

# **În mai 2017, ANAF a colectat 16,137 miliarde lei, cu 350,3 milioane de lei mai mult decât în perioada similară a anului trecut**

În luna mai 2017, ANAF a colectat venituri bugetare în sumă totală de 16,137 miliarde lei, cu 350,3 milioane de lei, respectiv cu 2,2% mai mult decât în luna mai 2016 (15,786 miliarde lei), pe fondul eliminării impozitului pe construcții speciale și al reducerii cotei standard de impunere cu TVA.

Programul comunicat de Ministerul de Finanțe pentru luna mai a fost realizat în proporție de 99,4% (mai puțin cu 97 de milioane de lei), în condițiile în care volumul restituirilor de TVA în mai 2017 a fost în cuantum de 1,378 miliarde lei, ceea ce reprezintă o creștere cu 535,69 milioane de lei, respectiv cu 63,55% a TVA restituită față de aceeași perioadă a anului trecut.

În primele 5 luni ale anului curent, ANAF a colectat 84,612 miliarde lei, ceea ce înseamnă un plus de 2,181 miliarde lei față de încasările din perioada similară a anului 2016 (82,430 miliarde lei), respectiv o creștere cu 2,6% a volumului veniturilor bugetare colectate.

---

## **Combaterea evaziunii fiscale în domeniul achizițiilor**

# **intracomunitare pe agenda șefilor Fiscului bulgar și roman**

Președintele Agenției Naționale de Administrare Fiscală, domnul Bogdan-Nicolae Stan și conducerea Agenției Naționale Fiscale din Bulgaria, reprezentată de doamna Galya Dimitrova, s-au întâlnit în data de 8 iunie, la Brașov, pentru a discuta despre planul comun privind combaterea evaziunii fiscale în domeniul achizițiilor intracomunitare. Monitorizarea permanentă a tranzacțiilor intracomunitare în punctele de frontiera și realizarea unui schimb operativ de date între structurile de la punctele de control la frontieră, în special în domeniul transporturilor care tranzitează România înspre Bulgaria reprezintă principalele măsuri stabilite de către cei doi oficiali.

La această întâlnire au participat reprezentanți ai Direcției Generale Antifraudă Fiscală și ai Direcției Generale Informații Fiscale din cadrul ANAF. Acordul bilateral România – Bulgaria pentru intensificarea cooperării în domeniul TVA a fost semnat în anul 2010 și a intrat în vigoare în 2011. Unul dintre obiectivele importante ale acestui acord este crearea premiselor necesare pentru o colaborare stransă între autoritățile fiscale și reprezentanții acestora, scop în care a fost creată la nivelul fiecărei administrații o rețea de persoane de contact care sunt autorizate să facă schimb direct de informații operative.

---

## **Atenționarea Fiscului pentru dezvoltatorii imobiliari**

# persoane fizice

Fiscul atenționează dezvoltatorii imobiliari persoane fizice să declare veniturile obținute din vânzarea proprietăților imobiliare din patrimoniul afacerilor până la data de 30 iulie.

Conducerea ANAF a avut, în data de 13 iunie, o întrevedere cu reprezentanții Uniunii Naționale a Notarilor Publici din România, cărora le-a fost adus la cunoștință faptul că dezvoltatorii imobiliari persoane fizice trebuie să declare până la data de 30 iulie a.c. veniturile obținute din vânzarea proprietăților imobiliare din patrimoniul afacerilor.

În urma unei analize de risc efectuate de Agenția Națională de Administrare Fiscală, s-a constatat că există nenumărate situații în care contribuabilii persoane fizice au declarat impozit pe venit din vânzarea proprietăților imobiliare, din patrimoniul personal, în condițiile în care aceștia erau obligați la plata impozitului pe venitul din proprietăți imobiliare din patrimoniul afacerii, așa cum prevede Codul Fiscal la Capitolul privind impozitul pe venit "Venituri din transferul proprietăților imobiliare din patrimoniul personal".

Având în vedere acest fapt, contribuabilii persoane fizice sunt invitați să-și clarifice situația fiscală referitoare la declararea și plata impozitului pe veniturile obținute din vânzarea proprietăților imobiliare din patrimoniul afacerii până la data de 30.07.2017. După această dată, acești contribuabili persoane fizice vor fi supuși inspecției fiscale, în baza analizei de risc efectuate.

Pentru a obține mai multe informații contribuabilii pot contacta A.N.A.F., completând Formularul unic de Contact, disponibil pe site-ul [www.anaf.ro](http://www.anaf.ro).

---

# Cum gestionezi costul calității scăzute?

*Autor: Constantin Măgdalina, Expert, Tendințe și Tehnologii Emergente*

Mulți dintre noi suntem implicați sau realizăm procese fără ca măcar să ne gândim că facem asta. Pur și simplu ne desfășurăm activitatea. În baza folosirii unor resurse ne așteptăm la anumite rezultate. În mediul de afaceri exemple de astfel de procese sunt: recrutarea personalului, facturarea, realizarea de cercetări, reconcilierea conturilor.

