

# **Directorii generali din România sunt printre cei mai optimiști din lume în privința posibilităților de creștere a veniturilor companiilor lor**

**56% dintre directorii de companii din România se așteaptă să crească numărul de angajați în următoarele 12 luni, arată raportul PwC Global CEO Survey 2016**

50% dintre directorii generali din România sunt foarte încrezători în creșterea veniturilor pentru companiile lor pe parcursul următoarelor 12 luni, conform rezultatelor sondajului anual PwC Global CEO Survey 2016. Procentajul a crescut cu șase puncte față de cel de anul trecut (44%) și este cu 15% mai mare decât media globală (35%). Prin urmare, directorii de companii din România sunt printre cei mai optimiști lideri de afaceri din lume, imediat după cei din India și Spania, însă cu mult deasupra celor proveniți din Europa Occidentală sau de Est.

Pe termen mediu, 61% dintre directorii executivi au declarat că sunt foarte încrezători în perspectivele de creștere a veniturilor în următorii 3 ani, un procent cu șapte puncte mai mare față de cel de anul trecut (54%) și mai mare decât media globală de 49%.

Această percepție a unor oportunități mai mari de creștere se traduce, de asemenea, într-o atitudine optimistă cu privire la numărul de angajări, 56% dintre directorii executivi locali exprimându-și intenția de a crește efectivul de personal în următoarele 12 luni, în timp ce numai 18% intenționează să

facă reduceri de personal în cursul acestui an.

„Optimismul directorilor generali din România este hrănit atât de creșterea economică din ultimii trei ani, cât și de estimările de creștere a PIB-ului pentru anul 2016 de 4%. Cu toate acestea, ar trebui să fim atenți la norii de furtună ce se adună pe piețele emergente și cele de capital, și să ne asigurăm că nu suntem luați prin surprindere în cazul unei noi crize globale, similare cu cea din 2008. Pentru a pune la adăpost economia României, trebuie să continuăm în ritm susținut reformele structurale, reducerea birocrăției, reformarea sectorului public și îmbunătățirea infrastructurii țării, astfel încât să menținem România pe lista destinațiilor atractive pentru investiții”, a declarat Ionuț Simion, Country Managing Partner, PwC România.

Rezultatele raportului PwC Global CEO Survey – *‘Redefining business success in a changing world’* – scot în relief perspectivele sumbre asupra situației în care se va afla economia globală în următoarele 12 luni. Peste 1400 de directori de companii au fost intervievați în cadrul studiului ce a fost lansat în deschiderea întâlnirii anuale a Forumului Economic Mondial de la Davos, Elveția.

La nivel global, două treimi dintre directorii executivi (66%) consideră că în prezent există mai multe riscuri cu care se confruntă companiile lor decât erau în urmă cu trei ani. Recalibrarea economică a Chinei, prețul țițeiului aflat în picaj și îngrijorarea cu privire la securitatea geopolitică determină, în ansamblu, o creștere a sentimentului de nesiguranță cu privire la șansele de creștere a economiei globale. La nivel global, numai puțin peste un sfert dintre directorii executivi (27%) sunt de părere că în următoarele 12 luni va avea loc o îmbunătățire a creșterii economice globale, comparativ cu anul trecut când 37% dintre respondenți afirmau acest lucru, iar numai 17% considerau că situația economiei globale se va înrăutăți (procentaj care în prezent a crescut la 23%). Nivelul de optimism printre directorii de companii

din America de Nord este la jumătatea (16%) nivelului celor mai optimiste regiuni (Europa occidentală 33% și Orientul Mijlociu 34%). Aproape o treime dintre directorii de companii din China (33%) sunt de părere că în 2016 creșterea economică mondială va încetini.

### ***La nivel global, scade încrederea în creșterea veniturilor***

Totodată, a scăzut încrederea directorilor generali în creșterea veniturilor pentru companiile lor în următoarele 12 luni (35% se declară "foarte încrezători" comparativ cu 39%, anul trecut). Contracarând acest val de pesimism, directorii de companii din India (64%), Spania (54%) și România (50%) se remarcă printr-o doză mai mare de optimism. Cea mai mare răsturnare de situație este întâlnită în Taiwan, unde numai 19% dintre respondenți se declară foarte încrezători în privința creșterii economice pe termen scurt a companiei lor, în contrast cu 65% anul trecut – un picaj surprinzător de 46 de puncte. Cu toate acestea, Elveția are cea mai scăzută încredere în creșterea veniturilor în cadrul companiilor, numai 16% dintre directorii de companii elvețiene fiind foarte încrezători în creștere, comparativ cu 24% în 2015.

Față de anul trecut, se poate constata că a scăzut, de asemenea, încrederea în creșterea veniturilor la nivelul aproape fiecărei economii naționale majore: China 24% (2015: 36%), Statele Unite 33% (2015: 46%), Marea Britanie 33% (2015: 39%) și Germania 28% (2015: 35%). Italia 20% (2015: 20%) și Japonia 28% (2015: 27%) au rămas constante. Numai Rusia iese din tipar, având loc o întărire a încrederii în creșterea veniturilor, de la nivelul coborât de anul trecut de 16% la 26% anul acesta.

În privința perspectivelor de investiții, SUA, China, Germania și Marea Britanie rămân țările cele mai importante pentru creștere economică în următoarele 12 luni, conform directorilor de companii. Mexic și Emiratele Arabe Unite au înlocuit Indonezia și Australia în topul primelor zece țări

cele mai atrăgătoare pentru investiții.

“Nu încapă îndoială că încrederea liderilor din mediul de afaceri în perspectivele de creștere a economiei globale și a propriilor companii trece printr-o perioadă grea. Indiferent de mărimea afacerii, aceasta se confruntă cu riscuri de o complexitate mai ridicată, ce trec dincolo de granițele geopoliticului, legislativului, securității cibernetice, dezvoltării societății, oamenilor și reputației. Există un spectru nou al riscului cu care se confruntă directorii de companii, amenințând atât interesele naționale, cât și pe cele comerciale”, constată Dennis Nally, Președintele rețelei globale a PwC.

“Perspectiva pesimistă asupra anului 2016 este întărită și de poziționarea motorului de creștere în aceleași SUA, China, Germania și Marea Britanie. Faptul că directorii de companii continuă să considere aceste țări “refugii pe timp de furtună” arată o dezorientare generală cu privire la zonele în care va apărea creșterea economică pe termen lung”, adăugă Dennis Nally.

### ***Directorii consideră că există mai multe riscuri***

Data fiind îngrijorarea crescută cu privire la situația geopolitică, două treimi dintre directorii de companii (66%) consideră că există mai multe riscuri în prezent pentru afacerile lor decât în urmă cu trei ani.

Așa cum s-a remarcat în majoritatea anilor, principala amenințare asupra perspectivelor de creștere a companiilor percepută de 78% dintre directori este reglementarea excesivă, acesta fiind al patrulea an la rând în care preocuparea față de politicile de reglementare se află în creștere. Însă incertitudinea geopolitică a urcat în clasamentul amenințărilor asupra afacerii de pe locul patru, anul trecut, pe locul doi, anul acesta, menționată de 74% dintre liderii executivi. Ca urmare, îngrijorarea directorilor de companii cu

privire la disponibilitatea personalului cu abilități cheie a coborât în clasament de pe locul doi pe locul patru, rămânând însă o provocare pentru aproape trei sferturi dintre directorii executivi. Pe locul al treilea (73%) în rândul celor mai importante posibile probleme percepute de directori se află volatilitatea cursului valutar.

Securitatea informatică este, de asemenea, un motiv de îngrijorare pentru 61% dintre directorii executivi, amenințând atât interese naționale, cât și comerciale. Această preocupare se regăsește preponderant în rândul directorilor executivi din SUA, Australia și Marea Britanie (74%+) și în sectoarele bancar, IT și al asigurărilor.

### ***Abilități profesionale și recrutare***

Aproape jumătate dintre directorii executivi (48%) au în plan să crească numărul de angajați în următoarele 12 luni, o ușoară scădere față de anul trecut (50%). Țările care au raportat cel mai ridicate intenții de recrutare în rândul companiilor sunt India (70%), Marea Britanie (66%) și China (57%).

Preocuparea pentru disponibilitatea unor abilități cheie în rândul personalului rămâne la cote înalte (72%). Câteva sectoare în mod special resimt această îngrijorare, începând cu sectorul media și divertisment sau sectorul IT, urmate de sectoarele ce folosesc în mod tradițional abilitățile "STEM", și anume sectorul farmaceutic, producția industrială și biochimia. Distribuite geografic, se observă că această preocupare este resimțită cel mai tare în Africa (86%), urmată de Orientul Mijlociu (83%) și de regiunea Asia-Pacific (81%), Europa Occidentală resimțind-o cel mai puțin (59%).

### ***Guvern & mediul de afaceri***

Prima prioritate a guvernelor ar trebui să fie asigurarea unui sistem fiscal clar și eficient, au declarat 56% dintre directorii de companii intervievați, urmată de crearea unei

forțe de muncă educată, competentă și adaptabilă (53%) și de asigurarea infrastructurii, atât fizice, cât și digitale (50%).

Cu toate acestea, directorii executivi tind să nu acorde calificative prea mari prestației guvernelor – în special în ceea ce privește eficiența sistemelor fiscale și problema inegalității veniturilor. Două treimi (67%) dintre ei consideră că un sistem fiscal stabil este mai important decât o rată de impozitare scăzută.

