## **BASIN BÜLTENİ 28.08.2022**

**Statların adı güzel peki vergisi ne kadar?**

**Stadyum isim sponsorluklarında dünyada en çok kazanan 5 kulüpten ikisi Türkiye’de**

**KPMG Football Benchmark ekibinin araştırmasına göre Galatasaray yıllık 9,6 milyon euro, Fenerbahçe ise yıllık 8 milyon euro ile futbol kulüplerinin stadyum isim sponsorluklarında dünyada en çok kazanan 5 kulüp içerisinde yer alıyor. Türkiye’deki futbol kulüpleri için stadyum sponsorluklarının en önemli gelir kaynağı arasında bulunduğunu belirten KPMG Türkiye Direktörü Bora Yargıç, sponsorluk harcamalarının amatör kulüpler için tamamının, futbol için ise yarısının vergi matrahının tespitinde kazançtan indirilebileceğine dikkat çekiyor.**

KPMG Football Benchmark ekibinin yapmış olduğu araştırmaya göre futbol kulüplerinin stadyum isim sponsorluklarında dünyada en çok kazanan 5 kulüp içerisinde yıllık 9,6 milyon euro kazanç ile Galatasaray ve yıllık 8 milyon euro kazanç ile Fenerbahçe de yer alıyor. Stadyum sponsorluğunda zirvede ise Manchester City yer alıyor. İngiliz devi, Etihad Airways ile 2011 - 2021 yılları için yaptığı anlaşma gereği her sene 17 milyon euro kazanıyor.

Stadyum isim haklarında en son, Galatasaray ile Nef İnşaat - Timur Şehircilik Planlama A.Ş. arasında 5 sezonu opsiyonlu olmak üzere toplam 10 (5+5) sezon için 725 milyon TL + KDV değerinde stat isim hakkına ilişkin sponsorluk ve reklam tanıtım sözleşmesi imzalandı. Fenerbahçe ise Ülker ile 2015 yılında 10 yıllık bir anlaşmaya imza atmıştı. Süper Lig’de toplam ticari gelirin (sponsorluk, reklam ve medya geliri) yaklaşık yüzde 80’inin dört büyük kulübe ait olması da bu kulüplerin stat isim anlaşmalarını daha da önemli hale getiriyor.

**“Futbol kulüpleri için stadyum sponsorlukları en önemli gelir kaynağı”**

**KPMG Türkiye Direktörü Bora Yargıç** konuyla ilgili yaptığı değerlendirmede, “7405 sayılı Yeni Spor Kanunu ile Spor Kulüpleri ve Spor Federasyonları Kanunun getirdiği yenilikler ve önemli yükümlülükler bulunuyor. Yeni spor yasasına göre spor kulüpleri ve spor anonim şirketlerinin ekonomik ve mali imkânlarını geliştirmek suretiyle şeffaflık ve güvenilirliklerini artırmaları için çaba göstermesi gerekiyor. Ayrıca mali yükümlülüklerini süresi içinde yerine getirmek için gerekli özeni göstermek, denk bütçe tesis etmek, giderlerini gelirleri oranında gerçekleştirecek bir idari ve mali yapı oluşturmak ve bu kapsamda ilgili spor federasyonu tarafından talimatlarla belirlenmiş bütçe ve harcama ilkelerine uyum göstermek zorundalar. Türkiye’deki futbol kulüpleri için stadyum sponsorlukları da bu kapsamda en önemli gelir kaynağı arasında bulunuyor. Forma sponsorluğunun yanı sıra kulüpler, stadyumlarının ismi hakkını büyük şirketlere vererek gelir elde ediyor. Her sezon öncesi stat isim hakkı sponsorlukları ve spor kulüplerinin gelir getirici faaliyetlerde bulunmaları yeni spor yasasına göre denk bütçe tahsis edilmesi ve gelir-gider dengesinin oluşması için baş aktör rolünde. KPMG Türkiye olarak biz de spor anonim şirketlerinin yeni spor kanunu kapsamında yerine getirmeleri gereken mali yükümlülükleri konusunda birçok platformda bilgilendirmeler yapıyoruz. Spor kulüpleri ve spor anonim şirketlerinin mali disiplinlerinin nasıl olması gerektiği ve yapılacak olan mali denetimin kapsamını aktarıyoruz” dedi.

**“Amatör kulüpler için harcamaların tamamı, futbol için yarısı kazançtan indirilebilir”**

Yargıç, Türkiye’deki mevcut vergi uygulamaları ve kurumlar vergisi kanunu uyarınca Türkiye Süper Futbol Ligi’nin profesyonel spor dalı olarak belirlendiğini ifade ederek, “Bunun dışındaki tüm branşlar (tenis, basketbol, voleybol, yüzme, su topu, hentbol vs.) amatör spor dalı olarak kabul ediliyor. Buna göre sponsorluk harcamalarının bu amatör spor dalları için tamamı, profesyonel spor dalı olan futbol için ise yüzde 50’si kurumlar vergisi matrahının tespitinde, beyan edilen kurum kazancından indirilebiliyor” açıklamasında da bulundu.

**Bilgi için:**

Ceren Moral Aru

0533 921 43 53

cerenm@marjinal.com.tr

**KPMG Hakkında**

KPMG, geçmişi 1867 yılına dayanan, üye firmalar ağı sistemiyle 145 ülkede 236 binin üzerinde çalışanıyla faaliyet gösteriyor. Finansal hizmetler, tüketici ürünleri, otomotiv; endüstriyel sektörlerden gıda, perakende, enerji, telekomünikasyon, kimya gibi pek çok sektöre danışmanlık hizmeti sağlıyor. KPMG Türkiye ise İstanbul merkez ofisinin yanı sıra Ankara, İzmir ve Bursa ofisleriyle, 1982 yılından beri 1.850 çalışanıyla her sektörden 4 binin üzerinde firmaya sektörler özelinde hizmet veriyor. 2020 yılında küresel ağın Lighthouse lisansını alarak yeni teknolojilerde dünyadaki mükemmeliyet merkezleri arasına giren KPMG Türkiye, müşterilerine değer yaratan çözümler sunuyor. Detaylı bilgi için [www.kpmg.com.tr](http://www.kpmg.com.tr/) adresine başvurabilirsiniz.