Un proces este o serie repetată și sistematică de activități acolo unde intrările (resursele folosite) sunt modificate pentru un rezultat cu valoare pentru companie. Valoarea rezultatului este dată, printre altele, și de costul necesar pentru realizarea acestuia.

De aceea este relevant pentru companii să folosească în estimarea valorii unui produs/serviciu instrumentul costului calității scăzute (cost of poor quality – COPQ), așa cum este cunoscut în metodologia Six Sigma. Acest instrument reprezintă o oportunitate de optimizare financiară prin reducerea costurilor tangibile sau intangibile. COPQ măsoară reducerea profitului din cauza erorilor/defectelor sau altor ineficiențe ale procesului, pe care vrem să le eliminăm.

## **4 elemente compun COPQ**

1. **Costurile externe** – costuri asociate produsului final relevante pentru consumator. De exemplu: garanția, costurile de returnare și taxele poștale
2. **Costurile interne** – generate de posibilitățile de eroare identificate într-un proces din cadrul companiei. De exemplu: dispozitive de avertizare și prevenire a erorilor.

3. **Costurile de prevenție** – costuri asociate calității produsului, văzute drept o investiție pe care companiile o fac pentru a asigura calitatea produselor. De exemplu: certificarea furnizorilor.
4. **Costurile de detecție** – costurile asociate inspecțiilor și auditării produselor/serviciilor. De exemplu: auditarea furnizorilor, sortarea componentelor intrate.

Deoarece COPQ (costul calității scăzute) este un instrument ce reprezintă o oportunitate pentru reducerea costurilor tangibile sau intangibile, imaginea acestuia este similară cu cea a unui iceberg.

La suprafață sunt costurile vizibile/tangibile: rebuturi, reprocesare, inspecție, garanție. Dedesubt sunt costurile invizibile/intangibile: pierderea oportunităților de vânzare, întârzieri la livrare, stocuri în exces, valoarea în timp a banilor, pierderea loialității clienților. Companiile remarcă cu ușurință costurile tangibile. Mai provocator este să le identifice și elimine pe cele care sunt ascunse.

COPQ este un indicator calculat ca procent din veniturile obținute. În acest sens s-a estimat că acele costuri tangibile precum garanția, inspecția, reprocesarea reprezintă între 4% și 10% din fiecare leu încasat dintr-o vânzare.

În cazul costurilor intangibile, acestea reprezintă între 20% și 35% din vânzări. Dacă facem o medie a costurilor tangibile și intangibile, rezultă că aproximativ 20% din veniturile unei companii reprezintă costul calității scăzute a produselor, deci pierderi.

## ***7 strategii pentru minimalizarea costului calității scăzute***

1. **Trasabilitatea calității produsului, a proceselor implicate în realizarea și distribuția acestuia** – fără o monitorizare clară, crește probabilitatea întârzierilor la livrare, a defectelor, instabilității procesului. Prin trasabilitate se scurtează timpul de intervenție

pentru că se poate identifica cu ușurință cauza rădăcina.

2. **Proceduri de mentenanță și prevenție** – ajută la evaluarea potențialelor pierderi, la estimarea frecvenței defecțiunii și îi reduce impactul.
3. **Auditul periodic intern al calității** – ajută la păstrarea evidenței eventualelor neconformități ale produselor sau proceselor. Nerecunoașterea acestora poate avea, în timp, efectul bulgărelui de zăpadă care să pună afacerea în pericol.
4. **Programe de îmbunătățire a calității furnizorilor** – implementarea unor programe de tip charge-back în cazul unor livrabile neconforme cu ajutorul cărora se poate monitoriza performanța furnizorului, asigură disciplină de business și responsabilitatea lanțului de aprovizionare.
5. **Centralizarea plângerilor consumatorilor și a managementului de răspuns** – ținerea unei evidențe a plângerilor consumatorilor, indexarea acestora în funcție de subiect/departament, analizarea acestora și oferirea de soluții. Identificarea și gestionarea plângerilor ajută compania să fie conștientă de incidentele minore cu potențial de dezastru și să implementeze măsuri corective și de prevenție.
6. **Training eficient pentru angajați și furnizori** – oferirea de training-uri periodice, teste și programe de informare pot asigura o înțelegere comună a acestora cu privire la politici, reglementări sau alte metrice calitative.
7. **Managementul documentelor** – stocarea într-o locație electronică centralizată, prevăzută cu coduri de acces, a politicilor relevante, a contractelor, practicilor standard, ghidurilor de bună practică, reglementărilor și altor documente pentru a reduce probabilitatea de neconformitate, defecte și reprocesare.

