MFP plătește investitorilor a doua dobândă anuală pentru titlurile de stat FIDELIS 2015

Ministerul Finanțelor Publice va efectua în 26 iunie 2017 a doua plată de dobândă anuală în valoare de 21,50 RON/obligațiune, precum și rambursarea valorii nominale de 1.000 lei/obligațiune,aferente titlurilor de stat (simbol R1706A, cod ISIN RO1517DBP010) emise în 2015, conform Prospectului de emisiune a titlurilor de stat destinate exclusiv investitorilor persoane fizice în cadrul Programului FIDELIS.

Plățile se vor realiza în numerar la ghișeele agențiilor Raiffeisen Bank, către persoane fizice, sauprin transfer bancar în conturile deținătorilor.

Depozitarul Central S.A. va asigura distribuirea sumelor reprezentând dobânzi și rambursări ale valorii nominale către deținătorii titlurilor de stat, iar plățile vor fi realizate prin intermediul Raiffeisen Bank SA, în calitatea sa de Agent de Plată.

Formula de calcul a dobânzii=(d x N x VN)/n

Legenda:

d (rata dobânzii): 2,15%/an
N (numărul zilelor din perioada de dobândă 25.06.2016-24.06.2017): 365
VN (valoarea nominală a titlului de stat): 1.000 RON
n (numărul zilelor din an): 365

Detalii referitoare la plata dobânzilor sunt publicate în

Prospectul de emisiune a titlurilor de stat destinate exclusiv investitorilor persoane fizice în cadrul Programului FIDELIS, și pot fi vizualizate accesând FIDELIS, pagina de facebook dedicată FIDELIS, sau website-ul Bursei de Valori București.

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 eliminarii 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.
In 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 invitati 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.

Cum gestionezi costul calității scăzute?

Autor: Constantin Măgdălina, Expert, Tendințe și Tehnologii Emergente

Mulţi dintre noi suntem implicaţi sau realizăm procese fără ca măcar să ne gândim că facem asta. Pur şi simplu ne desfăşurăm activitatea. În baza folosirii unor resurse ne aşteptăm 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 şi sistematică de activităţi acolo unde intrările (resursele folosite) sunt modificate pentru un rezultat cu valoare pentru companie. Valoarea rezultatului este dată, printre altele, şi de costul necesar pentru realizarea acestuia.

De aceea este relevant pentru companii să folosească în estimarea valorii unui produs/serviciu instrumentul costului calităţii scăzute (cost of poor quality – COPQ), aşa 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 ineficiente ale procesului, pe care vrem să le eliminăm.

4 elemente compun COPQ

1. **Costurile externe** – costuri asociate produsului final relevante pentru consumator. De exemplu: garanţia, costurile de returnare şi taxele poştale
2. **Costurile interne** – generate de posibilităţile de eroare

identificate într-un proces din cadrul companiei. De exemplu: dispozitive de avertizare şi prevenire a erorilor.

3. **Costurile de prevenţie** – costuri asociate calităţii produsului, văzute drept o investiţie pe care companiile o fac pentru a asigura calitatea produselor. De exemplu: certificarea furnizorilor.
4. **Costurile de detecţie** – costurile asociate inspecţiilor şi auditării produselor/serviciilor. De exemplu: auditarea furnizorilor, sortarea componentelor intrate.

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

La suprafaţă sunt costurile vizibile/tangibile: rebuturi, reprocesare, inspecţie, garanţie. Dedesubt sunt costurile invizibile/intangibile: pierderea oportunităţilor de vânzare, întârzieri la livrare, stocuri în exces, valoarea în timp a banilor, pierderea loialităţii clienţilor. Companiile remarcă cu uşurinţă costurile tangibile. Mai provocator este să le identifice şi elimine pe cele care sunt ascunse.

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

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

7 strategii pentru minimalizarea costului calităţii scăzute

1. **Trasabilitatea calităţii produsului, a proceselor implicate în realizarea şi distribuţia acestuia** – fără o

monitorizare clară, creşte probabilitatea întârzierilor la livrare, a defectelor, instabilităţii procesului. Prin trasabilitate se scurtează timpul de intervenţie pentru că se poate identifica cu uşurinţă cauza rădăcina.

