sú sponzorované a podľa § 10 ods. 4 vety 2 je zakázané zobrazovať logá sponzorov v programoch pre deti a v programoch s náboženským obsahom. Nemecko tiež obmedzuje sponzorstvo programov propagujúcich tabakové výrobky, za istých okolností aj podujatia, ktoré by priamo alebo nepriamo viedli k ich propagácii.

### 3.2. Kritéria pre príjemcov sponzorstva

**a) Áno:** Maďarsko, Litva, Portugalsko

V **Maďarsku** poskytujú rámec zmluvným stranám v kreatívnom a kultúrnom priemysle [zákon V z roku 2013 občiansky zákonník](#) a zákon XLVIII z roku 2008 o základných požiadavkách a určitých obmedzeniach komerčnej reklamnej činnosti.

V **Litve** sa právnické osoby stanú príjemcami sponzorstva a získajú nárok na sponzorstvo až po získaní statusu príjemcu sponzorstva v súlade s postupom ustanoveným v [zákone o charite a sponzorstve](#).

V **Portugalsku** sú podrobnosti o povinnostiach subjektu prijímajúceho dary stanovené v [čl. 66](#) TBS. Jeho ods. 3 hovorí o tom, že finančné dary vyššie ako 200 EUR sa musia uskutočňovať formami platieb, ktoré umožňujú identifikáciu sponzora (bankovým prevodom, osobným šekom alebo priamym debetom). Vyhláškou [č. 318/2015](#) sa schválilo vzorové vyhlásenie č. 25 pre subjekty, ktoré prijímajú daňovo relevantné dary v režime zakotvenom v TBS formou kultúrneho sponzorstva.

**b) Nie:** Cyprus, Česko, Dánsko, Fínsko, Grécko, Írsko, Lotyšsko, Nemecko, Poľsko, Slovensko, Slovinsko, Spojené kráľovstvo, Švédsko

#### 4. Hranice výšky sponzorského príspevku



##### 4.1. Minimálna a/alebo maximálna hranica výšky sponzorského

**a) Áno:** Rumunsko (pre maximum)

V **Rumunsku** by maximálna hodnota nemala presiahnuť 20 % zo splatnej dane z príjmu.

**b) Nie:** Bulharsko, Cyprus, Česko, Dánsko, Fínsko, Litva, Lotyšsko, Írsko, Nemecko Slovensko, Poľsko, Portugalsko, Rakúsko, Slovensko, Slovinsko, Spojené kráľovstvo, Švédsko

**c) Iné:** Maďarsko

**Maďarsko** definuje v zákone LXXXI z roku 1996 o dani z príjmov právnických osôb a dani z dividend určité horné limity iba pokiaľ ide o sponzoring v športe:

*Daňová úľava pri sponzorovaní populárnych tímových športov*

§ 22 / C

(4) Celková suma uvedená v sponzorských osvedčeniach nesmie presiahnuť súhrnne napríklad:

- a. 90 % oprávnených výdavkov na výskum a vývoj talentov mladých športovcov;
- b. 90 % oprávnených nákladov na účasť v súťažiach;
- c. 50 % nákladov na zamestnancov, atď.



## 5. Protihodnota zo strany štátu



### 5.1. Daňové benefity

**a) Áno:** Bulharsko, Cyprus, Česko, Fínsko, Francúzsko, Grécko, Holandsko, Írsko, Litva, Maďarsko, Nemecko, Portugalsko, Rakúsko, Rumunsko, Slovensko (v športe), Slovinsko, Spojené kráľovstvo, Španielsko, Švédsko, Taliansko

#### **Bulharsko**

Zákon o patronáte ustanovuje, že štát podporuje patrónov formou daňových, úverových, colných a iných finančných a ekonomických úľav, ktoré sú definované v príslušných osobitných zákonoch.

#### **Cyprus**

Sponzorovanie alebo darovanie zdaniteľnou osobou podlieha odpočtom dane z príjmu podľa § 9 ods. 1 písm. f [zákona o dani z príjmov L.118 \(I\) 2002](#).