## Despre Constantin Magdalina



Constantin Magdalina are o experienta profesionala de 8 ani, timp in care a lucrat la companii multinationale, atat in tara cat si in strainatate. Constantin are un Master in Marketing si Comunicare la Academia de Studii Economice Bucuresti. Este certificat Lean Six Sigma si ITIL (IT Information Library®) ceea ce-i faciliteaza o buna intelegere a proceselor si transformarilor din cadrul organizatiilor. Pe de alta parte certificarea obtinuta de la Chartered Institute of Marketing ii completeaza expertiza de business. In cei peste 4 ani de activitate la o companie din Big4 a initiat si coordonat studii ce analizau aspecte legate de mediul de afaceri din Romania. Printre acestea se afla previziunile economice de crestere ale firmelor in 2013-2016, managementul cunostintelor, experienta de cumparare in era consumatorilor digitali, social media si mediul de afaceri romanesc, utilizarea dispozitivelor mobile in Romania. Este autor a numeroase articole cu teme legate de inovatie, eficientizarea proceselor de afaceri, social media, transformarea digitala, tendinte si tehnologii emergente. Este invitat ca vorbitor la numeroase evenimente si conferinte de business.

---

**Piața de publicitate online din România în 2016: creștere de 22% față de 2015 – cea mai**

# pronunțată creștere din Europa

*București, 8 iunie 2017* – Conform celei mai recente ediții a studiului ROADS, derulat de IAB România cu sprijinul PwC România, valoarea totală raportată a pieței de publicitate online din România, pentru întreg anul 2016 a fost de aproximativ 41 de milioane Euro (190,541,366 lei), înregistrând o creștere de 22% față de anul anterior (like for like).

Semestrul 2 al anului 2016 a înregistrat o valoare raportată de aproximativ 24 de milioane de Euro (109,852,548 lei), cu 36% mai mult față de semestrul anterior al anului 2016 (H1) și cu 19% mai mult decât semestrul similar al anului trecut (H2 2015) – ambele procente exprimate like-for-like, adică ținând cont de același eșantion al companiilor care se regăsesc în ultimele 2 ediții ale studiului).

“Studiul ROADS este cel mai important reper pentru dimensiunea și calitatea pieței online din România. Cifrele anului 2016 arată îmbucurător, însă ele nu spun toată povestea. Cu cât vom fi mai mulți participanți, cu atât ROADS va fi un instrument de business mai puternic și mai eficient în a crește și mai mult investițiile în online. Pe aceasta cale fac apel către agenții și publisheri să participe cu date. Avem numai de câștigat.” a declarat Gabriel Patru, președinte al Asociației IAB Romania.

“Pe fondul unei creșteri economice robuste la nivel de țară, alimentată de consum, piața publicității online din România a înregistrat o creștere puternică anul trecut, confirmând potențialul foarte mare al acestui segment, despre care se vorbește de multă vreme, însă care nu s-a concretizat în anii anteriori. Pentru a capitaliza însă această evoluție favorabilă, publisherii trebuie însă să vină cu conținut de

calitate, care să satisfacă nevoia companiilor de a targeta diferite nişe de piaţă”, a declarat Bogdan Belciu, Partener, Servicii de Consultanță pentru Management, PwC România.

Tendențe și evoluții pentru întreg anul 2016:

- Primele 5 industrii realizează 45% din totalul investițiilor în publicitatea online. Chiar dacă ordinea s-a schimbat, industriile care conduc în topul investițiilor în publicitatea digitală rămân aceleași. Liderul incontestabil de 7 ani – industria Telecom (6 milioane de Euro), urmată anul acesta de Finanțe (3,5 milioane de Euro – în urcare de pe poziția a 4-a în 2015), Cosmetice și produse de toaletă (3,4 milioane de Euro – în urcare de pe poziția a 5-a), Băuturi (3 milioane de Euro – a scăzut o poziție față de anul trecut) și Online Retail (2,9 milioane Euro – care anul trecut ocupa poziția a 2-a).
- Formatele de tip Embed (*toate formatele de bannere, indiferent dacă sunt statice sau rich media, inclusiv skyscrapere sau expandabile*) rămân în top în ceea ce privește formatele de publicitate preferate (10 milioane de Euro), urmate la o distanță semnificativă de Interruptive formats (*orice format care intrerupe experiența de navigare – de la interstitiale până la pop-up-uri*) – aproximativ 4 milioane de Euro, Content (*zone de conținut sponsorizare: website, homepage, landing page, newslettere dedicate etc*) – aproximativ 3 milioane de Euro și Mobile (*formatele rich media display, reclamele tip mesaj, interstitiale, paid-for search și reclame audio/video optimizate pentru mediul mobil, in-app advertising, SMS, MMS sau optimizarea rezultatelor căutărilor pe mobil*) – aprox 3,4 milioane de Euro. Estimarea IAB este că tendința pentru anul viitor este că formatele interruptive să fie surclasate de Content Sponsorship. Video advertising (pre-roll, mid-roll și post-roll) acumulează aproximativ 1,4

milioane de Euro, în creștere constantă de la un semestru la altul.