Aproape o treime dintre respondenți (33%) consideră că guvernele sunt ineficiente în protejarea datelor cu caracter personal (26% considerându-le eficiente), cele mai mari cote de îngrijorare fiind exprimate în China (46%), SUA (60%), Brazilia (72%) și Argentina (52%).

### ***Tehnologie***

Sondajul scoate în evidență puterea transformatoare pe care o are tehnologia pentru mediul de afaceri, pentru o înțelegere mai bună atât a clienților, cât și a părților interesate.

Nouă din zece directori de companii (90%) afirmă că schimbă modul în care folosesc tehnologia pentru a evalua așteptările clienților și altor părți implicate, acționând ulterior în consecință. Cele mai semnificative schimbări apar în sectoarele cu o largă componentă de interacțiune cu clienții, cum ar fi sectorul bancar și cel al piețelor de capital (90%), domeniul asigurărilor (95%), industria hotelieră și de agrement (94%) și sectorul sănătății (93%). Per ansamblu, mai mult de trei sferturi dintre respondenți (77%) sunt de părere că progresul tehnologic va schimba așteptările oamenilor de la companii în următorii cinci ani.

Datele și instrumentele de analiză, precum și sistemele de gestiune a relației cu clienții (CRM – Customer Relationship Management) sunt văzute ca fiind cele care aduc cea mai mare valoare adăugată în întreținerea relației cu părțile

interesate. Acestea sunt urmate de activitățile de cercetare-dezvoltare și de inovare, menționate de 53% dintre directorii de companii la nivel global, și prioritizate mai cu seamă de directorii din Taiwan (76%), Brazilia (72%), Franța (71%) și Germania (67%).

Cu toate acestea, la nivel intern nu a fost încă dezvoltat tot potențialul tehnologiei și al posibilităților de analiză a datelor. În ceea ce privește gestionarea resurselor umane, numai 4% dintre respondenți folosesc metode predictive de analiză a forței de muncă, iar 16% dintre ei le folosesc pentru a se concentra asupra productivității. Percepția unui risc crescut asupra perspectivelor de creștere asociat cu viteza schimbărilor tehnologice este resimțită cel mai acut în sectorul bancar și piețele de capital (81%), cu 20% mai mult decât media globală (61%), urmat de industria de media și divertisment (79%) și IT (66%). Această percepție a reieșit din preocuparea directorilor executivi pentru disponibilitatea abilităților cheie din aceste sectoare.

### ***Încredere și obiective în afaceri***

Sondajul de anul acesta analizează modul în care directorii de companii intenționează să răspundă la așteptările mai mari avute de clienți și alte părți interesate. 59% dintre directori consideră că organizațiile trebuie să depună un efort mai mare pentru a comunica obiectivele și valorile lor.

Încrederea este cu siguranță o preocupare, pe măsură ce directorii observă schimbarea nevoilor factorilor interesați. Mai mult de o jumătate dintre directorii executivi (55%) sunt îngrijorați de lipsa de încredere în compania lor, comparativ cu 37%, în urmă cu doar trei ani.

Însă răspunsul la noi așteptări pune o serie de probleme. Mulți directori de companii (45%) susțin că nu pot acționa pentru a răspunde unor nevoi mai mari din cauza costurilor suplimentare pe care le-ar avea. O altă problemă, menționată de

42% dintre directori, este existența unor standarde și reglementări neclare sau inconsecvente.

Mai mult de trei sferturi dintre directorii de companii (77%) sunt de părere că, în decurs de cinci ani de acum încolo, progresele tehnologice vor ajunge să transforme așteptările în materie de comunicare, raportare, investiții și planificare avute de public de la companii. În plus, 71% consideră că în acest interval de timp, companiile de succes se vor ghida după obiectivul de a crea valoare pentru mai multe părți interesate. 87% sunt de părere că profitabilitatea pe termen lung va fi preferabilă celei pe termen scurt. În genere, directorii executivi consideră că nevoile clienților și ale altor părți interesate vor deveni mai importante decât nevoile acționarilor, în companiile de succes.

“Mediul directorilor executivi este plin de provocări. Aceștia observă așteptările mai mari pe care părțile interesate le au de la companiile lor. Reformarea organizațiilor, construite inițial numai pe urmărirea profitului, în companii unde profitul și obiectivele se întrepătrund nu se poate realiza rapid sau cu ușurință. Însă este o transformare care deja a început să se petreacă, una cu care afacerile trebuie să țină pasul”, a conchis Dennis Nally.

---

**Țuca Zbârcea & Asociații, în  
tranzacția americanilor de la  
McDonald's cu grupul maltez**

# Premier Capital

McDonald's a încheiat, la finele săptămânii trecute, o tranzacție complexă, prin care acțiunile McDonald's System of Romania, Inc., o companie înregistrată în Delaware și care deține filiala din România au fost vândute către Premier Capital S.R.L., o filială a companiei malteze Premier Capital plc. Tranzacția a inclus, de asemenea, o franciză în temeiul căreia fosta filială românească a lui McDonald's va continua să opereze pe plan local sub celebra marcă de restaurante de tip *fast-food*. Modelul fusese implementat anterior cu succes de către compania americană și cea malteză în state precum Malta, Grecia sau în Țările Baltice.

Vanzătorul a fost consiliat de o echipă din care au făcut parte în principal Cornel Popa (Partener) și Andreea Lisievici (Managing Associate). Serviciile avocaților au inclus asistență oferită McDonald's în negocierea, executarea și încheierea documentelor tranzacției.

---

## **Valoarea globală a pieței muncii interconectate va ajunge la 63 de miliarde de dolari până în 2020**

O analiză PwC preconizează că piața muncii interconectate ce face parte din așa-numita „*gig economy*” – unde oamenii cumpără și vând servicii și proiecte prin intermediul platformelor online – ar putea ajunge să valoreze aproape 63 de miliarde de

dolari la nivel global până în 2020.

Se estimează că piața muncii internconectate, formată din platforme de networking profesional, platforme de freelancing, aplicații pentru muncă la distanță și platforme online globale de teleconferință, însumează la momentul actual doar 2% din totalul pieței de recrutare. PwC apreciază că potențialul de creștere al acestui segment este foarte mare în următorii cinci ani, dat fiind faptul că numărul de oameni care lucrează în regim flexibil, part-time sau pe bază de contract de prestări servicii va crește.

Raportul PwC *The Future of Work* arată că aproape jumătate dintre specialiștii în resurse umane (46%) se așteaptă ca, până în anul 2020, cel puțin 20% din forța lor de muncă să fie formată din angajați temporari sau prestatori de servicii. Iar aproape o treime dintre companii (31%) afirmă că își construiesc strategia de dezvoltare a resurselor umane pe baza creșterii popularității carierei de liber profesionist, angajând astfel o mare varietate de oameni, în funcție de necesitățile care apar în companie.

Unul dintre scenariile luate în considerare în raportul PwC este cel ce prevede o lume în care companiile sunt puse sub presiune de firmele antreprenoriale dinamice și inovatoare care se axează pe tehnologia ce conectează forța de muncă online. Aceste firme au o echipă de bază ce promovează principiile și valorile lor, folosind mai departe tehnologia ce conectează forța de muncă pentru a atrage restul profesioniștilor pe bază de proiect, atunci când este nevoie.



“Piața muncii este în schimbare. Contractarea serviciilor este preferabilă contractelor de muncă cu normă întreagă în multe situații, datorită flexibilității, autonomiei și controlului pe care îl oferă. Lumea folosește din ce în ce mai mult tehnologia pieței muncii interconectate pentru a decide unde, când și

pentru cine lucrează. Și în România vedem o creștere a interesului pentru munca interconectată. Din ce în ce mai mulți români cu abilități IT, de design sau de scriere, traducere și editare de text în diferite limbi străine sunt prezenți pe platformele globale de tip freelance și ne așteptăm ca numărul lor să crească pe măsură ce tot mai mulți profesioniști descoperă avantajele antreprenoriatului. În același timp, credem că noua generație de companii antreprenoriale din România va fi din ce în ce mai deschisă la ideea de a angaja liber-profesioniști pentru proiecte punctuale, păstrându-și astfel o schemă de personal suplă și ținând costurile sub control”, a declarat Ionuț Simion, Country Managing Partner, PwC România.

“În următorii cinci ani, am putea ajunge la situația în care pe piața muncii oamenii se vor prezenta mai degrabă ca membri dintr-o anumită rețea profesională sau cunoscători ai unei competențe, și nu ca angajați ai unei companii individuale. Această tehnologie nouă ajută companiile să devină mai agile, să-și gestioneze eficient nevoia de competențe și să răspundă la schimbările pieței”, a adăugat Ionuț Simion.

“Cu toate acestea, ascensiunea muncii interconectate ridică o serie de întrebări cu privire la viitoarea protecție socială aferentă locurilor de muncă –cum ar fi pensiile, ajutoarele sociale și sănătate. Cum vor fi ele asigurate și cum vor putea angajatorii să aibă grijă de forța de muncă aflată mereu în tranziție? De aceasta este necesară o amplă dezbatere publică în vederea adaptării sistemului de asigurări sociale și de sănătate”, a declarat Ionuț Simion.

---

# **74% dintre companiile din România utilizează rețelele sociale pentru promovare, vânzare sau recrutare**

- **91% dintre companii spun că utilizarea rețelelor sociale le oferă un avantaj competitiv față de companiile care nu folosesc rețele sociale**
- **53% dintre respondenți generează oportunități de vânzare prin social media**

În 2015, 74% dintre respondenți au declarat că utilizează rețelele de socializare pentru promovarea companiei și plănuiesc să le utilizeze în continuare. 21% dintre respondenți au afirmat că utilizarea rețelelor de socializare face parte din strategia de comunicare a companiei, în creștere cu două procente față de 2014, conform studiului EY România, *Social media și mediul de afaceri românesc 2015*, lansat astăzi.