#### **Česko**

Podľa [zákona č. 586/1992 Sb. o daniach z príjmov](#) (§ 15, ods. 1) má každý podnikateľ možnosť poskytnúť sponzorský dar inej osobe alebo inej právnickej osobe. Zo základu dane sa môže tento dar odrátať, ak je v minimálnej výške 2 % (alebo najmenej 1 000 Kč); najviac sa môže odrátať 15 % zo základu dane. Dar teda umožňuje sponzorom znížiť daň z príjmu.

#### **Fínsko**

Neziskovým organizáciám sa odpúšťa daň z darovania.

Náklady vzniknuté sponzorstvom sú pre sponzora odpočítateľné, ak sa považujú za náklady na reklamu alebo marketing. Ak výdavky nesúvisia s marketingom sponzora, sponzorské výdavky nie sú daňovo uznateľné, pretože na sponzorstvo neexistuje žiadna špeciálna daňová úľava. Samotné poskytnutie finančnej podpory bez zviditeľnenia sa nemôže brať ako odpočítateľný výdavok v oblasti daní.

Podľa § 82 zákona o dani z príjmu (č. 1535/1992) fyzické i právnické osoby majú nárok na odpočítanie zo základu dane sumu vo výške 850 – 250 000 EUR na účely podpory vedy, umenia alebo fínskeho kultúrneho dedičstva, poskytnuté členskému štátu EHP alebo verejne financovanej univerzite (inštitútu najvyššieho vzdelávania). Právnické osoby majú navyše nárok na odpočítanie peňažných darov vo výške 850 – 50 000 EUR na účely podpory vedy, umenia alebo fínskeho kultúrneho dedičstva, poskytnutých združeniam, nadáciám alebo iným inštitúciám v EHP pod podmienkou, že ich nominovala Národná daňová rada (tzv.

príjemcom odpočítateľných darov) a že ich cieľom je zachovanie fínskeho kultúrneho dedičstva.

### **Francúzsko**

Sponzorstvo s priamou protihodnotou a sponzorstvo s nepriamou resp. žiadnou protihodnotou reagujú na rôzne fiškálne logiky.

Výdavky v rámci sponzorstva s nepriamou príp. žiadnou protihodnotou vedú k zníženiu dane o 60 % výšky daru pre jeho zlomok menší alebo rovný 2 miliónom EUR a k zníženiu dane o 40 % ak je väčší, a to v rámci limitu 10 000 EUR alebo 5/1000 obratu spoločnosti.

Výdavky v rámci sponzorstva s priamou protihodnotou sú odpočítateľné od zdaniteľných výsledkov spoločnosti, ktorej vznikli.

### **Grécko**

Pokiaľ ide o finančné výhody, článok 43 zákona č. 2961/2001 špecifikuje dary, ktoré sú oslobodené od dane. Autonómne zdaňovanie sa vzťahuje aj na neziskové právnické osoby a na nehnuteľnosti, ktoré podľa článku 96 zákona č. 2039/1939 sledujú všeobecný záujem alebo majú vzdelávacie či umelecké ciele. V článku 29 ods. 5 sa uvádza, že vyššie uvedené subjekty sú zdaňované sadzbou 0,5 % po odpočítaní nezdaniteľnej sumy 1 000 EUR ročne (článok 43 zákona č. 2961/2001).

Článok 19 zákona 4172/2013 definuje daňové odpočty pre fyzické osoby z darov a sponzorských darov, ak celková darovaná suma presahuje 100 EUR. Daň sa znižuje o 10 % z výšky darov právnickým osobám, ktoré sa venujú kultúrnym cieľom.

Celková suma darov nemôže presiahnuť 5 % zo zdaniteľného príjmu. Sumy darov a grantov sa zohľadňujú, iba ak sú vložené na osobitný účet príjemcu, ktorý sa na tento účel otvorí v úverovej inštitúcii legálne pôsobiacej v Grécku.

