



Sportbiznisz: struktúraváltás nélkül hiába ömlik a pénz Látványsport - Pénzügyi okok is ösztönözhetik a támogató cégeket

2011. július 15.

„Mindenki maradjon annál, amihez ért” – határozta meg a magyar sportstruktúra legfontosabb feladatainak egyikét Radnai Károly adószakértő az IIR Magyarország budapesti konferenciáján.

Csöppet sem meglepő a szakember figyelmeztetése és fellépése a kétnapos rendezvényen, miután a sportszervezetek felkészülésének fontos részévé vált a látványsportágakat támogató cégek számára társaságiadó-kedvezményt nyújtó jogszabály megismerése. A résztvevők az eseményen a legapróbb részletekig megismerhették a törvényt: prezentált sportvezető és adótanácsadó, minisztériumi illetékes és sportközgazdász.

Első pillantásra a folyamat nem tűnik túlságosan bonyolultnak: a pályázó klub szeptember 15-ig benyújtja fejlesztési tervét a szakszövetségnek, amely elbírálja azt. Ez után a sportszervezet keres egy támogatót a projekthez, a szövetség kiadja a támogatási igazolást, a cég pedig utalja a pénzt. A bizonytalan vállalatvezetők megnyugtatására a törvény szól arról: a társaságokat nem terheli felelősség az esetleges visszaélésekért, csak a sportszervezet bűnhődik a szabálytalanságokért. A lebukott klubnak ötvenszázalékos felárral kell viszszafejtetnie az elnyert összeget, továbbá akár három évre is kizárhatják a támogatási rendszerből.

A cégek egyébként nem csupán érzelmi okokból vállalhatják a mecénás szerepét: Radnai magyarázata szerint 100 egység támogatás 110 vagy akár 119 egység „hasznot” is hajthat. Értsd: pénzügyi motivációk is segítenek a döntésben.

Az előadók nem győzték hangsúlyozni: a törvény célja a sportgazdaság megteremtése, az iparágban mozgó pénzek kifizérítése. A szabályozás azonban veszélyt is rejt, a szürkezóna kialakulásának esélyét. A társaságiadó-kedvezményért utalt támogatásért a cégek semmit nem kérhetnek cserében. Létezik olyan forgatókönyv, hogy a vállalat, amely eddig üzleti alapon szponzorált egy csapatot, inkább a társasági adóját szánja az együttesnek. E mellett esetleg köt egy marketingszolgáltatásokra (mezfelirat, hirdetői tábla) vonatkozó szerződést a klubbal, ám a korábbinál sokkal kevesebbet fizet. Az ilyen „kreatív” megoldások rendszeres ellenőrzésekkel kiszűrhetők. Ugyanakkor a hallgatóság leleményes tagjainak egyike felvetette: mi a teendő, ha egy sportszervezet önként hirdeti jötevéjét akár a dresszen, akár a honlapján. Ilyen esetekben aligha interveniálhatnak az illetékesek. Ha ilyen trükkök működtetik a rendszert, az az üzleti alapú szponzoráció végét is jelentheti, ami viszont hatalmas érvágás lenne a kluboknak, mivel a tervek megvalósításához önrészt is fel kell mutatni; azt pedig a piacról kell beszerezni...

Egyelőre arról is csupán óvatos becslések vannak, hogy mennyi pénz érkezik a magyar sportba. Tartja magát a húszmilliárdos adat, amely a Nemzetgazdasági Minisztérium elemzéseinek egyikéből származik. A szakértők felhívták a figyelmet arra is, hogy a politikai döntéshozók kíváncsian várják a fejleményeket, azaz hosszú távon csak akkor maradhat életben a törvény, ha a tapasztalatok pozitívak lesznek. Egyébként hamar véget érhet a történet.

Szabó Tamás, a Nemzeti Sport Intézet vezetője meg is jegyezte: „A pénz nagyon fontos, ám a struktúra megváltoztatása nélkül hiába érkezik belőle akármennyi...”

Pető Péter