Studiul, ajuns la cea de-a treia ediție anuală, analizează răspunsurile a 270 de reprezentanți ai unor companii din diverse industrii din România cu privire la modul în care acestea abordează marketing-ul prin intermediul rețelelor de socializare și impactul pe care acest tip de marketing îl are în prezent în activitatea lor.

Platforma „vedetă” și anul acesta în România rămâne Facebook cu 92% din răspunsuri (93% la nivel global), urmată de LinkedIn cu 75% (71% la nivel global) și de YouTube cu 37% (55% la nivel global). În România se remarcă creșteri semnificative ale utilizării LinkedIn (+14% față de 2014), YouTube (+8% față de 2014) și Twitter (+8% față de 2014).



*„Studiul nostru, ajuns acum la cea de-a treia ediție, își propune să identifice tendințele din social media care sunt relevante pentru mediul de afaceri românesc. Ne dorim să punem la dispoziția directorilor de marketing, dar și a executivilor de top, un set relevant de informații, care să le faciliteze înțelegerea modului în care companiile din diverse industrii din România evoluează de la an la an în folosirea rețelelor de socializare, atât pentru partea de comunicare corporate, cât și pentru construirea relației cu clienții și pentru generarea de vânzări”,* spune Elena Badea, Director de Marketing, EY România.

### **Cum folosesc organizațiile din România rețelele social media?**

Cel mai mare procent de respondenți (23%) folosește rețelele de socializare pentru activități de promovare, pe care le utilizează de 2-3 ani. 20% dintre respondenți declară că au început utilizarea rețelelor sociale recent, în ultimii 2 ani. Peste jumătate dintre companii (58%) alocă până la 5 ore săptămânal pentru comunicarea pe rețelele sociale, în timp ce 20% alocă între 6 și 10 ore săptămânal – procente asemănătoare cu cele înregistrate în 2014.

Frecvența de utilizare a rețelelor de socializare a scăzut semnificativ. În 2015, doar 36% din respondenți au declarat că utilizează social media zilnic, cu 5% mai puțin decât în 2014 și 13% mai puțin față de 2013. Cresc însă procentele celor care utilizează social media o dată la 2-3 zile, de la 15% în 2013 și 23% în 2014, la 28% în 2015. De asemenea crește frecvența utilizării săptămânale a comunicării prin social media, de la 22% la 23%. Zona de rezistență a celor care utilizează social media o dată la câteva luni a scăzut de la 9% în 2014 la numai 3% în 2015.

Chiar dacă în scădere (de la 51% în 2014 la 46% în 2015), departamentul de marketing își menține locul în topul

departamentelor care se ocupă de rețelele de socializare. Totuși, un procent semnificativ de 28% spun că nu au un departament în cadrul firmei care se ocupă de comunicarea prin rețelele de socializare. La polul opus, există și firme în care de această activitate se ocupă un departament special dedicat comunicării prin rețelele sociale (12%).

În continuare, tot mai mulți respondenți (în creștere de la 64% în 2014 la 75% în 2015) spun că își administrează singuri campaniile pe rețelele de socializare și tot mai puțini apelează la servicii externe (în scădere de la 14% în 2014 la 6% în 2015). Totuși, 46% dintre companii spun că externalizează partea de design și dezvoltare, 23% externalizează partea de creare de conținut, iar câte 16% externalizează cercetarea de piață și relațiile publice (PR). Partea de strategie este externalizată de numai 10% dintre companii, în timp ce actualizarea statusurilor este ținută *in house* de 90% din firme.

În 2015, ponderea respondenților „*indecisi*” cu privire la măsurarea randamentului investițiilor în social media ale companiei scade (de la 52% în 2014 la 41% în 2015) în favoarea celor care sunt „*total de acord*” (18% în 2015) și „*de acord*” (31% în 2015). Doar 10% au negat posibilitatea companiei de a măsura randamentul investițiilor în activitățile de pe rețelele de socializare, comparativ cu 14% în 2014.

### **În ce scop utilizează companiile din România social media?**

În 2015, 91% dintre respondenți declară că utilizarea rețelelor sociale le oferă un avantaj competitiv față de companiile care nu folosesc rețele sociale. În topul ariilor de utilizare rămân marketing-ul, vânzarea și recrutarea. Creșteri semnificative oferă networkingul (48% dintre respondenți, +13% față de 2014) și analiza competitivă (21% dintre respondenți, +6% față de 2014).

Creșterea notorietății și expunerii în piață rămân cele mai

importante beneficii ale utilizării rețelelor sociale; 53% dintre respondenți vorbesc despre generarea de oportunități de vânzare și 37% dintre respondenți afirmă că utilizarea mediilor sociale au produs o creștere efectivă în venituri (+3% față de 2014). Chiar dacă se constată o scădere față de anul trecut, aproape jumătate dintre respondenți apreciază fidelizarea clienților prin folosirea rețelelor sociale.

64% dintre respondenți consideră că generarea de oportunități de vânzare în cadrul rețelelor sociale este eficientă, iar 30% sunt *indecisi* referitor la acest lucru. 59% dintre respondenți declară că influențează prospectarea și identificarea oportunităților de vânzare prin intermediul rețelelor sociale, 41% declară că pot precalifica oportunitățile prin colectarea de informații și 35% pot susține ofertarea prin discuții și demonstrații online despre produsele sau serviciile oferite. La polul opus, 18% dintre companii spun că nu utilizează rețelele de socializare în procesul de vânzare, un procent mai mare decât cel înregistrat în 2014.

Utilizarea rețelelor sociale pentru recrutarea de personal se menține la cote ridicate, topul fiind condus de industria financiar-bancară, cu 56% dintre respondenți. Instituțiile financiar-bancare semnaleză și utilizarea rețelelor sociale pentru îmbunătățirea brandului de bun angajator (56%). Pe de altă parte 75% dintre respondenții din turism și 70% dintre respondenții din comerț utilizează rețelele sociale pentru fidelizarea clienților.

✘ *„Social media modifică relația consumatorului cu produsul și cu furnizorul. Consumatorul actual revendică tot mai mult rolul de partener în generarea modelelor de produs și/sau serviciu, ca urmare a experienței pe care a avut-o și a faptului că îi pasă de brand. Spațiul cel mai ușor de accesat pentru inputul consumatorului, social media, devine incubator de idei pentru dezvoltare de produs pentru companii. Dincolo de co-generarea de idei, social media poate converti demersul de marketing în vânzări. Ratele de conversie a demersului de*

*marketing și relevanța vânzării în social media diferă în funcție de industrie, dar întotdeauna consolidează softpower-ul companiilor”, spune Constantin Măgdălina, Knowledge Management Senior, EY România.*

### **Conținut, follower-i și bugete**

În top 3 în funcție de tipul de conținut oferit followerilor sunt: informațiile despre produsele și serviciile companiei (77%), informațiile despre companie – istoria companiei, testimoniale ale clienților existenți, evenimente (66%) – și informații despre campanii, promoții, vânzare directă sau indirectă (52%). Mediile sociale sunt folosite din ce în ce mai mult în zona recrutărilor de personal (37% în 2015, față de 35% în 2014).

Cu toate că 17% dintre companiile respondente spun că nu își întreabă follower-ii de pe rețelele sociale în legătură cu cerințele lor față de produsele și serviciile oferite (un procent în creștere față de anul trecut), 33% declară că își implică follower-ii și acționează conform feedback-ului obținut. Majoritatea respondenților intenționează să țină cont în viitor de părerea consumatorilor exprimată în mediile sociale, ceea ce indică o tendință de normalizare a relației dezvoltate cu consumatorii sociali, care își formează deciziile de achiziție în mediul online.

25% dintre respondenți (+7% față de 2014) folosesc instrumente de ascultare a rețelelor sociale și reacționează la opiniile consumatorilor. 40% dintre respondenți declară că încă nu folosesc instrumente de ascultare, dar își propun să implementeze în perioada următoare. Investițiile vor fi făcute în special în industriile IT&C (55% dintre respondenți), retail (50%), servicii de publicitate/media (43%) și industria farmaceutică (42%).

52% dintre respondenți au investit sub 1000 de euro în promovarea prin intermediul rețelelor sociale în ultimul an,

10% au investit între 1000 și 3000 de euro, în timp ce 23% au investit mai mult de 3000 de euro pentru promovarea în social media. Un procent important (15%) dintre respondenți afirmă că nu știu cât au investit companiile lor în promovarea companiilor lor prin social media în ultimul an, ceea ce sugerează că promovarea prin rețele sociale nu este întotdeauna o strategie la nivel de organizație, iar bugetele sunt distribuite la nivelul mai multor departamente.



*„Strategiile moderne de marketing au o puternică componentă digitală în relația brand-consumator. Impactul rețelelor sociale a depășit de mult granița identificării de noi oportunități de vânzare. Consumatorii sociali devin noua sursă de idei în dezvoltarea produselor și serviciilor companiei, perfect adaptate nevoilor lor. Folosirea instrumentelor de ascultare a consumatorilor sociali în procesele de creare, promovare și livrare asigură avantaje competitive majore, care vor scoate rapid din joc companiile introvertite, ancorate în tradițional”, a declarat Daniel Ionescu, Marketing Strategist.*

---

**Noul standard de contabilitate pentru leasing va afecta multe companii și va genera chiar modificarea anumitor indicatori**

# financiari

**Adrian Bunea, EY: Noul standard de contabilitate pentru leasing va afecta multe companii și va genera chiar modificarea anumitor indicatori financiari**

Consiliul de elaborare a Standardelor Internaționale de Contabilitate (IASB) a emis pe 13 ianuarie 2016 noul standard privind leasing-ul, care prevede ca toate activele care fac obiectul unui contract de leasing să fie înregistrate în bilanțurile locatarilor, cu câteva excepții. Această nouă prevedere va afecta cel mai mult entitățile care au în derulare contracte majore de leasing, pentru active imobiliare, echipament greu sau autovehicule.