Článok 31 zákona č. 2238/1994 (daňový zákon o príjmoch) v znení článku 3 zákona č. 4110/2013 definuje kategórie, ktoré sú oprávnené na odpočítanie dane pre podniky. Odpočítateľné sú tieto výdavky: hodnota mobilných pamiatok darovaných verejnosti alebo uznávaným múzeám.

Darované peniaze by nemali presiahnuť 10 % z celkového čistého príjmu podnikov voči právnickým osobám podľa súkromného práva za predpokladu, že sa venujú kultúrnym účelom.

Čiastky darov a grantov presahujúce 290 EUR ročne musia byť vložené na osobitný účet príjemcu, ktorý bude za týmto účelom otvorený v úverovej inštitúcii legálne pôsobiacej v Grécku. Celková výška darov nemôže prekročiť výšku čistého zisku spoločnosti, t. j. dary, ktoré vedú k finančným stratám nie sú odpočítateľné.

### **Holandsko**

Od dane z darovaných prostriedkov sú oslobodené verejnoprospešné organizácie (ANBI), ako sú kultúrne alebo akademické inštitúcie, a tiež organizácie slúžiace na

spoločenské účely (SBBI), ako sú amatérske športové kluby, skautské združenia alebo záujmové krúžky. Navyše si môžu fyzické a právnické osoby, ktoré poskytujú sponzorské dary pre ANBI a SBBI odpočítať tieto dary od dane z príjmu alebo dane z príjmu právnických osôb. Za takéto organizácie môžeme označiť tie, ktoré najmenej 90 % svojej činnosti orientujú na verejné blaho. Nepatria sem športové zväzy ani zamestnanecké združenia.

### Írsko

Za predpokladu, že sú sponzorské prostriedky vyplatené úplne a výlučne na obchodné účely sponzora, môžu sa klasifikovať ako odpočítateľný náklad pri dani z príjmu / dani z príjmov právnických osôb v súlade so [zákonom o konsolidácii daní](#) z roku 1997 (TCA).

### Litva

Podľa článku 24 ods. 4 kapitoly IV zákona o dani z pridanej hodnoty „dodávky tovaru a/alebo služieb neziskovými právnickými osobami, zapojenými do činností uvedených v článkoch 20 (Tovary a služby súvisiace so zdravotnou starostlivosťou), 21 (Sociálne služby a súvisiace tovary), 22 (Služby vzdelávania a odbornej prípravy) a 23 (Kultúrne a športové služby) tejto kapitoly alebo odsekov 1, 2 alebo 6 tohto článku počas charitatívnych a sponzorských akcií organizovaných uvedenými osobami (vrátane predaja vstupeniek na podujatia) sú oslobodené od DPH, ak sa má zostatok vyzbieraných finančných prostriedkov zostávajúci po pokrytí výdavkov súvisiacich s organizáciou podujatia prideliť iba na charitatívne a/alebo verejnoprospešné práce, ktoré vykonávajú vyššie uvedené osoby.

Tieto ustanovenia sa budú vzťahovať na najviac 12 charitatívnych a sponzorských podujatí organizovaných konkrétnou právnickou osobou v priebehu kalendárneho roka. Ak sa v priebehu kalendárneho roka zorganizuje viac ako 12 podujatí, každá ďalšia udalosť a súvisiace dodávky tovaru a/alebo služieb podliehajú DPH v súlade s postupom ustanoveným v tomto zákone.

Na účely tohto zákona sa kultúrne podujatie (divadelné, hudobné, choreografické atď.), veľtrh alebo podobné podujatie považuje za charitatívne alebo sponzorské podujatie, ak je uvedené počas prípravnej fázy podujatia (na vstupenkách, plagátoch alebo inak), že po pokrytí organizačných výdavkov bude celkový zostatok finančných prostriedkov zhromaždených počas podujatia pridelený na charitatívne a/alebo verejnoprospešné práce vykonávané právnickou osobou organizujúcou podujatie. Na účely tohto zákona sa charitatívne a verejnoprospešné práce vykladajú v súlade s definíciou pojmov v zákone Litovskej republiky o charite a sponzorstve.