2. **Proceduri de mentenanţă şi prevenţie** – ajută la evaluarea potenţialelor pierderi, la estimarea frecvenţei defecţiunii şi îi reduce impactul.
3. **Auditul periodic intern al calităţii** – ajută la păstrarea evidenţei eventualelor neconformităţi ale produselor sau proceselor. Nerecunoaşterea acestora poate avea, în timp, efectul bulgărelui de zăpadă care să pună afacerea în pericol.
4. **Programe de îmbunătăţire a calităţii furnizorilor** – implementarea unor programe de tip charge-back în cazul unor livrabile neconforme cu ajutorul cărora se poate monitoriza performanţa furnizorului, asigură disciplină de business şi responsabilitatea lanţului de aprovizionare.
5. **Centralizarea plângerilor consumatorilor şi a managementului de răspuns** – ţinerea unei evidenţe a plângerilor consumatorilor, indexarea acestora în funcţie de subiect/departament, analizarea acestora şi oferirea de soluţii. Identifcarea şi gestionarea plângerilor ajută compania să fie conştientă de incidentele minore cu potenţial de dezastru şi să implementeze măsuri corective şi de prevenţie.
6. **Training eficient pentru angajaţi şi furnizori** – oferirea de training-uri periodice, teste şi programe de informare pot asigura o înţelegere comună a acestora cu privire la politici, reglementări sau alte metrice calitative.
7. **Managementul documentelor** – stocarea într-o locaţie electronică centralizată, prevăzută cu coduri de acces, a politicilor relevante, a contractelor, practicilor standard, ghidurilor de bună practică, reglementărilor şi altor documente pentru a reduce probabilitatea de ne-

conformitate, defecte şi 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.

Piaţa de publicitate online

din România în 2016: creştere de 22% faţă de 2015 – cea mai pronunţată creştere din Europa

Bucureşti, 8 iunie 2017 – Conform celei mai recente ediţii a studiului ROADS, derulat de IAB România cu sprijinul PwC România, valoarea totală raportată a pieţei de publicitate online din România, pentru întreg anul 2016 a fost de aproximativ 41 de milioane Euro (190,541,366 lei), înregistrând o creştere de 22% faţă 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 faţă de semestrul anterior al anului 2016 (H1) şi 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 si mai eficient in a creste si mai mult investițiile in online. Pe aceasta cale fac apel către agenții si publisheri sa participe cu date. Avem numai de câștigat.” a declarat Gabriel Patru, preşedinte al Asociaţiei IAB Romania.

“Pe fondul unei creşteri economice robuste la nivel de ţară, alimentată de consum, piaţa publicităţii online din România a înregistrat o creştere puternică anul trecut, confirmând

potenţialul foarte mare al acestui segment, despre care se vorbeşte de multă vreme, însă care nu s-a concretizat în anii anteriori. Pentru a capitaliza însă această evoluţie favorabilă, publisherii trebuie însă să vină cu conţinut de calitate, care să satisfacă nevoia companiilor de a targeta diferite nişe de piaţă", a declarat Bogdan Belciu, Partener, Servicii de Consultanţă pentru Management, PwC România.

Tendinţe si evoluţii pentru intreg 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 in 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 pozitia a 4-a în 2015), Cosmetice şi produse de toaletă (3,4 milioane de Euro – în urcare de pe pozitia a 5-a), Băuturi (3 milioane de Euro – a scăzut o poziție faţă de anul trecut) şi Online Retail (2,9 milioane Euro – care anul trecut ocupa poziția a 2-a).
- Formatele de tip Embed (*toate formatele de bannere, indiferent daca sunt statice sau rich media, inclusiv skyscrapere sau expandabile*) rămân in top in ceea ce privește formatele de publicitate preferate (10 milioane de Eur), urmate la o distanţă semnificativă de Interruptive formats (*orice format care intrerupe experienta de navigare – de la interstitiale pana 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 si Mobile (*formatele rich media display, reclamele tip mesaj, interstitiale, paid-for search si reclame audio/video optimizate pentru mediul mobil, in-app advertising, SMS, MMS sau optimizarea rezultatelor cautarilor pe mobil*) – aprox 3,4 milioane