Adrian Bunea, FAAS Leader și Director Executiv, EY România, explică:



*„EY sprijină eforturile IASB de a îmbunătăți înregistrarea leasing-ului în contabilitate de către companiile care achiziționează astfel de servicii. Acest lucru aduce mai multă consecvență în contabilizarea leasing-ului și va crește comparabilitatea și transparența pentru stakeholder-i. Finalizarea standardului privind leasing-ul a fost o prioritate pentru IASB în ultimii ani și este încurajator să vedem că acest proiect major este acum complet”.*

Mulți membri IASB s-au arătat îngrijorați de costurile și complexitatea implementării propunerilor Consiliului din 2010 și 2013. Deși noul standard va cere chiriașilor să aplice un model singular pe baza bilanțului, IASB a păstrat neschimbate o serie de concepte-cheie și a introdus excepții privind recunoașterea contractelor de leasing pe termen scurt și a leasing-ului pentru active de valoare mică. Este însă important de subliniat faptul că pentru cei care dau în chirie

printr-un contract de leasing (locatorii), contabilizarea unor astfel de tranzacții rămâne în mare parte neschimbată.

Adrian Bunea: „IASB a răspuns unora dintre neliniștile privind costul și complexitatea implementării noului standard. Cu toate acestea, întrucât cele mai multe contracte de leasing vor fi înregistrate în bilanț în cadrul noului standard, cei care dețin astfel de contracte vor fi nevoiți să facă o analiză mai detaliată pentru a stabili dacă unele contracte sunt sau nu de leasing. Pentru contractele care includ servicii semnificative, această evaluare ar putea fi o provocare”.

Proiectul a fost unul comun între IASB și Financial Accounting Standards Board (FASB), cel de-al doilea organism urmând să emită în curând noul său standard pe această temă. Cu toate acestea, cele două standarde nu converg și există o serie de diferențe între ele.

Adrian Bunea explică: „Cele două standarde separate ale IASB și FASB vor aduce mai multe active care fac obiectul leasing-ului în bilanțurile companiilor. Totuși, diferențele între ele vor reduce probabil comparabilitatea între IFRS și US GAAP, în ceea ce privește leasing-ul, față de situația actuală.

Standardul va intra în vigoare în 2019, fiind permisă și adoptarea în avans în anumite situații. Pentru cele mai multe entități, pregătirea tranziției va solicita resurse semnificative. Având în vedere că cele mai multe dintre activele achiziționate în leasing vor fi înregistrate în bilanțurile locatarilor, cei mai importanți indicatori vor suferi schimbări, cum ar fi gradul de îndatorare. De asemenea, schimbări ar putea surveni și în contul de profit și pierdere sau în indicatorii financiari, precum EBITDA. Înțelegerea impactului pe care aceste modificări îl vor avea și comunicarea sa către stakeholder-i vor fi aspecte decisive”.

---

# **Țuca Zbârcea & Asociații, desemnată Campioană Națională în cadrul European Business Awards 2015/06, cea mai amplă competiție dedicată mediului de afaceri la nivel european**

*Cea mai prestigioasă competiție dedicată mediului de afaceri la nivel european și-a anunțat Campionii Naționali: Țuca Zbârcea & Asociații a fost desemnată câștigătoare în categoria pentru România, alături de alte 9 companii. Este pentru prima dată în istoria premiilor când o firmă de avocatură locală primește o asemenea distincție.*

Ediția 2015/06 a European Business Awards a atras în competiție peste 32.000 de companii din 33 de țări membre ale Uniunii Europene. Aflat în al nouălea an, European Business Awards este considerat cel mai vast program european prin care sunt identificate companiile și organizațiile cu rezultate meritorii în ceea ce privește excelența, bunele practici în afaceri și inovația. Procesul de jurizare este unul strict și riguros, printre membrii juriului ori suporteri ai acestui program european numărându-se Yves Leterme, fostul prim-ministru al Belgiei; Karel De Gucht, fostul comisar european pentru Comerț; Wim Kok, fostul prim-ministru al Olandei; Gilbert Ghostine, Managing Director, Diageo Continental Europe; profesorul Gilbert Lenssen, Președinte al European Academy for Business in Society; Malcolm Scott, consul general al Marii Britanii la Düsseldorf; Flemming Lindeløv – CEO,

Deltaq (anterior CEO al Carlsberg), sau Alfonso Pecoraro Scanio, fostul ministru al Mediului din Italia.

Din România au fost selectate 10 companii cu activități în industria petrolului, a serviciilor medicale, IT&C, sau prestări servicii de recrutare și plasare de personal, consultanță imobiliară, dar și servicii de asistență juridică.

Desemnată Campion Național al României, **Țuca Zbârcea & Asociații** a bifat, în viziunea juriului, criteriile necesare unei asemenea recunoașteri, printre care excelența în afaceri, dinamismul și asumarea unui rol activ în ceea ce privește responsabilitatea socială. Este pentru prima dată în istoria premiilor când o firmă de avocatură din România primește un asemenea titlu.

Adrian Tripp, CEO al European Business Awards a declarat: *„Felicitări Țuca Zbârcea & Asociații și tuturor companiilor care au fost selectate să-și reprezinte țara în calitate de Campioni Naționali. Toate aceste firme joacă un rol important în crearea unui mediu de afaceri puternic.”*

Cei 10 campioni pentru România se alătură astfel altor 668 organizații și firme private din Europa premiate în cadrul European Business Awards 2015/06 și care pot accede în etapele următoare ale competiției. Astfel, în faza a doua, juriul desemnează companiile pentru titlul Ruban D'Honneur. Această etapă a European Business Awards este deschisă acelor Campioni Naționali care doresc să concureze pentru Ruban D'Honneur, recunoaștere ce le va permite, în cele din urmă, să participe în marea finală din iunie 2016. Mai mult, în acest stadiu și publicul european este invitat să-și voteze favoriții, iar compania cu cele mai multe voturi primește titlul de Campion Național al Publicului. În cursa pentru Ruban D'Honneur sunt înscriși la acest moment cinci dintre cei 10 Campioni Naționali.

European Business Awards este un program sponsorizat de firma

de audit și consultanță fiscală RSM și se bucură de implicarea și sprijinul unui număr larg de reprezentanți de vârf ai mediului de afaceri, academic, politic și ai mass-media.

Pentru mai multe detalii, accesați <http://www.businessawardseurope.com>

---

# Principalele modificări aduse de normele metodologice de aplicare a noului Cod Fiscal

Hotărârea de Guvern nr. 1/2016 pentru aprobarea normelor metodologice de aplicare a noului Cod Fiscal a fost publicată în Monitorul Oficial nr. 22 din data de 13 ianuarie 2016.

În paginile următoare am prezentat pe scurt cele mai importante modificări și clarificări aduse de normele metodologice de aplicare ale noului Cod Fiscal („Normele”), care acoperă toate categoriile de impozite și taxe, precum și contribuții sociale, reglementate de Codul Fiscal.

## **Titlul I – Dispoziții generale**

Normele metodologice de aplicare a Titlului I din noul Cod Fiscal conțin prevederi similare normelor metodologice de aplicare ale Titlului I din Codul Fiscal în vigoare până la 31 decembrie 2015. Față de acestea, au fost introduse, totuși, o serie de modificări, printre care:

### *Clarificări privind termenul de activitate independentă*

Sunt aduse clarificări cu privire la raportul juridic între părți pentru stabilirea unei activități ca fiind independentă.

Acesta trebuie să conțină, în mod obligatoriu, clauze contractuale clare privind obiectul contractului, drepturile și obligațiile părților astfel încât să nu rezulte existența unei relații de subordonare ci libertatea persoanei fizice de a dispune în ceea ce privește desfășurarea activității.

Criteriul privind libertatea persoanei de a alege locul, modul de desfășurare a activității, precum și programul de lucru este îndeplinit atunci când cele trei componente ale sale sunt îndeplinite cumulativ. Părțile pot conveni asupra datei, locului și programului de lucru în funcție de specificul activității și de celelalte activități pe care prestatorul le desfășoară. Se clarifică faptul că persoana fizică poate dispune de libertatea de a desfășura activitatea chiar și pentru un singur client, dacă nu există o clauză de exclusivitate.

#### *Clarificări în domeniul prețurilor de transfer*

Se introduc clarificări referitoare la noțiunea de control, în sensul prevederilor privind determinarea relațiilor de afiliere. De asemenea, se aduc clarificări în legătură cu aplicarea procedurii pentru eliminarea dublei impuneri între persoane afiliate ca urmare a ajustărilor/estimărilor efectuate de către autoritățile fiscale în scopul reflectării principiului valorii de piață a produselor, mărfurilor și serviciilor.

#### *Clarificări referitoare la prevederile speciale pentru aplicarea Codului Fiscal*

Sunt aduse clarificări cu privire la interpretarea termenului de tranzacție fără scop economic în sensul art. 11 alin. (1) din Codul Fiscal, acest termen desemnând orice tranzacție/activitate care nu este destinată producerii de avantaje economice, beneficii, profituri și care determină, în mod artificial sau conjunctural, o situație fiscală mai favorabilă.