### Maďarsko

Do roku 2020 mal kultúrny sektor podobný podporný systém ako sponzorstvo v športe, ale právna úprava bola zrušená. Zákon LXXXI z roku 1996 poskytuje daňové úľavy na živú hudbu.

## Nemecko

Kultúrne sponzorstvo s protihodnotou pre sponzora sa považuje za náklad na podnikanie a je daňovo uznateľný. Výdavky v súvislosti so sponzorstvom môžu byť prevádzkové náklady, dary, nezdaniteľné životné náklady. Rozhodujúcim faktorom pre uznanie prevádzkových nákladov je, že výdavky boli vynaložené z prevádzkových dôvodov, napríklad na reklamu spoločnosti alebo jej výrobkov. Klasifikácia dane z pridanej hodnoty pri sponzorstve závisí od toho, či sa týka konkrétnych reklamných aktov alebo pasívnych služieb. Na reklamné služby poskytované sponzorom sa spravidla vzťahuje plná sadzba dane z pridanej hodnoty. Pasívne služby sa naopak týkajú správy majetku a podliehajú zníženej sadzbe dane z pridanej hodnoty.

Výdavky spoločnosti, ktoré nie sú klasifikované ako prevádzkové náklady, môžu byť za určitých okolností daňovo odpočítateľné ako dary. A to vtedy, ak má dar charitatívny, benefičný alebo cirkevný účel, nejedná sa o platbu za osobitnú protihodnotu a nemá finančný súvis s výkonom obdarovaného. Pri týchto platbách môžu fyzické osoby požadovať odpočítanie dane ako osobitné výdavky; spoločnosti ich môžu odpočítať pri určovaní zisku ako prevádzkové náklady odpočítateľné v obmedzenom rozsahu. Charitatívne dary môžu byť daňovo uznané výdavky do výšky 20 % z príjmu alebo 4 % z celkového predaja a miezd a platov vynaložených v kalendárnom roku.

Výdavkami, ktoré nie sú daňovo odpočítateľné ani ako prevádzkové náklady, ani ako dary, sú neodpočítateľné súkromné životné náklady alebo neodpočítateľné prevádzkové náklady, ktoré majú za následok skryté rozdelenie ziskov.

## Portugalsko

Podľa Generálneho riaditeľstva pre umenie ([General Direction of the Arts](#)) kultúrny patronát je súbor daňových stimulov, ktorý sa premieta do daňových úľav pre tých, ktorí prispievajú k ochrane umelcov a umenia a podporujú kultúrny rozvoj krajiny. Zainteresované subjekty môžu požiadať o uznanie kultúrnej hodnoty svojich činností Úrad pre stratégiu, plánovanie a hodnotenie kultúry [GEPAC](#).

Podrobnosti odpočtov zo zdaniteľného zisku spoločností a príjmov fyzických osôb sú uvedené najmä v [čl. 62](#) a [čl. 63](#) Štatútu daňových výhod. Podľa ods. 2 čl. 62 Štatútu sa uvádza, že poskytnuté dary sa považujú za náklady alebo straty za fiškálny rok v hodnote zodpovedajúcej:

- 120 %, ak je určené výhradne na kultúrne, environmentálne, športové a vzdelávacie účely;
- 130 %, ak sa poskytnú vo forme viacročných zmlúv.

V ods. 6 čl. 62 Štatútu sa vymenúvajú konkrétne subjekty – im poskytnuté dary sa považujú za náklady alebo straty za fiškálny rok, a to do výšky 6/1000 objemu predaja.