de Euro. Estimarea IAB este ca tendința pentru anul viitor este ca formatele interuptive sa fie surclasate de Content Sponsorship. Video advertising (pre-roll, mid-roll si post-roll) acumuleaza 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 sa investească in primul rând in rețelele sociale si motoarele de căutare, abia apoi in piața locală de publishing.
- Începând cu anul 2016, studiul (sau ROADS) a inclus intre tipurile de formate măsurate si achiziția de media de tip programmatic, procentajul bugetelor de media digitale tranzacționate astfel atingând 17% din total in primul an de măsurare.
- In ceea ce evoluția pieței europene, România are rata de creștere cea mai pronunțată (36,9% – procent calculat like for like si la valoarea bruta) fiind in concordanta cu dinamica zonei CEE – regiune cu un potențial mare de dezvoltare. Deși, ca valoare totală, Romania este încă sub media europeană, ritmul de creștere subliniază potențialul mare de creștere – care este nevoie sa fie susținut atât prin educație cât şi 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 Naţional de Statistică a anunţat o creştere anuală a PIB-ului cu 5,7% în primul trimestru al acestui an. Această valoare a luat prin surpindere analiştii şi 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 performanţă economică remarcabilă, România şi-a accelerat şi mai mult creşterea în 2016. PIB-ul a depăşit orice aşteptare şi a crescut cu 4,8%. Dacă mediul de business local este relativ precaut, cel internaţional se raportează la România ca la una dintre cele mai atractive pieţe din Europa şi chiar de la nivel global.

Această creştere economică importantă a calificat România în planurile de extindere ale companiilor internaţionale drept una dintre economiile nucleu ale Europei Centrale, alături de Polonia, Ungaria, Cehia şi Slovacia. În acest moment România este pe podiumul pieţelor de interes pentru dezvoltarea strategică a afacerilor în următorii 3 ani, după Rusia şi Polonia, şi depăşeşte Turcia.

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

<u>Moneda naţională</u>

În 2016 leul a fost una dintre cele mai stabile monede din

regiune, depreciindu-se cu doar 1% faţă de dolar şi euro. Chiar dacă în 19 mai 2017 a atins minimul istoric al ultimilor 4 ani şi jumătate la nivelul de 4,57 RON/EUR, cursul mediu aşteptat pentru acest an este de 4,47 RON/EUR şi 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 susţin creşterile salariale anunţate şi al politicilor fiscale relaxate.

Presiunile pe moneda naţională sunt reduse, în condiţiile în care contul curent este uşor negativ, rezervele de valută stabile şi inflaţia relativ mică (chiar dacă în creştere). Dobânda de politică monetară a rămas la 1,75% din luna mai 2015 şi se estimează ca nimic să nu se schimbe până în 2018, când inflaţia se aşteaptă să depăşească ţintă de 2,5% a BNR.

Preţurile de consum şi inflaţia

Preţurile de consum au scăzut începând cu 2015, dar se pare că acum revin la valori pozitive, cu o estimare de creştere de 1,3% în 2017. Preţurile 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 puţin, în special datorită preţurilor mai mari la alimente şi servicii.

În prezent, scăderea TVA, alături de perspectiva de creştere a salariilor unor categorii sociale tot mai extinse, vor antrena consolidarea cererii şi vor împinge preţurile şi mai sus. Creşterea preţurilor de consum vine pe fondul unei anticipate creşteri a inflaţiei care se va apropia în 2017 de ţintă BNR de 2,5%, cu potenţial să atingă 2,9% în 2018.

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

Consumul

Viteza de creştere a consumului din ultimii ani a scăzut în ianuarie şi februarie 2017, în ciuda creşterilor salariale. Prefigurarea acestei tendinţe au fost lunile noiembrie şi decembrie din 2016, atunci când după creşteri 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, ţinând cont de scăderea previzbilă 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, performanţa vânzărilor din retail este mai scăzută decât estimările și profilează o creştere de 4,2% a consumului privat.