- Conform cifrelor raportate de agențiile de media, din punct de vedere al alocării bugetelor pe diferite canale digitale, advertiserii prefera să investească în primul rând în rețelele sociale și motoarele de căutare, abia apoi în piața locală de publishing.
- Începând cu anul 2016, studiul (sau ROADS) a inclus între tipurile de formate măsurate și achiziția de media de tip programmatic, procentajul bugetelor de media digitale tranzacționate astfel atingând 17% din total în primul an de măsurare.
- În ceea ce privește evoluția pieței europene, România are rata de creștere cea mai pronunțată (36,9% – procent calculat like for like și la valoarea brută) fiind în concordanță cu dinamica zonei CEE – regiune cu un potențial mare de dezvoltare. Deși, ca valoare totală, România este încă sub media europeană, ritmul de creștere subliniază potențialul mare de creștere – care este nevoie să fie susținut atât prin educație cât și prin bune practici ale industriei locale.

---

## Poate trece România de la bulimie consumeristă la fitness economic?

*Autor: Constantin Măgdălina, Expert, Tendințe și Tehnologii Emergente*

*Recent, Institutul Național de Statistică a anunțat o creștere anuală a PIB-ului cu 5,7% în primul trimestru al acestui an.*

**Această valoare a luat prin surprindere analiștii și a stârnit tot spectrul de comentarii, de la cele suspicios-negative la cele entuziasto-pozitive. Cum s-a ajuns la acest rezultat? Dar mai ales, care sunt perspectivele pentru economia României în perioada următoare?**

*Cu o performanță economică remarcabilă, România și-a accelerat și mai mult creșterea în 2016. PIB-ul a depășit orice așteptare și a crescut cu 4,8%. Dacă mediul de business local este relativ precaut, cel internațional se raportează la România ca la una dintre cele mai atractive piețe din Europa și chiar de la nivel global.*

*Această creștere economică importantă a calificat România în planurile de extindere ale companiilor internaționale drept una dintre economiile nucleu ale Europei Centrale, alături de Polonia, Ungaria, Cehia și Slovacia. În acest moment România este pe podiumul piețelor de interes pentru dezvoltarea strategică a afacerilor în următorii 3 ani, după Rusia și Polonia, și depășește Turcia.*

*Ca să ne facem o imagine mai clară vă propun să ne uităm la cifre, dar nu oricum, ci ținând cont de trasabilitatea lor și de direcția spre care acestea arată. Aduug faptul că unele dintre valorile prezentate aici sunt finale și confirmate, altele sunt abia publicate și a căror validitate urmează să o aflăm în trimestrele viitoare. Așadar:*

### **Moneda națională**

*În 2016 leul a fost una dintre cele mai stabile monede din regiune, depreciindu-se cu doar 1% față de dolar și euro. Chiar dacă în 19 mai 2017 a atins minimul istoric al ultimilor 4 ani și jumătate la nivelul de 4,57 RON/EUR, cursul mediu așteptat pentru acest an este de 4,47 RON/EUR și 4,23 RON/USD. Este foarte posibil ca această depreciere a leului să fie rezultatul contextual al încasarilor mici la buget din primul trimestru, al împrumuturilor externe care susțin creșterile*

salariale anunțate și al politicilor fiscale relaxate.

Presiunile pe moneda națională sunt reduse, în condițiile în care contul curent este ușor negativ, rezervele de valută stabile și inflația relativ mică (chiar dacă în creștere). Dobânda de politică monetară a rămas la 1,75% din luna mai 2015 și se estimează ca nimic să nu se schimbe până în 2018, când inflația se așteaptă să depășească țintă de 2,5% a BNR.

### **Prețurile de consum și inflația**

Prețurile de consum au scăzut începând cu 2015, dar se pare că acum revin la valori pozitive, cu o estimare de creștere de 1,3% în 2017. Prețurile de consum au intrat pe teritoriu pozitiv încă din ianuarie, când impactul reducerii TVA s-a propagat în economie. În martie 2017 au mai crescut puțin, în special datorită prețurilor mai mari la alimente și servicii.

În prezent, scăderea TVA, alături de perspectiva de creștere a salariilor unor categorii sociale tot mai extinse, vor antrena consolidarea cererii și vor împinge prețurile și mai sus. Creșterea prețurilor de consum vine pe fondul unei anticipate creșteri a inflației care se va apropia în 2017 de țintă BNR de 2,5%, cu potențial să atingă 2,9% în 2018.

Inflația a fost negativă în ultimii 2 ani, dar a fost generată mai ales de scăderile de TVA la alimente și băuturi în prima fază și de scăderea generală a TVA ulterior. Este foarte posibil că liberalizarea prețului la energie și creșterea salariilor să pună presiune pe creșterea inflației chiar și în perioada 2018-2020.

### **Consumul**

Viteza de creștere a consumului din ultimii ani a scăzut în ianuarie și februarie 2017, în ciuda creșterilor salariale. Prefigurarea acestei tendințe au fost lunile noiembrie și decembrie din 2016, atunci când după creșteri de două cifre de la an la an, vânzările din retail au crescut cu o singură

cifră, ajungând la 6,2% în ianuarie 2017.