## Rakúsko

Daňové aspekty sponzoringu sú upravené v daňovom práve (zákon o dani z príjmov fyzických osôb, zákon o dani z príjmov právnických osôb, zákon o dani z pridanej hodnoty) a v sprievodných administratívnych opatreniach (napr. Vereinsrichtlinien – informácie federálneho

ministerstva financií o daňových aspektoch charitatívnych organizácií).<sup>17</sup> Sponzoring možno odrátať zo základu dane, ak má sponzorovaná akcia široký dosah a je náležite zverejnená; tiež je nevyhnutné dokázať, že dohody o sponzoringu boli uzavreté za bežných trhových podmienok. Pravidlom je, že výdavky na efektívnu propagačnú činnosť sú daňovo odpočítateľné, zatiaľ čo financovanie zo súkromných zdrojov nie je daňovo uznateľné. Daňový bonus je možný napríklad vtedy, ak sponzor nie je uvedený iba na udalosti (napr. v brožúre alebo na plagátoch), ale ak je sponzorská činnosť tiež súčasťou komerčnej reklamy spoločnosti alebo sa jej sponzorské aktivity uvádzajú v masmédiách.<sup>18</sup>

### Rumunsko

Sponzorské výdavky nie sú odpočítateľné, ale súvisiace sumy sa odpočítavajú od dane zo zisku na úrovni minimálnej hodnoty. Fyzické alebo právnické osoby, ktoré poskytujú sponzoring v oblastiach stanovených zákonom, majú výhodu zníženia základu dane v hodnote zodpovedajúcej sponzorstvu, najviac však 5 % zo zdaniteľného príjmu s výnimkou príjmu zo mzdy v prípade fyzických osôb.

### Slovinsko

Kľúčové je definovať každý typ služby (benefitu) sponzora do všetkých podrobností – vrátane spôsobu a rozsahu i hodnoty služby. Ak sponzorstvo nie je definované v zmluve alebo uzavretá zmluva neobsahuje všetky kľúčové prvky, výdavky sponzora nie sú daňovo uznateľnými nákladmi a neznižujú základ dane z príjmu právnických osôb.<sup>19</sup>

### Švédsko

Všeobecný benefit sponzorstva v podobe nároku na odpočet sponzorských príspevkov sa rieši rovnakým spôsobom bez ohľadu na príjemcu. Právo na odpočet sponzorských príspevkov sa posudzuje na základe ustanovení, ktoré sa všeobecne vzťahujú na prevádzkové náklady spoločnosti.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> Bližšie pozri na: [Standardsuche - Findok Internet \(bmf.gv.at\)](http://standardsuche.findok.at/bmf/gv.at)

<sup>18</sup> Bližšie informácie o sponzoringu a zdaňovaní sú dostupné online: <https://www.bmf.gv.at/themen/steuern/fuer-unternehmen/betriebseinnahmen-betriebsausgaben/information-sponsoring-kunst-kulturveranstalter.html>  
<https://www.bmkoef.gv.at/Kunst-und-Kultur/informationen-fuer-kunstschaffende/steuerrechts-informationen.html>

<sup>19</sup> Príslušné predpisy sú dostupné na: <http://pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO4687#>  
<https://www.uradni-list.si/glasilo-uradni-list-rs/vsebina/2019-01-2927/zakon-o-spremembah-in-dopolnitvah-zakona-o-davku-od-dohodkov-pravnih-oseb-zddpo-2r>  
<https://www.uradni-list.si/glasilo-uradni-list-rs/vsebina/2019-01-2929/zakon-o-spremembah-in-dopolnitvah-zakona-o-dohodnini-zdoh-2v>

<sup>20</sup> Zákon o dani z príjmov je dostupný na: [https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/inkomstskattelag-19991229\\_sfs-1999-1229](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/inkomstskattelag-19991229_sfs-1999-1229)

## Spojené kráľovstvo

S nákladmi na sponzorstvo sa na daňové účely zaobchádza podobne ako s výdavkami na reklamu: klasifikujú sa ako náklady na podnikanie a sú odpočítateľné z daňového základu. Odpočítať ich nemožno za týchto okolností:

1. ak sú to výdavky „kapitálového charakteru“ (teda trvalé aktívum, napr. auto);
2. ak išlo skôr o dar v prospech predmetnej umeleckej organizácie alebo športového klubu a podnik nevynaložil tieto výdavky na účel svojho podnikania;
3. ak typ výdavkov nie je prípustným obchodným nákladom (výdavky na dary nie sú vo všeobecnosti odpočítateľné od dane).