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

Producţia industrială şi investiţiile

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

Investiţiile sunt aşteptate să crească în 2017 pe măsură ce

finanţarea din fondurile europene pentru perioada 2014-2020 va câştiga viteză. În acest sens România este programată să primească 22 miliarde euro fonduri structurale şi 18 miliarde euro pentru finanţarea agriculturii ca parte din politica agricolă comună.

Chiar dacă exporturile au cunoscut o creştere de 7,6% în 2016 faţă de 2015, importurile au crescut cu 9,7% în 2016 faţă de 2015. Exporturile au crescut de la 4,1 miliarde euro la începutul anului 2016 la 5,3 miliarde euro la sfârşitul acestuia (cu o mică scădere în decembrie). Automobilele şi echipamentele de transport reprezintă 47% din totalul exporturilor României. Înmatricularea autoturismelor a crescut foarte mult anul trecut şi a atins 120.000 unităţi în 2016, înainte să scadă la 100.000 unităţi la începutul lui 2017.

Investiţiile străine sunt pozitiv stabile la 3-5 miliarde euro, după creşterea de 27% înregistrată în perioada post-criză din 2013 şi 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, deşi nu am trăit-o chiar în aceleaşi coordonate. Parcă am mai asistat la creşteri salariale, parcă băncile relaxau creditarea, parcă am mai văzut o creştere a importurilor, parcă am mai văzut creşteri ale pieţei imobiliare şi de automobile, parcă rapoartele vânzărilor din retail erau optimiste şi parcă „o duceam bine".

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

Pe cine să mai întrebăm despre sănătatea economiei din România? La controlul de rutină, România trăieşte dilema încrederii în doctorul care recomandă un regim dietetic şi tentaţia de a consuma bulimic, în continuare, tot ce poftеşte.

* * *

Despre Constantin Magdalina



Constantin Magdalina are o experienţa profesionala de 8 ani, timp în care a lucrat la companii multinaţionale, atat în ţara cat şi în strainatate. Constantin are un Master în Marketing şi Comunicare la Academia de Studii Economice Bucureşti. Este certificat Lean Six Sigma şi ITIL (IT Information Library®) ceea ce-i faciliteaza o buna înţelegere a proceselor şi transformarilor din cadrul organizaţiilor. Pe de alta parte certificarea obţinuta de la Chartered Institute of Marketing îi completeaza expertiza de business. În cei peste 4 ani de activitate la o companie din Big4 a iniţiat şi coordonat studii ce analizau aspecte legate de mediul de afaceri din Romania. Printre acestea se afla previziunile economice de creştere ale firmelor în 2013-2016, managementul cunoştinţelor, experienţa de cumparare în era consumatorilor digitali, social media si mediul de afaceri romanesc, utilizarea dispozitivelor mobile în Romania. Este autor a numeroase articole cu teme legate de inovaţie, eficientizarea proceselor de afaceri, social media, transformarea digitala, tendinţe şi tehnologii emergente. Este invitat ca vorbitor la numeroase evenimente şi conferinţe 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 si 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 investiţii străine directe (ISD) în Europa, în 2016, și o creştere anuală de 15%**
- **Marea Britanie, Germania şi Franţa au atras puţin peste jumătate (51%) din totalul proiectelor ISD în 2016**
- **56% dintre investitorii globali spun că Europa va recupera ritmul de creştere 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 ediţiei 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.

Investiţiile străine directe în Europa

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

Marea Britanie (1.100 proiecte), Germania (1.063 proiecte) şi Franţa (aproape 800 proiecte) au fost principalele trei destinaţii europene pentru investiții în 2016, care au atras mai bine de jumătate (51%) din investiţiile străine directe. Spania şi-a consolidat poziţia a patra, în timp ce Polonia a urcat o poziţie în clasamentul ISD, devenind prima ţară din Europa Centrală care a intrat în primele cinci destinaţii de investiţii. România este pe locul 12 (cu132 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 administraţie, dar s-au continuat investițiile în cea mai mare piaţă unică din lume, unde PIB-ul Zonei Euro l-a depășit pe cel al Statelor Unite pentru prima dată după criza financiară din 2008. Creşterea lentă a multor pieţe emergente din 2016 pare să fi contribuit la atractivitatea europeană, iar investitorii globali văd forţa 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 destinaţii pentru investiții, Franţa a cunoscut cea mai mare creştere, cu 30% mai multe proiecte faţă de anul precedent. Ea a fost urmată de Germania (creştere de 12%) şi Marea Britanie (creştere de 7%). Cu cele 1.063 de proiecte înregistrate, Germania şi-a întărit atacul la prima poziţie din clasament, deţinută de multă vreme de Marea Britanie în topul european al destinaţiilor ISD.