Firesc s-ar spune, ținând cont de scăderea previzibilă pentru începutul anului. Numai că estimările vânzărilor din retail nu vor fi la fel de mari ca cele din 2016. Chiar dacă băncile comerciale au relaxat acordarea creditelor de consum, performanța vânzărilor din retail este mai scăzută decât estimările și profilează o creștere de 4,2% a consumului privat.

Consumul rămâne principalul factor de creștere, susținut de majorarea salariilor și de scăderea șomajului de la 6,3% în luna februarie 2016 la 5,4% în februarie anul acesta. Scăderea șomajului urcă indicatorul de încredere al consumatorilor de la -63 în 2010 la -10 în ultimele luni. Scăderea TVA-ului la 19% pentru toate produsele și serviciile, și în mod specific la alimente de la 24% la 9%, a facilitat creșterea veniturilor și consumului.

### **Producția industrială și investițiile**

Producția industrială continuă tendința de creștere din august 2016, în primele două luni ale acestui an producția industrială crescând cu 5,7% respectiv 5,5%. Industria prelucrătoare a raportat o creștere de 8%, în timp ce industria extractivă și de energie au avut o scădere de 3%. Industria a crescut cu 1,7% în 2016, dar a înregistrat o creștere de 7% în primul trimestru al acestui an comparativ cu T1 2016. Se estimează o creștere anuală a industriei de 3,5% în 2017 și de 3,7% în 2018.

Investițiile sunt așteptate să crească în 2017 pe măsură ce finanțarea din fondurile europene pentru perioada 2014-2020 va câștiga viteză. În acest sens România este programată să primească 22 miliarde euro fonduri structurale și 18 miliarde euro pentru finanțarea agriculturii ca parte din politica agricolă comună.

Chiar dacă exporturile au cunoscut o creștere de 7,6% în 2016

față de 2015, importurile au crescut cu 9,7% în 2016 față de 2015. Exporturile au crescut de la 4,1 miliarde euro la începutul anului 2016 la 5,3 miliarde euro la sfârșitul acestuia (cu o mică scădere în decembrie). Automobilele și echipamentele de transport reprezintă 47% din totalul exporturilor României. Înmatricularea autoturismelor a crescut foarte mult anul trecut și a atins 120.000 unități în 2016, înainte să scadă la 100.000 unități la începutul lui 2017.

Investițiile străine sunt pozitiv stabile la 3-5 miliarde euro, după creșterea de 27% înregistrată în perioada post-criză din 2013 și incomparabil mai mici decât recordul de 13 miliarde euro anterior crizei.

### **În loc de concluzie**

În tot acest context optimist al mediului de business există semnale care se înscriu într-un deja vu economic. Parcă am mai trăit perioada asta, deși nu am trăit-o chiar în aceleași coordonate. Parcă am mai asistat la creșteri salariale, parcă băncile relaxau creditarea, parcă am mai văzut o creștere a importurilor, parcă am mai văzut creșteri ale pieței imobiliare și de automobile, parcă rapoartele vânzărilor din retail erau optimiste și parcă „o duceam bine”.

Numai că, pe fondul acestui deja vu, Comisia Europeană a avertizat România cu privire la depășirea obiectivului bugetar pe termen mediu (MTO) de 0,5%, care în prezent este de 2,6%. FMI a atras de asemenea atenția asupra depășirii țintei de deficit bugetar și creșterea acestuia la 3,7% în acest an. Consiliul Fiscal a tras și el semnale repetate de alarmă.

**Pe cine să mai întrebăm despre sănătatea economiei din România? La controlul de rutină, România trăiește dilema încrederii în doctorul care recomandă un regim dietetic și tentația de a consuma bulimic, în continuare, tot ce pofteste.**

\* \* \*

## Despre Constantin Magdalina



Constantin Magdalina are o experiență profesională de 8 ani, timp în care a lucrat la companii multinaționale, atât în țara cât și în străinătate. Constantin are un Master în Marketing și Comunicare la Academia de Studii Economice București. Este certificat Lean Six Sigma și ITIL (IT Information Library®) ceea ce-i facilitează o bună înțelegere a proceselor și transformărilor din cadrul organizațiilor. Pe de altă parte certificarea obținută de la Chartered Institute of Marketing îi completează expertiza de business. În cei peste 4 ani de activitate la o companie din Big4 a inițiat și coordonat studii ce analizau aspecte legate de mediul de afaceri din România. Printre acestea se afla previziunile economice de creștere ale firmelor în 2013-2016, managementul cunoștințelor, experiența de cumpărare în era consumatorilor digitali, social media și mediul de afaceri românesc, utilizarea dispozitivelor mobile în România. Este autor a numeroase articole cu teme legate de inovație, eficientizarea proceselor de afaceri, social media, transformarea digitală, tendințe și tehnologii emergente. Este invitat ca vorbitor la numeroase evenimente și conferințe de business.