Daňový orgán – HM Revenue & Customs (HMRC) – publikoval detailnú [príručku](#) o spôsobe, akým spoločnosti a podniky počítajú svoje zdaniteľné zisky. Jeho technický manuál podrobne hovorí o obmedzeniach, ktoré sa kladú na sponzorstvo subjektov, ak sa majú dané náklady odpočítať z daňového základu.

Registrované charity môžu spoločnosti podporiť aj formou darov. Potom je možné získať daňovú úľavu z daru – a zároveň charitatívna organizácia nebude musieť platiť daň z tohto príjmu. Prípadne, ak spoločnosť získa niečo na oplátku od charity, takáto podpora sa môže považovať za obchodný náklad. HM Revenue & Customs poskytuje [informácie](#) pre charitatívne organizácie, ktoré sa snažia prilákať obchodné sponzorstvo.

## Španielsko

V španielskej legislatíve je špeciálna časť venovaná regulácii daňových stimulov pre sponzorstvo. Upravené sú konkrétne daňové stimuly uplatniteľné na granty, dary a príspevky poskytované v mene prijímajúcich inštitúcií. Z dôvodu účelu týchto stimulov sú kapitálové výnosy a kladné nájomné, ktoré sa odhalia počas takýchto darov alebo príspevkov, oslobodené od osobnej dane darcu.

Dary, granty alebo príspevky poskytnuté v mene sponzorskej činnosti prijímajúcich subjektov poskytujú právo na odpočítanie dane z príjmu fyzických osôb darcu alebo prispievateľa. Odpočet dane z príjmu predstavuje 25 percent z výšky darov, grantov a príspevkov vykonaných v rámci dane z príjmu fyzických osôb a dane z príjmu pre daňovníkov nerezidentov bez stálej prevádzkarne v Španielsku a 35 percent dane z príjmu právnických osôb a dane z príjmu pre nerezidentov. Miera a limity odpočtu sa môžu zvýšiť až o päť percentuálnych bodov, ak je sponzorská činnosť vyvíjaná prijímajúcimi subjektmi zahrnutá do zoznamu sponzorských činností stanovených podľa zákona o štátnom rozpočte.



## Taliansko<sup>21</sup>

Sponzorská zmluva sa považuje za zmluvu o reklame, teda za finančnú výmenu bilaterálnych služieb. So sponzorskými nákladmi sa vo všeobecnosti zaobchádza rovnako ako s reklamnými nákladmi podľa čl. 108 [prezidentského dekrétu č. 917/1986](#) (zákon o interných príjmoch), pokiaľ je jasne uvedené, aký reklamný priestor je zaručený výmenou za uvedené zaplatené sponzorstvo. Podľa ustanovení zákona (najmä čl. 15) sa poskytuje daňová úľava vo výške 19 % na tieto druhy výdavkov:

- dobrovoľné platby združeniam sociálneho rozvoja;
- dobrovoľné platby v prospech humanitárnych iniciatív;
- dobrovoľné platby v zábavnom priemysle;
- dobrovoľné platby v prospech škôl;
- dobrovoľné platby za činnosti s dôležitou kultúrnou alebo umeleckou hodnotou;
- dobrovoľné dary v hotovosti politickým stranám a hnutiam;
- finančné dary poskytnuté v prospech amatérskych športových združení.

Subjekty, ktoré podliehajú dani z príjmov právnických osôb (najmä spoločnosti, obchodné a nekomerčné subjekty), môžu od svojho celkového priznaného príjmu odpočítať všetky peňažné alebo vecné dary poskytnuté týmto subjektom:

- neziskové organizácie,
- uznané nadácie a združenia, ktorých štatút zahŕňa ochranu, propagáciu a rozvoj majetku umeleckej, historickej a scénickej hodnoty,
- uznané nadácie a združenia, ktorých štatutárnym cieľom je rozvoj a podpora vedecko-výskumných činností,
- mimovládne organizácie pre rozvojové krajiny,
- náboženské inštitúcie,
- univerzity a výskumné centrá.