Doar Olanda (-5%), Belgia (-5%) şi Elveţia (-2%) au înregistrat creşteri globale negative, fapt ce marchează o încetinire faţă de 2015, când toate au înregistrat creşteri pozitive.

În ciuda unui an 2016 pozitiv pentru ISD în Europa – o regiune cu peste 500 milioane de consumatori şi 30 milioane de companii – provocările geopolitice şi macroeconomice au avut impact, pe termen scurt, asupra sentimentului privind investiţiile. Dintre cei 505 executivi de la nivel global intervievaţi în luna martie a acestui an, doar 28% intenţionează să-şi extindă operaţiunile europene în anul următor, ceea ce înseamnă o scădere de patru puncte

procentuale faţă 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 aşteaptă la revenirea către o creştere economică stabilă, după cel puţin cinci ani de stagnare, procent care a ajuns la 56% faţă de 45% în 2015.

Companiile 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% faţă de anul anterior.

Cele mai multe investiţii 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 Franţa, Marea Britanie, Elveţia şi Italia.

Oraşele rămân atractive, în ciuda deteriorării sentimentului privind investiţiile

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 creştere a atractivităţii zonelor germane Dusseldorf şi Oberbayern (Munchen), care au ocupat poziţiile trei şi patru, în timp ce regiunea spaniolă Catalonia (Barcelona) a urcat o poziţie, pe locul cinci, cu o creştere anuală de 5%.

În privința sentimentului legat de investiţii, Londra şi-a păstrat poziţia de cel mai atractiv oraş european. Paris şi Berlin au fost clasificate de investitori pe locurile doi şi trei drept cele mai atractive destinaţii pentru investiţii – deşi atractivitatea lor a scăzut comparativ cu anul anterior în favoarea altor oraşe europene, printre care Frankfurt, Munchen şi Amsterdam.

Analiza pe sectoare

Sectoarele de software şi servicii pentru afaceri au atras împreună un sfert din proiectele ISD în 2016, fapt care subliniază transformarea digitală a Europei. Producţia software a atras cele mai multe investiții străine directe în Europa în 2016, generând 780 de proiecte – o creştere de 12%.

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

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

Regiunea CEE se poziţionează din ce în ce mai mult ca “atelierul de producţie” al Europei. În 2016, regiunea CEE şi-a asigurat 755 de proiecte, marcând o creştere de 15% şi o cotă globală de 49% din totalul proiectelor ISD europene de producţie – în creştere faţă de 45% în 2015.

Activităţile de vânzări şi marketing au atras 46% din toate proiectele ISD în 2016, în creştere faţă 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 şi marketing.

Privind înainte: viitorul Europei se bazează pe talent şi inovare

Întrebaţi despre impactul pe care l-ar putea avea Brexitul asupra operaţiunilor companiilor lor, 80% dintre investitorii stabiliţi 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 consecinţe fiscale, administrative şi de reglementare. Fără să nege incertitudinea legată de climatul geopolitic curent, 65% dintre investitorii intervievaţi au încredere în viitorul Uniunii Europene.

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

Educaţia şi urgența îmbunătăţirii abilităţilor profesionale din Europa sunt principalele motive pentru care investitorii acționează în regiune (37%, în creştere faţă de 29% în 2015), urmate de necesitatea de a susține sectorul high-tech şi inovaţia (34%).

Multinaţionalele trebuie să raporteze în statul de

rezidenţă 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

Proiectul poate fi consultat la rubrica Transparență decizională.