---

**EY România câștigă pentru a patra oară titlul de cea mai bună firmă în domeniul**

# prețurilor de transfer din Europa Centrală și de Est

*EY România a devenit, pentru a patra oară, Transfer Pricing Firm of the Year în Europa Centrală și de Est. Premiul a fost acordat de International Tax Review (ITR) – una dintre cele mai cunoscute reviste dedicate strategiilor de taxare internațională. EY România a mai primit această distincție în 2013, 2014 și 2016.*

*Prestigiosul eveniment 2017 ITR European Tax Awards s-a desfășurat în Londra în luna mai, demonstrând excelența și inovația în activitatea fiscală din întreaga Europă.*

*„Sunt mândru că am câștigat, pentru a patra oară, acest premiu. Reușita se datorează atât echipei excelente a EY de specialiști în prețuri de transfer, cât și relației de încredere pe care o avem cu clienții,” a declarat Adrian Rus, liderul diviziei de Prețuri de Transfer din cadrul EY România.*

*Pentru a desemna câștigătorul, jurnaliștii din cadrul ITR au consultat multiple surse. Astfel, o componentă importantă a analizei a avut în vedere activitatea și implicarea companiilor nominalizate. În același timp, jurnaliștii au vorbit cu numeroși consultanți fiscali și avocați pentru a avea o perspectivă clară cu privire la activitatea remarcabilă desfășurată de respectivele companii, pe parcursul anului 2016, în Europa.*



*„Distincția primită din partea International Tax Review reprezintă atât recunoașterea și aprecierea implicării EY România în mediul de business, cât și reușitele obținute prin practica de prețuri de transfer, inclusiv prin prisma primei decizii de referință la nivel național a Înaltei Curți de Casație și*

*Justiție, în domeniul prețurilor de transfer”, a subliniat Alex Milcev, liderul Departamentului de Asistență fiscală și juridică al EY România.*

La aniversarea celor 25 de ani de activitate în România, EY continuă misiunea de a susține mediul de afaceri, ajutându-l să se dezvolte și să devină tot mai competitiv.

---

## **România este pe locul patru în Europa, după numărul de locuri de muncă generate de investițiile străine directe**

- 845 de proiecte de investiții străine directe (ISD) în Europa, în 2016, și o creștere anuală de 15%
- Marea Britanie, Germania și Franța au atras puțin peste jumătate (51%) din totalul proiectelor ISD în 2016
- 56% dintre investitorii globali spun că Europa va recupera ritmul de creștere constantă, după cinci ani de stagnare

România ocupă locul patru în Europa în clasamentul țărilor cu cel mai mare număr de locuri de muncă nou create prin investiții străine directe în 2016, conform ediției din 2017 a barometrului [EY European attractiveness survey](#). Anul trecut, România a atras 132 de proiecte de investiții străine directe (în creștere de 32% față de anul precedent) care au generat 17.545 de noi locuri de muncă.

Marea Britanie este în fruntea clasamentului cu peste 43.000 de noi locuri de muncă, urmată de Polonia (cu 22.000) și de

Germania, care a avut aproape 20.000 de noi locuri de muncă generate prin proiecte ISD.

În privința numărului de proiecte de investiții atrase în 2016, România se situează la mică distanță înaintea Cehiei și Ungariei în zona Europei Centrale și de Est și pe poziția a doisprezecea în topul general european.

### **Investițiile străine directe în Europa**

Investițiile străine directe (ISD) în Europa au atins un nivel record în 2016, cu 5.845 de noi proiecte înregistrate (o creștere de 15% față de anul precedent). Acest fapt a dus la crearea unui număr de aproape 260.000 locuri noi de muncă (o creștere de 19%).

Marea Britanie (1.100 proiecte), Germania (1.063 proiecte) și Franța (aproape 800 proiecte) au fost principalele trei destinații europene pentru investiții în 2016, care au atras mai bine de jumătate (51%) din investițiile străine directe. Spania și-a consolidat poziția a patra, în timp ce Polonia a urcat o poziție în clasamentul ISD, devenind prima țară din Europa Centrală care a intrat în primele cinci destinații de investiții. România este pe locul 12 (cu 132 proiecte, în creștere cu 35% față de 2015).

Bogdan Ion, Country Managing Partner EY România, spune:



*“În 2016, preocupările de natură geopolitică au fost prioritare pentru consiliile de administrație, dar s-au continuat investițiile în cea mai mare piață unică din lume, unde PIB-ul Zonei Euro l-a depășit pe cel al Statelor Unite pentru prima dată după criza financiară din 2008. Creșterea*

*lentă a multor piețe emergente din 2016 pare să fi contribuit*

*la atractivitatea europeană, iar investitorii globali văd forța de muncă din Europa ca pe un activ foarte important. Robotica și inteligența artificială au contribuit, de asemenea, la consolidarea principalelor sectoare tradiționale de producție și de servicii de business din Europa.”*

Din rândul primelor trei destinații pentru investiții, Franța a cunoscut cea mai mare creștere, cu 30% mai multe proiecte față de anul precedent. Ea a fost urmată de Germania (creștere de 12%) și Marea Britanie (creștere de 7%). Cu cele 1.063 de proiecte înregistrate, Germania și-a întărit atacul la prima poziție din clasament, deținută de multă vreme de Marea Britanie în topul european al destinațiilor ISD.