---

<sup>21</sup> [Vyhláška č. 83 z roku 2014](#), zaviedla pre roky 2014 – 2016 dočasný daňový „umelecký bonus“ v prospech jednotlivcov alebo spoločností, ktoré poskytujú peňažné dary na podporu programov v kultúrnych a umeleckých odvetviach. Išlo o 65 % sumy investovanej do údržby, ochrany alebo obnovy verejného kultúrneho dedičstva, výstavby nových zariadení alebo podpory kultúrnych inštitúcií v hudobnom a zábavnom priemysle. Ako príklad „umeleckého bonusu“ pozri: <https://www.teatroregio.torino.it/en/regio-companies/art-bonus>.



**b) Nie:** Dánsko, Lotyšsko, Poľsko

### **Lotyšsko**

Sponzorstvo je brané ako vzájomne výhodná transakcia medzi príjemcom a spoločnosťou, ktorá poskytuje podporu z rozpočtu na marketing alebo reklamu. V prípade sponzorstva sa teda neposkytujú žiadne odpočty dane z príjmu právnických osôb.

### **Poľsko**

Sponzorská zmluva nie je upravená v občianskom zákonníku ani iným právnym predpisom. Keďže kombinuje prvky rôznych zmlúv, je definovaná ako zmiešaná zmluva a jej obsah si slobodne vytvárajú zmluvné strany. Daňový zákon neupravuje konkrétne ustanovenia súvisiace so sponzorskou zmluvou, a tak platia všeobecné pravidlá uplatňovania dane. A teda sponzor nemá žiadne nadštandardné daňové zvýhodnenia od štátu.

## Záver

V analýze sme priniesli pohľad na problematiku sponzoringu v oblasti kultúry a kreatívneho priemyslu v 23 štátoch Európy, vrátane Slovenska. V úvode možno konštatovať, že prevažná väčšina štátov nemá špecifický zákon o sponzoringu a ani zákon o sponzoringu v oblasti KKP. Iba päť štátov malo špecifické predpisy k sponzoringu ako takému, pričom v prípade Bulharska, Portugalska a Španielska ide skôr o zákony o patronáte alebo predpisy, ktoré zároveň prinášajú systém daňových úľav; v Litve majú samostatný zákon o charite a sponzorstve a v Rumunsku zákon o sponzorstve. Prepracované podmienky sponzoringu, hoci nie v zákonnej forme, má aj Holandsko. Jedine Grécko má špecifický zákon o kultúrnom sponzorstve. Až 13 štátov, vrátane Slovenska, uvádza, že čiastkové úpravy sponzoringu sa nachádzajú vo viacerých zákonoch, najmä v zákonoch o vysielaní, o médiách, ďalej o športe, o tabakovom priemysle, o nekalej súťaži či v rôznych daňových zákonoch. Zákony napr. upravujú podmienky sponzorskej zmluvy.

Väčšina skúmaných štátov stanovuje aspoň základné nároky na sponzora. Tým môže byť zvyčajne fyzická aj právnická osoba, ktorá nemá podlžnosti voči štátnemu rozpočtu, nie je v konkurze ani nemá nedoplatky na sociálnom, zdravotnom poistení a podobne. Pre špecifické sponzorstvo sa môžu klásť špecifické nároky na sponzora. Vo väčšine štátov sa obmedzuje sponzoring zo strany firiem zaoberajúcich sa tabakovými produktmi a alkoholom, prípadne hazardnými hrami. Pre farmaceutické firmy platia taktiež rôzne obmedzenia.

Štáty právne nedefinujú konkrétne kritériá kladené na sponzorované subjekty alebo ich obmedzenia. Výnimkou sú Litva, Portugalsko a Španielsko, čiastočne Maďarsko. Obmedzujú sa niektorí špecifickí prijímatelia - napr. podujatia pre mladistvých nemôžu sponzorovať firmy zaoberajúce sa alkoholom, sponzorované nemôže byť politické spravodajstvo.