## **Titlul II – Impozit pe profit**

### *Calculul rezultatului fiscal*

Au fost introduse exemple noi de elemente similare veniturilor și cheltuielilor.

O parte din noile exemple de elemente similare veniturilor sunt reprezentate de rezerva legală și rezervele reprezentând facilități fiscale, sumele înregistrate în rezultatul reportat care se impozitează potrivit prevederilor noului Cod Fiscal, sumele reprezentând reducerea sau anularea filtrelor prudențiale care au fost deductibile la calculul profitului impozabil, etc.

Din categoria noilor exemple de elemente similare cheltuielilor fac parte, sumele înregistrate în rezultatul reportat care se deduc potrivit prevederilor noului Cod Fiscal, anumite sume transferate în rezultatul reportat ca efect al trecerii la aplicarea reglementărilor contabile conforme cu directivele europene, etc. În plus, se precizează explicit că pierderile din anularea titlurilor de participare proprii nu reprezintă elemente similare cheltuielilor.

Au fost introduse prevederi privind modul de calcul al rezultatului fiscal în cazul contribuabililor pentru care anul fiscal modificat include perioade atât din anul 2015, cât și din anul 2016. Aceste categorii de contribuabili urmează să aplice tratamentul fiscal aferent perioadelor de dinainte/de după 1 ianuarie 2016 pentru veniturile, cheltuielile, elementele similare înregistrate înainte/după 1 ianuarie 2016.

Au fost introduse prevederi privind modul în care sunt tratate, în calculul de impozit pe profit efectuat de către persoana juridică română afiliată, ajustările/estimările de prețuri de transfer stabilite de organul fiscal la nivelul celeilalte persoane afiliate.

### *Venituri neimpozabile*

Au fost aduse clarificări privind veniturile neimpozabile reprezentate de valoarea titlurilor de participare noi sau de majorarea valorii nominale a titlurilor de participare existente, înregistrate ca urmare a încorporării rezervelor, precum și precizări cu privire la valoarea fiscală a acestor titluri de participare. De asemenea, s-au introdus exemple privind calculul rezultatului fiscal la înstrăinarea acestor titluri.

Sunt precizate situațiile în care sumele primite ca urmare a restituirii cotei-părți din aporturile acționarilor/asociaților cu ocazia reducerii capitalului social sunt considerate venituri neimpozabile la calculul rezultatului fiscal.

### *Cheltuieli*

Sunt oferite cu titlu de exemplu o serie de cheltuieli efectuate în scopul desfășurării activității economice, cum sunt cheltuielile de reclamă și publicitate efectuate în scopul popularizării firmei, cheltuielile de transport și de cazare în țară și în străinătate, cheltuielile de marketing, cheltuielile de cercetare, cheltuielile reprezentând valoarea creanțelor înstrăinate, cheltuielile generate de evaluarea ulterioară și executarea instrumentelor financiare derivate, etc. Lista cheltuielilor efectuate în scopul activității economice inclusă în normele metodologice de aplicare a noului Cod Fiscal nu este exhaustivă.

Cheltuielile asimilate salariilor sunt deductibile la calculul rezultatului fiscal indiferent de regimul fiscal aplicabil acestora din perspectiva impozitării la nivelul persoanei fizice. Au fost introduse precizări privind modul de aplicare al limitei de 50% în cazul cheltuielilor reprezentând diferențe de curs valutar înregistrate ca urmare a derulării unui contract de leasing. Condiția privind distrugerea stocurilor sau a mijloacelor fixe amortizabile, în vederea susținerii deductibilității cheltuielilor cu stocurile sau

mijloacele fixe amortizabile constatate lipsă din gestiune sau degradate, se consideră îndeplinită atât în situația în care distrugerea se efectuează prin mijloace proprii, cât și în cazul în care acestea sunt predate către unități specializate.

#### *Provizioane, ajustări pentru depreciere și rezerve*

Rezerva legală reconstituită ulterior utilizării acesteia pentru acoperirea pierderilor sau distribuirii sub orice formă, în aceeași limită, va fi considerată deductibilă la calculul rezultatului fiscal.

Au fost introduse precizări privind deducerea ajustărilor pentru deprecierea creanțelor, în ceea ce privește data (anume 1 ianuarie 2016) de la care trebuie să fie înregistrate creanțele, altele decât cele asupra clienților, pentru a fi luate în calcul, respectiv perioada fiscală în care pot fi deduse la calculul rezultatului fiscal. În plus, se precizează că ajustările pentru deprecierea creanțelor sunt deductibile, în limita de 30% din valoarea creanțelor neîncasate, inclusiv taxa pe valoarea adăugată.

Au fost introduse reguli privind rezervele și provizioanele transferate în cadrul unor operațiuni de reorganizare în sensul transmiterii unui înscris către contribuabilul beneficiar privind rezervele și provizioanele transferate, ce au fost deduse și neimpozitate.

#### *Amortizarea fiscală*

În cazul mijloacelor de transport a căror amortizare fiscală este limitată la 1.500 lei/lună, valoarea deductibilă la scoaterea din gestiune a acestora se calculează ca număr de luni rămase din durata normală de funcționare înmulțite cu 1.500 lei.

#### *Plata impozitului și depunerea declarațiilor*

Au fost introduse precizări privind neincluderea anumitor

rezerve în calculul rezultatului fiscal al contribuabililor care își încetează activitatea în urma operațiunilor de lichidare, cum sunt rezervele constituite din profitul net, sumele aferente unor reduceri ale cotei de impozit sau ale unor scutiri de impozit, etc.

### **Titlul III – Impozitul pe veniturile microîntreprinderilor**

Pot intra sub incidența cotei reduse de 1%, aplicabilă în anumite condiții în primele 24 de luni de la data înregistrării persoanei juridice române, doar microîntreprinderile înființate după data de 1 ianuarie 2016. Se precizează anumite elemente care nu se includ în baza impozabilă de către microîntreprinderile care își încetează existența și care au fost anterior plătitoare de impozit pe profit.

### **Titlul IV – Impozitul pe venit**

#### *Venituri din activități independente*

Modificări cu privire la cheltuielile cu deductibilitate limitată:

- Indemnizațiile de delegare/detașare și cheltuieli de transport și cazare plătite doar salariaților;
- 0 cota de 10% din venitul brut din activitatea de expertiza contabilă și tehnică, judiciară și extrajudiciară, datorată biroului de expertiză locală

Termenul de depunere a declarației privind venitul estimat / norma de venit de către contribuabilii care desfășoară activități independente și care încep activitatea în cursul anului fiscal se modifică de la 15 la 30 de zile de la începerea activității. Plata anticipată care trebuie reținută de către plătitorul de venituri din drepturi de proprietate intelectuală se calculează aplicând 10% la venitul brut.

#### *Venituri din salarii și asimilate salariilor*

Se aduc clarificări cu privire la neimpozitarea în limita a 150 RON a tichetelor cadou acordate cu ocazii speciale fiecărui angajat și pentru fiecare copil minor al acestuia indiferent că părinții lucrează la același angajator. Se definește conceptul de instrumente juridice internaționale în contextul calculului impozitului pe veniturile din salarii și asimilate salariilor.

#### *Venituri din alte surse*

În norme sunt incluse și veniturile obținute de persoanele fizice sub forma bacșișului, potrivit prevederilor legale. Se aduc clarificări referitoare la veniturile realizate de contribuabilii care nu sunt înregistrați fiscal potrivit legislației în materie. Acestea se referă la veniturile din următoarele tipuri de activități: producție, comerț, prestări de servicii, profesii liberale, din drepturi de proprietate intelectuală, precum și venituri din activități agricole, silvicultură și piscicultură, fără a avea caracter de continuitate și pentru care nu sunt aplicabile prevederile cap II „Venituri din activități independente” și cap VII „Venituri din activități agricole, silvicultură și piscicultură” din titlul IV al Codului Fiscal.

#### *Venituri ale persoanelor fizice nerezidente din activități dependente*

Sintagma activități dependente desfășurate în România include și activitățile desfășurate de persoane fizice nerezidente în cadrul transportului internațional efectuat de întreprinderi cu locul conducerii efective sau rezidența în România.

### **Titlul V – Contribuții sociale**

Nu datorează contribuțiile de asigurări sociale de pensii, de sănătate și cele de șomaj în România, persoanele fizice care desfășoară activități dependente (angajatori nerezidenți) în state care nu intră sub incidența legislației europene și a acordurilor la care România este parte în domeniul securității

sociale. Se aduc clarificări în privința plafonării bazei de calcul al contribuției de asigurări sociale de sănătate datorate de angajator începând cu 1 ianuarie 2017.

## **Titlul VI – Impozitul pe veniturile obținute din România de nerezidenți și impozitul pe reprezentanțele firmelor străine înființate în România**

*Clarificări cu privire la impozitarea, potrivit Titlului VI, a veniturilor obținute de nerezidenți*

Se introduc clarificări potrivit cărora veniturile obținute de nerezidenți de la un rezident român (sau care reprezintă cheltuieli ale unui sediu permanent în România al unui nerezident) din prestarea de servicii de management sau de consultanță în orice domeniu sunt impozabile indiferent dacă aceste servicii sunt sau nu prestate în România, atât timp cât nu sunt încheiate convenții de evitare a dublei impuneri între România și statul de rezidență al beneficiarului de venit sau când acesta din urmă nu prezintă dovada rezidenței sale fiscale. De asemenea, se aduc clarificări potrivit cărora sumele plătite cu titlul de dobândă negativă nu se consideră o plată de venit impozabil în sensul titlului VI din Codul Fiscal.