Doar Olanda (-5%), Belgia (-5%) și Elveția (-2%) au înregistrat creșteri globale negative, fapt ce marchează o încetinire față de 2015, când toate au înregistrat creșteri pozitive.

În ciuda unui an 2016 pozitiv pentru ISD în Europa – o regiune cu peste 500 milioane de consumatori și 30 milioane de companii – provocările geopolitice și macroeconomice au avut impact, pe termen scurt, asupra sentimentului privind investițiile. Dintre cei 505 executivi de la nivel global intervievați în luna martie a acestui an, doar 28% intenționează să-și extindă operațiunile europene în anul următor, ceea ce înseamnă o scădere de patru puncte procentuale față de nivelul de 32% din 2015.

Cu toate acestea, încrederea investitorilor în perspectivele europene pe termen mai lung a crescut semnificativ, dacă se ia în calcul procentul investitorilor care se așteaptă la revenirea către o creștere economică stabilă, după cel puțin cinci ani de stagnare, procent care a ajuns la 56% față de 45% în 2015.

### **Comaniile americane sunt cel mai mare investitor în Europa**

Cu un număr de 1.310 proiecte ISD, companiile americane

reprezintă cel mai mare bloc de investitori în Europa, cumulând 22% din toate proiectele ISD europene în 2016. Proiectele ISD din Statele Unite au crescut în 2016 cu 10% față de anul anterior.

Cele mai multe investiții străine directe în Europa au provenit, însă, din fluxuri intra-europene de ISD, care au crescut cu 18% în 2016. Germania și-a consolidat poziția de principal investitor transfrontalier, lansând 651 de proiecte în 2016 – cu 25% mai mult față de anul precedent. După Germania, primii cinci investitori intra-europeni, după numărul de proiecte ISD, au fost Franța, Marea Britanie, Elveția și Italia.

### **Orașele rămân atractive, în ciuda deteriorării sentimentului privind investițiile**

Zona metropolitană londoneză se situează pe primul loc în clasamentul zonelor urbane după numărul de proiecte ISD din 2016 – atrăgând 40% din proiectele ISD din Marea Britanie. Este urmată de zona metropolitană pariziană.

Se înregistrează o creștere a atractivității zonelor germane Dusseldorf și Oberbayern (München), care au ocupat pozițiile trei și patru, în timp ce regiunea spaniolă Catalonia (Barcelona) a urcat o poziție, pe locul cinci, cu o creștere anuală de 5%.

În privința sentimentului legat de investiții, Londra și-a păstrat poziția de cel mai atractiv oraș european. Paris și Berlin au fost clasificate de investitori pe locurile doi și trei drept cele mai atractive destinații pentru investiții – deși atractivitatea lor a scăzut comparativ cu anul anterior în favoarea altor orașe europene, printre care Frankfurt, München și Amsterdam.

### **Analiza pe sectoare**

Sectoarele de software și servicii pentru afaceri au atras

împreună un sfert din proiectele ISD în 2016, fapt care subliniază transformarea digitală a Europei. Producția software a atras cele mai multe investiții străine directe în Europa în 2016, generând 780 de proiecte – o creștere de 12%.

Serviciile pentru afaceri au urmat pe locul al doilea, cu un număr în creștere de proiecte, de 47% în 2016. Această creștere a fost alimentată de puternica activitate înregistrată în Marea Britanie, Franța și Spania. Irlanda și Olanda s-au remarcat și ele prin creșteri impresionante ale numărului de proiecte ISD în servicii pentru afaceri, de 343%, respectiv 133%.

Sectorul de producție european a atras peste 1.500 de proiecte ISD în 2016 – o creștere anuală de 6%, față de 29% din proiectele ISD (1.455) și 53% din noile locuri de muncă în 2015.

Regiunea CEE se poziționează din ce în ce mai mult ca “atelierul de producție” al Europei. În 2016, regiunea CEE și-a asigurat 755 de proiecte, marcând o creștere de 15% și o cotă globală de 49% din totalul proiectelor ISD europene de producție – în creștere față de 45% în 2015.

Activitățile de vânzări și marketing au atras 46% din toate proiectele ISD în 2016, în creștere față de 41% în 2015. Este de remarcat faptul că firmele care au inițiat proiecte de investiții străine directe în afara Europei au cumulat 45% din proiectele ISD din vânzări și marketing.

