Raul Pop, EY România: înăsprirea controalelor forțează companiile să fie mai riguroase cu valorificarea deșeurilor

În mod excepțional, în România ultimilor trei ani, problematica valorificării deșeurilor din ambalaje a câștigat semnificativ în vizibilitate. Una dintre principalele cauze este înăsprirea controlului care, pe de-o parte a constatat raportări eronate, de ordinul a zeci de milioane de euro și, pe de altă parte, a pus companiile în fața obligației subite de a achita sume semnificative către Fondul pentru Mediu, aferente unor obligații care fuseseră inițial considerate ca îndeplinite.

Unele companii, în special cele implicate în discuțiile tehnice la nivelul autorităților centrale – industria alimentară, industria bunurilor de larg consum etc. – au fost cu un pas înaintea celorlalți jucători din mediul de afaceri, fiind primele care au aflat despre deficiențele sistemului și au început să remedieze aspectele operaționale care țin de organizarea lor internă.

În prezent, obligația valorificării deșeurilor din ambalaje se cuantifică la 60% din totalul cantităților de ambalaje din hârtie-carton, plastic, sticlă, lemn și metal existente în circulație. O companie are la dispoziție mai multe modalități prin care își poate îndeplini această obligație :

– prin valorificarea propriilor deșeuri din ambalaje

– prin valorificarea deșeurilor de ambalaje din aceleași material, provenind de la terți

– prin plata unei contribuții de 2 lei/kg către Fondul pentru Mediu, pentru cantitățile în completare (între ceea ce a fost valorificat și ținta de 60%).

Spre deosebire de alte obligații, însă, contribuțiile fiscale aferente ambalajelor puse pe piață se nasc, cresc sau scad, respectiv, se pot optimiza în toate departamentele care se interpun în procesele și fluxurile fizice ale companiei care pune bunuri ambalate pe piață. Această obligație se conturează încă din faza de design a produsului, de la identificarea furnizorilor și a modului în care aceștia își ambalează bunurile și materialele livrate, a procesului de producție, depozitare, manipulare, ambalare sau re-ambalare, transport, livrare, desfacere. Toate aceste date și variații survenite în ambalarea materialelor și produselor sunt relevante, cuantificabile și fiscalizate.

De aici decurg, de altfel, și principalele dificultăți privind determinarea, evidența, raportarea și optimizarea sumelor de plată pentru îndeplinirea obligației de valorificare a ambalajelor. Este un proces foarte ramificat, absolut obligatoriu să fie coordonat unitar și sprijinit de managementul companiei. Obstacolele cele mai frecvent întâlniteîn calea administrării performante a acestui proces sunt:

- asumarea leadership-ului la cel mai înalt nivel de management al companiei, în vederea distribuirii raționale a atribuțiilor concrete între departamente și responsabili;
- dificultatea de a corela prevederile legislative dinamice și “împrăștiate” în mai multe acte normative;
- actualizarea proceselor, formularelor, procedurilor de lucru, odată cu modificările legislative;
- identificarea corectă și completă a fluxurilor de ambalaje puse pe piață;
- lipsa disciplinei interne în colectarea informațiilor nou apărute (de exemplu, articole nou apărute, cu

ambalare necunoscută);
- nerespectarea constrângerilor de timp cu privire la agregarea și depunerea raportului lunar către AFM;
- omiterea operării complete (inclusiv de pondere și decontare) a declarațiilor rectificative;
- păstrarea acurateței bazei de date a articolelor care contribuie la calculul ambalajelor puse pe piață;
- identificarea opțiunilor de diminuare a costurilor aferente valorificării ambalajelor;
- managementul contractelor cu furnizorii de servicii de valorificare a deșeurilor din ambalaje (găsirea cantităților necesare, documentarea corespunzătoare și la timp, decontarea serviciilor);
- pregătirea și derularea inspecției fiscale.

Deși această obligație fiscală creează încă probleme pentru marea majoritate a companiilor – studiul EY "Ambalajele – riscuri si oportunități", publicat în luna aprilie 2018, relevă că 9 din 10 companii sunt în situația de risc financiar major sau sever în ceea ce privește obligația valorificării ambalajelor: Unele organizații au făcut progrese semnificative, simultan cu dezvoltarea competențelor profesionale ale responsabililor cu această obligație și cu implicarea tot mai coerentă și constantă a departamentelor interne care influențează această latură a business-ului.

Nu în ultimul rând, în ultimii doi ani au apărut instrumente informatice specializate, în marea lor majoritate dezvoltate in-house, pentru administrarea riguroasă a acestor informații și ușurarea sarcinilor administrative și a riscurilor de eroare umană, aferente acestui proces distribuit.

***

Despre EY România

EY este una dintre cele mai mari firme de servicii profesionale la nivel global, cu 250.000 de angajaţi în peste

700 de birouri din 150 de ţări şi venituri de 31,4 miliarde de USD în anul fiscal încheiat la 30 iunie 2017. Reţeaua noastră este cea mai integrată la nivel global iar resursele din cadrul acesteia ne ajută să le oferim clienţilor servicii prin care să beneficieze de oportunităţile din întreaga lume. În România, EY este liderul de pe piaţa serviciilor profesionale încă de la înfiinţare, în anul 1992. Cei 770 de angajaţi din România şi Republica Moldova furnizează servicii integrate de audit, asistenţă fiscală, asistenţă în tranzacţii şi servicii de asistenţă în afaceri către companii multinaţionale şi locale. Avem birouri în Bucureşti, Cluj-Napoca, Timişoara, Iaşi şi Chişinău. EY România s-a afiliat în 2014 singurei competiții de nivel mondial dedicată antreprenoriatului, EY Entrepreneur Of The Year. Câștigătorul ediției locale reprezintă România în finala mondială ce are loc în fiecare an în luna iunie la Monte Carlo. În finala mondială se acordă titlul World Entrepreneur Of The Year. Pentru mai multe informaţii, vizitaţi pagina noastră de internet: www.ey.com.

Autor: Raul Pop, senior manager al Serviciului de sustenabilitate și schimbări climatice din cadrul EY România