*Clarificări cu privire la dividendele distribuite, dar care nu au fost plătite până la sfârșitului anului în care s-au aprobat situațiile financiare*

Se aduc clarificări cu privire la aplicarea cotei mai favorabile din convenția de evitare a dublei impuneri încheiată de România cu statul de rezidență al nerezidentului beneficiar al dividendului și în cazul în care dividendele distribuite nu au fost plătite până la sfârșitului anului în care s-au aprobat situațiile financiare, cu condiția ca acesta să prezinte certificatul de rezidență fiscală valabil pentru anul pentru care s-au aprobat situațiile financiare anuale. De asemenea, se aduc clarificări potrivit cărora cota de impozit

de 5% este aplicabilă veniturilor din dividende distribuite începând cu data de 1 ianuarie 2016.

*Clarificări cu privire la opțiunea de regularizare a impozitului pe veniturile din dobânzi/activități independente/activități desfășurate în România de artiști de spectacol sau sportivi, venituri obținute de persoane juridice rezidente într-un stat membru al Uniunii Europene sau al Spațiului Economic European*

Se aduc clarificări potrivit cărora opțiunea de regularizare a impozitului plătit potrivit titlului VI pentru veniturile din dobânzi / activități independente / activități desfășurate în România de artiști de spectacol sau sportivi, prin declararea și plata impozitului pentru profitul / venitul impozabil aferent acestor venituri, potrivit titlului II, respectiv titlului IV, poate fi realizată în perioada de prescripție stabilită potrivit Codului de Procedură Fiscală.

În acest sens, normele de aplicare prevăd anexarea la declarația fiscală depusă în vederea regularizării a două certificate de rezidență fiscală, în original sau copie legalizată: un certificat care să menționeze că beneficiarul venitului a avut rezidența fiscală în anul în care s-a obținut venitul într-un stat al Uniunii Europene sau al Spațiului Economic European și un certificat care să menționeze că beneficiarul venitului a avut rezidența fiscală într-un astfel de stat în anul în care a exercitat opțiunea pentru a-și regulariza impozitul. De asemenea, normele prevăd principalele tipuri de cheltuieli care se au în vedere pentru determinarea rezultatului fiscal aferent veniturilor din dobânzi.

*Clarificări cu privire la restituirea impozitului pe dividende, respectiv dobânzi și redevențe*

Potrivit noilor norme de aplicare, în cazul îndeplinirii condițiilor de deținere menționate la art. 229 alin. (1) lit.

c), respectiv art. 229 alin. (1) lit. g) din Codul Fiscal după data plății veniturilor respective, restituirea impozitelor plătite în plus se poate solicita de către beneficiarul efectiv, persoană nerezidentă.

### *Clarificări cu privire la activitățile desfășurate de reprezentanțe*

Sunt introduse noi clarificări, potrivit cărora persoanele juridice străine, prin reprezentanțe înființate în România, nu sunt abilitate să desfășoare activități de producție, comerț sau prestări servicii.

## **Titlul VII – TVA**

### *Definiții*

S-a clarificat faptul că zona contiguă și zona economică exclusivă a României fac parte din teritoriul României din punct de vedere al TVA pentru anumite operațiuni la care fac trimitere Normele.

### *Grupul fiscal unic*

Grupul fiscal unic se va putea constitui și de către persoane impozabile care nu sunt administrate de către același organ fiscal.

### *Livrarea de bunuri*

În cazul contractelor de construire, al antecontractelor de vânzare-cumpărare și al contractelor de promisiune de vânzare a unui imobil neconstruit se consideră că are loc o livrare de bunuri dacă acestea se finalizează prin transferul titlului de proprietate asupra construcțiilor rezultate, în caz contrar având loc o prestare de servicii.

### *Prestarea de servicii*

Punerea la dispoziția prestatorului de matrițe/echipamente în

mod gratuit pentru prestarea unor servicii în beneficiul proprietarului acestora va fi considerată o prestare de servicii legată de activitatea economică a proprietarului mașinilor/echipamentelor, dar care nu este asimilată unei prestări cu plată.

În cazul în care prestatorul de servicii este proprietarul mașinilor/echipamentelor și recuperează contravaloarea acestora de la beneficiarul serviciilor, operațiunea se va considera accesorie prestării de servicii.

### *Locul prestării de servicii*

Se aduc clarificări și exemple suplimentare privind serviciile care sunt considerate în legătură cu bunuri imobile (de exemplu, Normele includ expres în această categorie serviciile în legătură cu rețelele de conducte pentru gaz, apă, canalizare și altele similare).

### *Faptul generator și exigibilitatea*

Au fost introduse clarificări și exemple noi privind stabilirea faptului generator și a exigibilității unei operațiuni, inclusiv în contextul trecerii de la cota de TVA de 24% la cota de 20%. Au fost aduse clarificări privind exigibilitatea în cazul cartelelor telefonice preplătite și voucherelor, făcându-se distincție între voucherelor cu scop unic și cele cu scop multiplu.

### *Baza de impozitare*

Se aduc clarificări privind aplicarea structurii de comisionar din punct de vedere al TVA în cazul refacturării de costuri, în sensul în care aceasta se va aplica doar atunci când sumele sunt refacturate la cost.

### *Cotele de taxă*

Se aduc clarificări și exemple noi privind aplicarea cotelor reduse de TVA, de 9% și 5%. Normele aduc clarificări privind

baza de impozitare în cazul în care contractul prevede că TVA (nu) este inclusă în preț sau prețul a fost stabilit fără nicio mențiune cu privire la TVA, respectiv în cazul în care contrapartida este stabilită prin lege, prin licitație, printr-o hotărâre a instanței.

### *Scutiri fără drept de deducere*

Acordul furnizorului de a amâna plata prețului după data livrării bunurilor sau prestării serviciilor, în schimbul perceperii unei dobânzi, va fi considerat o operațiune de acordare de credit scutită de TVA fără drept de deducere.

### *Scutiri cu drept de deducere*

În cazul scutirilor cu drept de deducere (de exemplu, scutiri pentru livrări intra-comunitare, exporturi, transport internațional și intracomunitar, traficul internațional de bunuri și scutiri pentru intermediari), aplicarea regimului de taxare de către furnizor nu implică anularea dreptului de deducere în ceea ce-l privește pe beneficiar.

Puteți consulta toate modificările [aici](#).

---

**Țuca Zbârcea & Asociații,  
clasată în categoria „Gold” a  
clasamentului WTR 1000 în  
domeniul proprietății**

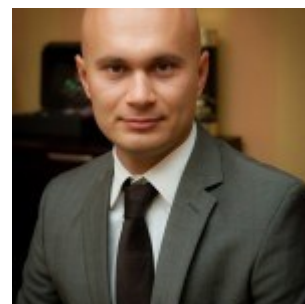
# intelectuale

*Țuca Zbârcea & Asociații a fost plasată pe prima poziție în topul firmelor specializate în domeniul proprietății industriale în categoria „Enforcement and Litigation”*

World Trademark Review realizează anual un clasament al celor mai bune firme de avocatură, agenții și practicieni în proprietate intelectuală din peste 71 de jurisdicții, în baza unor interviuri aprofundate cu reprezentanți ai clienților și competitorilor. Rezultatele analizei la nivelul ultimului an au fost publicate în ediția 2016 a ghidului WTR 1000, lansată recent la Londra.



În urma sondajului editorilor publicației, Țuca Zbârcea & Asociații s-a clasat pe podium, în categoria „**Gold**”. De asemenea, partenerul coordonator al departamentului de Proprietate Intelectuală, Ciprian Dragomir, a fost inclus pe lista profesioniștilor „**Gold**” în domeniu, fiind caracterizat drept „o autoritate în materie de proiecte de fuziuni și achiziții ori tranzacții complexe cu o componentă de proprietate intelectuală”. În plus, Bogdan Halcu, Managing Associate al firmei, a fost menționat ca specialist „**Silver**” pentru asistența oferită clienților firmei în proiecte „referitoare la comunicații electronice și tehnologia informației”. Totodată, editorii ghidului au apreciat experiența vastă a echipei în ceea ce privește combaterea contrafacerii și a încălcării drepturilor de proprietate intelectuală, considerând că „Țuca Zbârcea & Asociații nu numai că este conștientă de provocările cu care se confruntă societățile comerciale în mediul economic actual, dar știe și cum să le depășească”.



Echipa departamentului de Proprietate Intelectuală din cadrul

Țuca Zbârcea & Asociații este formată din avocați și consilieri în proprietate industrială cu o bogată experiență în servicii de asistență și reprezentare juridică oferite societăților naționale și multinaționale pentru protejarea portofoliului de proprietate intelectuală. O componentă semnificativă a practicii firmei o constituie asistența acordată în lupta împotriva contrafacerii produselor, a contrabandei cu produse și a utilizării ilegale a mărcilor înregistrate, în special produse larg consum, cum ar fi țigări, băuturi, alimente și articole de îmbrăcăminte. Echipa este specializată și în francize, mărci înregistrate și protecția brevetelor din industria farmaceutică și software. Nu în ultimul rând, experții firmei asigură în mod constant servicii de asistență juridică în cadrul unor procese de privatizare și tranzacții de tip „private equity”, precum și în preluări comerciale complexe realizate în cadrul procedurilor de insolvență. Țuca Zbârcea & Asociații ori avocații specializați în proprietate intelectuală sunt membri ai principalelor organisme și asociații internaționale de profil, precum INTA, WTO, ECTA.