### **Privind înainte: viitorul Europei se bazează pe talent și inovare**

Întrebați despre impactul pe care l-ar putea avea Brexitul asupra operațiunilor companiilor lor, 80% dintre investitorii stabiliți în Europa au declarat că nu au planuri de schimbare sau de relocare. Cu toate acestea, au subliniat că au unele îngrijorări legate de posibilele consecințe fiscale, administrative și de reglementare. Fără să nege incertitudinea

legată de climatul geopolitic curent, 65% dintre investitorii intervievați au încredere în viitorul Uniunii Europene.

Datele arată că libera circulație a mărfurilor, a serviciilor, a capitalului și a forței de muncă pe cuprinsul celor 28 de state membre continuă să ofere un mediu suficient de atractiv în care afacerile să se dezvolte, se adapteze și să investească – generând astfel profit și noi locuri de muncă.

Educația și urgența îmbunătățirii abilităților profesionale din Europa sunt principalele motive pentru care investitorii acționează în regiune (37%, în creștere față de 29% în 2015), urmate de necesitatea de a susține sectorul high-tech și inovația (34%).

---

## **Multinaționalele trebuie să raporteze în statul de rezidență fiscală**

Ministerul Finanțelor Publice pune în dezbatere publică modalitatea de transpunere în legislația națională a schimbului automat obligatoriu de informații din rapoartele pe care grupurile de întreprinderi multinaționale urmează a le depune în statul membru al societății mamă, așa cum este prevăzut de Directiva (UE) 2016/881 de modificare a Directivei 2011/16/UE.

Directiva reglementează obligația grupurilor de a furniza anual rapoarte care includ informații fiscale referitoare la suma veniturilor, profitul/pierderile, capitalul declarat,

profitul nedistribuit, numărul de salariați și imobilizările corporale.

Identificarea fiecărei entități din grupul de întreprinderi multinaționale se realizează cu precizarea rezidenței fiscale și natura principalelor activități economice.

Proiectul de act normativ detaliază condițiile care trebuie îndeplinite de o entitate rezidentă fiscal în România pentru a deveni raportoare, termenul pentru depunerea raportului și termenul de realizare a schimbului de informații între statele membre.

România poate utiliza informațiile din raport pentru combaterea evaziunii fiscale și a planificării fiscale și pentru analiza prețurilor de transfer, evaluarea riscurilor legate de prețurile de transfer și alte riscuri aferente erodării bazei impozabile și transferului profiturilor.

Propunerile, sugestiile sau opiniile dvs. privire la acest proiect de act normativ pot fi transmise în scris și la adresa de e-mail: [publicinfo@mfinante.gov.ro](mailto:publicinfo@mfinante.gov.ro)

Proiectul poate fi consultat la [rubrica Transparență decizională](#).

---

## **România și-a îmbunătățit starea economiei**

Potrivit unui comunicat emis de Ministeru Finanțelor Publice, după finalizarea consultărilor bilaterale între reprezentanții Ministerului Finanțelor Publice și cei ai Fondului Monetar Internațional, sinteza concluziilor comitetului director al

FMI a menținut estimarea anterioară a ratei de creștere economică a României și a constatat îmbunătățirea stării economiei și progresele înregistrate în recuperarea după criza financiară și în implementarea reformelor structurale. Astfel, România este caracterizată de o creștere economică robustă, de creșterea numărului de noi locuri de muncă și de o datorie publică scăzută.

Pentru îmbunătățirea standardului de viață și eliminarea decalajelor nivelului de trai al românilor față de media UE, prin dezvoltarea durabilă și sustenabilă a tuturor regiunilor țării și impulsivitatea productivității, pe fondul trendului evident al creșterii economice a României, în bugetul anului 2017 s-au alocat pentru investiții în infrastructură 39,4 miliarde lei, reprezentând 4,84% din PIB, cu 10 miliarde lei mai mult decât anul trecut.

Legea salarizării unitare urmează a se implementa etapizat până în anul 2022, pe un orizont de cinci ani, iar majorările sunt diferențiate pe categorii de salariați și vor intra în vigoare treptat, până la atingerea nivelului maxim prevăzut în anexe. Ponderea în PIB a majorărilor salariale anuale va fi menținută la un nivel sustenabil de cca 8%. În 2017, majorările se vor încadra într-o anvelopă maximă de 500 milioane de lei, care asigură respectarea țintei de deficit bugetar de sub 3%.

Măsuri economice, precum investițiile în infrastructură, colectarea dividendelor de la companiile de stat sau realizarea unei legi echitabile a salarizării unitare a personalului bugetar, vor permite respectarea tuturor angajamentelor asumate, inclusiv încadrarea într-un deficit bugetar de sub 3%.

Conform Articolului IV din Statutul FMI, anual sunt evaluate politicile economice și financiare ale tuturor membrilor pentru a urmări creșterea economică și stabilitatea rezonabilă a prețurilor. În acest context s-au derulat consultări

bilaterale între reprezentanții Ministerului Finanțelor Publice și cei ai FMI, iar rezultatul acestor analize au un caracter de recomandare.