Pokiaľ ide o ohraničenie výšky sponzoringu, jedine Rumunsko uvádza hornú hranicu sponzorského daru, ktorý by nemal presiahnuť 20 % zo splatnej dane z príjmu. Maďarsko uvádza určité horné limity len v súvislosti so sponzoringom v športe. Ostatné krajiny dolnú ani hornú hranicu nemajú, respektíve ju neuvádzajú.

Až 20 štátov uviedlo, že štát má v rukách určité legislatívne nástroje ako podporiť sponzoring, prípadne darcovstvo a rozvoj KKP. Obzvlášť prepracovanú legislatívu v tomto smere majú napr. Fínsko, Francúzsko, Grécko, Litva, Nemecko, Portugalsko, Španielsko, Taliansko. Najčastejšie sú daňové zvýhodnenia a zľavy na dani pre firmy, ale aj jednotlivcov, ktorí investujú do umenia alebo ho podporujú, a to najmä formou odpočtu zo základu dane z príjmu. Medzi ďalšie formy podpory zo strany štátu patrí znížená daň z pridanej hodnoty na kultúrne statky, daňové výnimky, zníženie daní alebo nižšie daňové odvody pre kultúrne

inštitúcie. Zároveň vo väčšine prípadov neplatí obdarovaný daň z darovaného príspevku. Tri štáty – Dánsko, Lotyšsko a Poľsko – uviedli, že sponzoring nie je zo strany štátu nijako zvýhodnený a považuje sa za bežný zmluvný vzťah.

Pre lepšiu prehľadnosť prinášame aj numerický prehľad zistení z našej komparácie. Tabuľka je prehľadom počtov štátov, ktorý daný atribút majú alebo nemajú ukotvený v právnych úpravách. Keďže jednotlivé získané odpovede neboli v niektorých prípadoch kvalitatívne porovnateľné, počet štátov vo výskumnej vzorke sa v jednotlivých aspektoch môže odlišovať.

Skúmané aspekty	Počet štátov z výskumnej vzorky		
	áno	nie	iné
<b>Zákon o sponzorstve</b>	5	17	1
<b>Zákon o sponzorstve v KKP</b>	1	9	13
<b>Vymedzenie sponzora</b>	12	7	-
<b>Vymedzenie sponzorovaného</b>	3	10	7
<b>Kritéria pre sponzorovaného</b>	3	13	-
<b>Hranica príspevku</b>	1	17	1
<b>Benefity zo strany štátu</b>	20	3	-

Môžeme konštatovať, že systém sponzoringu nie je v európskych štátoch ani jednotný, ani ucelený. Do veľkej miery mu chýba legislatívna prepracovanosť, jednotlivé ustanovenia riešiace parciálne otázky sú zväčša roztrúsené v mnohých právnych aktoch, čo môže byť výzvou do budúcnosti.

### Použité zdroje

1. European Centre for Parliamentary Research and Documentation (ECPRD). ECPRD request no. 4547: *Regulation of sponsorship in culture and creative industry* (November 2020), 15. február 2021 [online]. Dostupné v internej databáze po prihlásení: <https://ecprd.secure.europarl.europa.eu/ecprd/private/request-details/569103>
2. European Centre for Parliamentary Research and Documentation (ECPRD). ECPRD request no. 2631: *The Sponsorship of culture, sport, education, healthcare etc.* (September 2014); 15. február 2021 [online]. Dostupné v internej databáze po prihlásení: <https://ecprd.secure.europarl.europa.eu/ecprd/private/request-details/198059>
3. NO: *Sponzoring sa musí firme vyplatiť, štát hľadá ako*. Národná osвета č. 1/2018, s. 4 – 9. Dostupné online <https://www.nocka.sk/wp-content/uploads/2018/09/NO-2018-01-web.pdf> [cit. 15.2.2021]
4. Citované webové sídla a stránky, odkazy na legislatívu