---

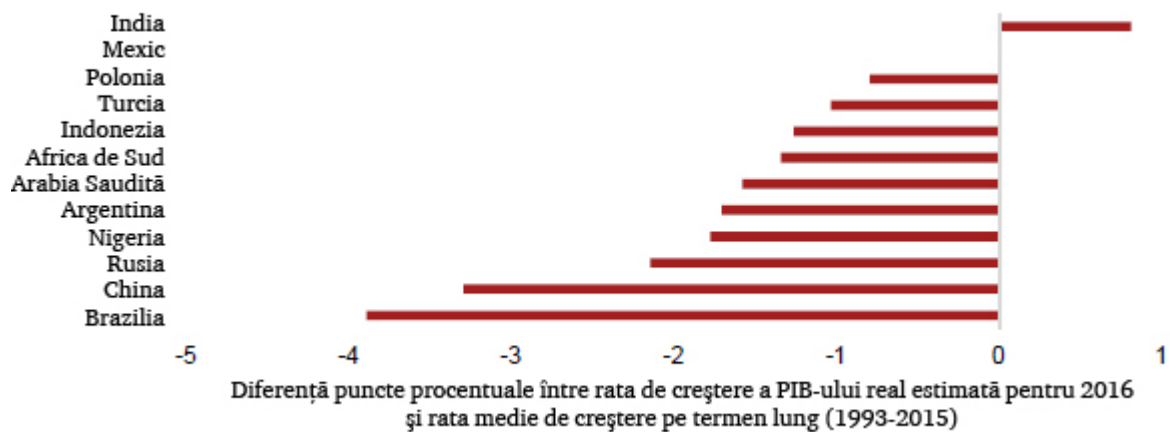
## **Previziunile economiștilor PwC pentru anul 2016**

- *Statele G7 vor avea cea mai rapidă creștere economică de după 2010, cea mai rapidă creștere fiind înregistrată în Statele Unite și Marea Britanie*
- *Geopolitica (mai degrabă decât economia) va fi prioritară pe agenda decidenților politici*
- *Prețurile mărfurilor vor continua să rămână scăzute*
- *Criza Zonei Euro va lua sfârșit*

- *Populația din Africa va crește în 2016 cu echivalentul celei din Australia*

1. **Vânt din pupa pentru G7:** Este de așteptat ca grupul G7 să înregistreze o creștere a PIB mai mare de 2%, ajungând astfel la cel mai rapid ritm de creștere înregistrat după 2010. Spre deosebire de statele G7, economiile emergente din E7 vor avea un ritm de creștere mai lent decât tendința ultimilor ani (dar mai rapid decât G7). Dintre statele E7, economiile Braziliei și Rusiei se vor contracta, iar a Chinei va încetini, însă India va avea o performanță de top (a se vedea Figura 1).

**Fig. 1: Dintre economiile emergente pe care le monitorizăm, preconizăm că India va fi singura care va avea o rată de creștere mai rapidă în 2016 decât rata medie pe termen lung**



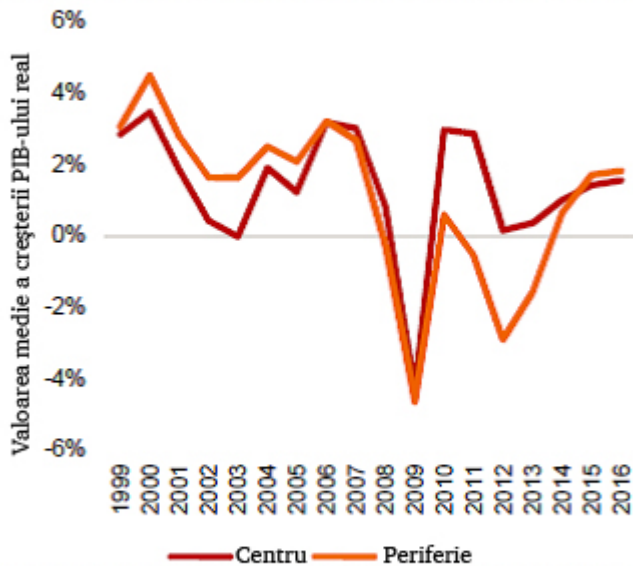
Sursa: Analiza PwC, FMI

2. **Geopolitica, mai degrabă decât economia, va fi prioritară pe agenda decidenților politici:** Trei subiecte geopolitice vor continua să fie în vizorul presei. Prima problemă este criza migranților în Europa, care se poate estompa în timpul iernii, pentru ca mai apoi să se reaprindă în primăvară. Al doilea subiect va fi răspunsul comunității internaționale la criza din Orientul Mijlociu. Al treilea, referendumul cu privire la soarta apartenenței Marii Britanii la Uniunea Europeană.
3. **Prețurile mărfurilor vor continua să rămână scăzute:** Aceasta este o veste bună pentru majoritatea afacerilor, gospodăriilor și decidenților politici din economiile

importatoare de petrol și materii prime, însă și o provocare pentru țările exportator. "Ne așteptăm ca revenirea economică Statelor Unite să prindă viteză în 2016, iar Marea Britanie se va bucura și ea de o creștere continuă bazată pe consum. De asemenea, ar trebui să vedem cel puțin începutul sfârșitului crizei Zonei Euro. Pe de altă parte, țările BRICs (Brazilia, Rusia, India și China) vor avea un 2016 dificil, cu excepția notabilă a Indiei", a declarat John John Hawksworth, economist șef al PwC Marea Britanie. **SUA va conduce liga G7 din punct de vedere al ritmului creșterii PIB:** Economia Statelor Unite va crește cu aproape 3% în acest an, contribuind cu aproape două treimi la creșterea per ansamblu a economiilor grupului G7 în anul 2016. Este de așteptat ca SUA să continue să creeze o medie de aproximativ 200 000 de locuri de muncă pe lună, susținând în acest fel și creșterea consumului. Cu toate acestea, SUA nu va avea locul întâi asigurat în topul economiilor cu cea mai rapidă creștere din G7; Marea Britanie îi va fi principalul rival în această competiție, creșterea economică a acesteia fiind estimată între 2 și 2,5%.

- **Ratele dobânzilor în SUA și Marea Britanie vor crește în 2016:** În luna decembrie a anului trecut, Rezerva Federală americană (Fed) a dat tonul prin prima creștere de dobândă după 2006. Economiiștii PwC se așteaptă ca Fed să continue să crească ratele dobânzilor în 2016, în mod treptat. Excluzând eventuale șocuri globale majore nefavorabile, ne așteptăm ca Banca Angliei să urmeze același traseu în 2016. Față de SUA și Marea Britanie, se preconizează că Banca Centrală Europeană, Banca Japoniei și Banca Poporului din China vor menține o politică monetară precaută în 2016.

**Fig. 2: Creșterea economică în periferia Zonei Euro va depăși din nou rata de creștere a țărilor centrale în 2016**



Notă: Centru – Franța, Germania, Olanda. Periferie – Irlanda, Italia, Grecia, Portugalia, Spania  
Surse: analiza PwC, Eurostat

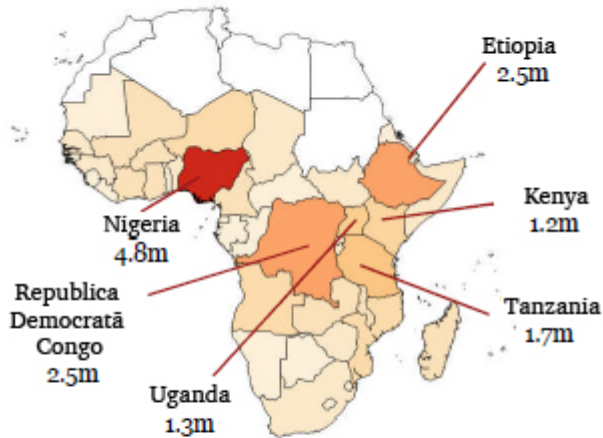
- **Sfârșitul crizei Zonei Euro:** Economii periferice ale Zonei Euro vor avea, pentru al doilea an consecutiv, o creștere mai rapidă decât cea a economiilor centrale (a se vedea Figura 2). Criza din Grecia ar putea să se aprindă din nou, însă ea nu va contamina întregul bloc, motiv pentru care economiștii PwC se așteaptă ca 2016 să marcheze cel puțin începutul sfârșitului crizei financiare din Zona Euro extinsă. Majoritatea dezechilibrelor din economiile periferice fiind sub control iar reformele structurale în plină desfășurare, este de așteptat ca PIB-ul Zonei Euro să crească în 2016 cu aproximativ 1,6% – cea mai rapidă rată de creștere după 2011.
- **India va avea cea mai bună performanță dintre statele E7:** Pentru al doilea an consecutiv, estimăm că India va avea o creștere mai rapidă decât cea a Chinei, dezvoltându-se cu aproape 7,7% în termeni reali. India va continua să culeagă roadele reformelor recente. Reducerea ratei rezervelor minime obligatorii de la 8%

la 6,75% în cursul anului trecut de către Banca Centrală a Indiei va încuraja consumul și creșterea investițiilor în 2016. În acest sens, investițiile străine directe în industria prelucrătoare încă subdezvoltată a Indiei ar putea să crească întrucât majoritatea limitărilor pentru accesul investițiilor străine în țară au fost eliminate.

- **Rata de creștere a PIB-ului Chinei va încetini la 6,5%:** Încetinirea economiei Chinei pare să continue, pe fondul procesului actual de recalibrare a economiei. Creșterea industriei prelucrătoare și a exporturilor va continua să încetinească. Cu toate acestea, liderii mediului de afaceri chinez vor continua să se mute în zone de producție cu o valoare adăugată mai mare. Pentru atingerea acestui obiectiv, suntem de părere că vor crește investițiile peste hotare făcute de companiile din China, în special prin cumpărarea unor afaceri implicate în noile tehnologii și în activități de cercetare-dezvoltare. Este de așteptat ca procesul de internaționalizare a renminbi-ului să continue, pe măsură ce se fac mai mulți pași în direcția liberalizării valorii capitalului, cum ar fi eliminarea restricțiilor asupra ofertelor publice inițiale (IPOs). În concluzie, deși economiștii PwC nu consideră că scenariul principal pentru China ar fi o “aterizare forțată”, companiile ar trebui să țină cont de riscul semnificativ asociat cu efectele pe care această undă de șoc le-ar putea avea asupra unora dintre economiile din Asia de Sud-Est.
- **Africa subsahariană (SSA) va adăga la populația mondială încă “o Australia”:** Populația Africii subsahariene va crește cu mai mult de 25 de milioane de persoane în anul 2016, mai mult decât toată populația Australiei la un loc. Această creștere vine în contextul evoluției zonei din ultimii ani, în care populația SSA a crescut cu mai mult de 20 de milioane de oameni pe an din 2006 până în

prezent. La nivelul țărilor, Figura 3 arată că aproape 20% din creșterea populației în Africa Subsahariană în 2016 va proveni din Nigeria.

**Fig.3: Nigeria va fi principalul motor de creștere a populației în Africa Subsahariană**



Note: Nuanțele mai închise arată zonele cu o creștere mai mare a populației; datele demografice sunt publicate la data de 1 iulie a fiecărui an  
Surse: Analiza PwC, Proiecția Populației realizată de Națiunile Unite

## Industriile creative și turismul cultural pot deveni active strategice pentru economiile marilor orașe din România

- Festivalurile George Enescu, Sunwaves, Electric Castle și Untold – prima linie a turismului cultural din România

- **Dezvoltarea unei infrastructuri culturale este o prioritate pentru România**
- **O nouă clasă creativă se naște odată cu creșterea orașelor globale**

Numărul și dimensiunile orașelor sunt în continuă creștere pe tot cuprinsul globului – alimentate de ritmul rapid de urbanizare de pe piețele emergente și de continuarea urbanizării de pe piețele mature. Conform Organizației Națiunilor Unite (ONU), 54% din populația lumii locuiește, în prezent, în orașe, iar până în anul 2050 acest procent va crește la 66%.

### **Atracția culturii și impactul ei economic**

Conform studiului EY [\*Cultural Times\*](#), care analizează 11 industrii creative la nivel global, viața culturală bogată a devenit un activ extrem de important pentru țările care caută să atragă manageri din mediul corporatist și angajați talentați – cei care în mod tipic sunt consumatori avizi de cultură și entertainment – precum și turiști atrași de cultură. Dezvoltarea unei infrastructuri culturale este în mod special importantă pentru țările emergente, cum este și România, care vor ajunge să atragă mai bine de jumătate din numărul de turiști internaționali până în anul 2030.

*„Europa de Est reprezintă deja o atracție pentru turismul cultural de pe continent, iar România poate capitaliza cu succes acest interes, în special pe segmentul festivalurilor de muzică și film. Cap de afiș în acest sens este cu siguranță Festivalul George Enescu. Conform datelor organizatorilor, ediția din 2013 a atras peste 20.000 de turiști străini timp de trei săptămâni în București. Pe lângă biletele cumpărate la festival, impactul economic al șederii acestor turiști în capitală este semnificativ. Dar Bucureștiul nu este singurul oraș din România care poate concura pe piața turismului cultural din regiune. Festivalul de muzică electronică „Sunwaves”, care se desfășoară de două ori pe an în Mamaia și*

*care are deja o tradiție de 8 ani sau cele două festivaluri de muzică emblematică pentru Cluj-Napoca – Electric Castle și Untold – atrag la rândul lor anual mii de turiști străini, devenind astfel active strategice pentru economiile locale ale acestor orașe ”, comentează Elena Badea, Director de Marketing, EY România*

## **Proiectele culturale sunt motoare ale regenerării urbane**

Bilbao, aflat în Țara Bascilor din Spania, este acum un model de regenerare urbană stimulată prin cultură, datorită Muzeului Guggenheim. Într-o regiune lovită de o rată enormă a șomajului în anii 1990 (în jur de 25%), planul de revitalizare, în valoare de 700 milioane USD, a crescut atractivitatea orașului, a stabilizat un număr de 4400 de locuri de muncă deja existente în oraș și a generat peste 1000 de locuri de muncă noi cu program complet. Numărul de turiști de la lansarea oficială a muzeului încoace a crescut de opt ori.



*„Infrastructura culturală reprezintă un catalizator al dezvoltării urbane: construirea unui muzeu oferă adesea oportunități de angajare în proiecte de dezvoltare urbană mari și de dezvoltare a unui nou <<brand al orașului>> în jurul industriilor creative și culturale. Astfel de proiecte emblematică cresc atractivitatea unui oraș pentru turiști, potențiale talente și profesioniști cu grad ridicat de competențe”, spune Elena Badea.*

## **Dezvoltarea unei infrastructuri culturale este o prioritate pentru România**

La nivel global, unele orașe dezvoltă în mod special zone culturale. Printre exemple se numără Zorlu Center din apropiere de Istanbul, Odaiba din Tokio, NDSM din Amsterdam și

Stratford City Development din Londra. Zorlu Center, situat la nouă kilometri de centrul Istanbulului, include nu doar un mall de cumpărături premium (de 105.000 metri pătrați), ci și un mare centru cultural (de 55.000 metri pătrați) cu două teatre și spații expoziționale. În sezonul inaugural al centrului (2014-2015) au fost incluse 400 de spectacole cu un public total de 500.000 spectatori.

În Franța, turismul bazat pe cultură (festivaluri, muzică live, operă și galerii de artă, însă fără sit-urile istorice) a generat 2,6 miliarde USD în anul 2013. Moștenirea culturală, activitățile și evenimentele de profil reprezintă acceleratori de creștere urbană și joacă un rol major în reînnoirea urbană. În Japonia, insula artificială Odaiba aduce într-un singur loc infrastructură de afaceri, culturală și de entertainment. Cele două muzee de pe insulă și evenimentele culturale (Comic Market și Gundam Festival care atrag gameri internaționali și entuziaști ai animației japoneze și ai cărților cu desene manga, de tip japonez) subliniază succesul și atracția exercitate de acest district al capitalei nipone. Comic Market atrage de două ori pe an aproape 500.000 de oameni în cadrul unui eveniment care durează trei zile.

*„În ceea ce privește infrastructura pentru activitățile culturale, România necesită investiții susținute pentru a acoperi un deficit evident. Dacă nu putem încă vorbi de zone culturale construite special pentru a găzdui manifestări de mari dimensiuni în condiții optime, putem însă să ne concentrăm pe dezvoltarea unei infrastructuri urbane de mai mici dimensiuni, precum săli de concerte și spectacole sau spații expoziționale. Am văzut cu toții din păcate ce consecințe nefaste poate avea lipsa accesului la astfel de facilități în comunitate, dar și impactul asupra industriilor creative precum cea muzicală și cea a artelor spectacolului, cărora le lipsesc spațiile de expresie. Dezvoltarea acestei infrastructuri este unul dintre elementele-cheie care pot stimula turismul cultural în centrele urbane ale României”,*

explică Elena Badea.

## **0 nouă clasă creativă se naște odată cu creșterea orașelor globale**

Populația de la nivel global este tânără – 1,8 miliarde de locuitori ai planetei aveau între 10 și 24 de ani în 2014, înregistrând un record istoric – iar alfabetizarea la nivel global s-a îmbunătățit semnificativ. Creșterea economică solidă și populațiile tinere generează un context favorabil dezvoltării unui val de consumatori din clasa de mijloc în multe piețe emergente. Această tendință nu este nicăieri mai puternică decât în Asia și Africa. Asia numără în prezent 525 milioane de consumatori culturali din clasa de mijloc.

Cuplată cu dezvoltarea de activități culturale, urbanizarea stimulează, de asemenea, emergența unei noi clase economice, atât în țările dezvoltate, cât și în cele în curs de dezvoltare – clasa “creativă”. Conform lui Richard Florida, teoretician al studiilor urbane, această clasă include oameni de știință, artiști, ingineri, designeri și scriitori “super-creativi”, precum și “profesioniști ai creației”, care activează într-o gamă largă de ocupații bazate pe cunoaștere.

Clasa creativă reprezintă întruparea triadei “Tehnologie, Talent și Toleranță”, conform definiției lui Florida, și este un motor esențial de creștere, inovație și atractivitate în zonele urbane. Combinația dintre prețurile mici ale proprietăților din interiorul orașelor și încurajarea puternică a libertății creative a susținut revigorarea Berlinului, care acum atrage artiști și antreprenori culturali din întreaga lume.

Conform studiului EY intitulat *Global Talent in Global Cities 2015*, Top 3 cele mai atractive orașe pentru clasa creativă arată astfel:

1. New York – se bucură de o scenă culturală unică, inclusă într-un mediu urban cosmopolit și progresist, în general

considerat benefic pentru activitățile creatoare;

2. Londra – se poziționează în fața Parisului datorită deschiderii sale internaționale (33% din populația orașului a fost născută în afara granițelor țării, față de doar 12% în Paris);
3. Paris – se clasează pe locul trei datorită moștenirii culturale și activelor tehnologice, dar este penalizat de mediul antreprenorial mai slab.