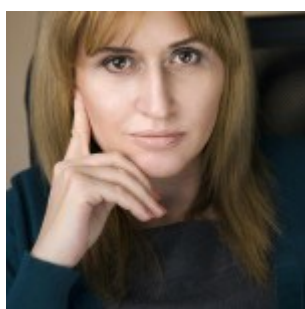


# Regulile fiscale din România se vor schimba în următorii 5 ani ca urmare a transformărilor legislației fiscale internaționale

Ca urmare a transformărilor legislației fiscale internaționale, cu accent pe creșterea transparenței și a schimbului de informații între state la nivel global, regulile fiscale se vor schimba și în România în următorii 5 ani.



„Vedem în ultima vreme un efort concertat la nivel internațional, în interiorul mai multor organizații sau grupuri internaționale, de la OECD, la G8 și până la Uniunea Europeană, pentru rescrierea regulilor fiscale internaționale, pentru a diminua pe cât posibil practica evitării plății taxelor, atât de către companii, cât și de către persoanele fizice. Urmarea acestor eforturi va fi un accent sporit pe determinarea motivelor și substanțelor tranzacțiilor, îndeosebi între părțile afiliate”, a declarat Mihaela Mitroi, Liderul Departamentului de Consultanță Fiscală și Juridică, PwC România.

„Peste 80 de state din întreaga lume au semnat Convenția privind asistența administrativă reciprocă în materie fiscală care vizează toate tipurile de impozite (pe venit, profit, avere etc.) și care permite schimbul de informații spontan și la cerere, precum și colaborarea în desfășurarea inspecțiilor fiscale internaționale. Dintre acestea, 52 de state, printre care și România, au aderat deja la acordul pentru schimbul automat de informații financiare. Acest acord va permite

României să facă schimb automat de informații financiare la nivelul standardului OECD între țări și jurisdicții în scopul identificării persoanelor fizice care eludează fiscal prin transferul banilor în străinătate. Prin urmare, regulile jocului se schimbă din punct de vedere fiscal peste tot la nivel global. România nu poate face excepție, iar contribuabilii din România trebuie să înceapă să se pregătească din vreme pentru aceste schimbări”, a arătat Mihaela Mitroi.

Într-o economie globalizată și aflată în profundă transformare, prețurile de transfer joacă un rol important în alocarea profiturilor între companii afiliate. La ora actuală prețurile de transfer se poziționează ca fiind o continuare a planificării fiscale, cu scopul de a minimiza sau chiar evita riscul litigiilor fiscale.

De asemenea, în cadrul evenimentului au fost abordate și teme privind pachetul de măsuri anti-evaziune fiscală, neclaritățile privind impozitarea operațiunilor din Marea Neagră, precum și necesitatea recalibrării raporturilor dintre contribuabili și ANAF, din perspectiva controalelor fiscale.

Acestea au fost câteva dintre concluziile conferinței anuale de taxe a PwC România care a avut loc azi la București.

## **Despre PwC**

Firmele din rețeaua PwC ajută organizațiile și indivizii să creeze valoarea adăugată de care au nevoie. Suntem o rețea de firme prezentă în 157 de țări cu mai mult de 195.000 de specialiști dedicați oferirii de servicii de calitate de audit, consultanță fiscală și consultanță pentru afaceri. Spuneți-ne care sunt lucrurile importante pentru dumneavoastră și descoperiți mai multe informații despre noi vizitând site-ul [www.pwc.ro](http://www.pwc.ro).

---

# EY lansează un program nou pentru sprijinirea antreprenorilor cu mare potențial de creștere

EY a lansat [\*Accelerating Entrepreneurs\*](#), un program prin care va oferi sprijin pentru dezvoltarea afacerii unui număr restrâns de antreprenori cu mare potențial din întreaga lume.

Prin intermediul programului, antreprenorii vor beneficia de consiliere din partea unei echipe de experți EY și lideri de business din întreaga lume și de oportunitatea de a dezvolta relații de afaceri cu antreprenori de top în cadrul evenimentului World Entrepreneur Of The Year™. Evenimentul reprezintă finala mondială a competiției cu același nume și va avea loc la Monte Carlo, între 3 și 7 iunie 2015.

Denumit anterior *Ready, Set, Grow*, programul [\*Accelerating Entrepreneurs\*](#) a fost redenumit și remodelat, în așa fel încât câștigătorii programului *Accelerating Entrepreneurs* să primească un pachet complet de consultanță, suport și mentorat, incluzând:

- 0 sesiune de 90 de minute în cadrul EY World Entrepreneur Of The Year, unde câștigătorii programului *Accelerating Entrepreneurs* își vor prezenta planul de afaceri unui panel de "Antrenori pentru creștere" (Growth Coaches), care le vor oferi îndrumări și consiliere de specialitate;
- Oportunitatea de a stabili relații de mentorat continue cu antrenorii și cu câștigătorii naționali ai concursului EY Entrepreneur Of The Year;

- Oportunitatea de a participa la EY World Entrepreneur Of The Year, toate cheltuielile fiind suportate de EY, pentru a se întâlni și socializa cu antreprenori din peste 60 de țări, care se vor reuni la Monte Carlo.

Procesul de selecție al antreprenorilor care vor beneficia de consiliere și sprijin din partea EY în cadrul *Accelerating Entrepreneurs* va fi derulat de un panel independent de experți, conform următoarelor criterii: potențialul de creștere al companiei; spirit antreprenorial și leadership; viziune strategică; gândire inovatoare și originalitate; performanțe financiare; cultura de HR.



Alexandru Lupea, Strategic Growth Markets Leader și Audit Partner, EY România declară:

*“Evenimentul EY World Entrepreneur Of The Year aduce laolaltă pe unii dintre cei mai de succes antreprenori din lume, lideri în piețele lor și, mulți dintre ei, lideri de piață la nivel global. **Accelerating Entrepreneurs** reprezintă o șansă pentru antreprenorii ambițioși care doresc să devină liderii de piață de mâine. Aceștia au ocazia să învețe de la acești antreprenori de elită, prin intermediul unor sfaturi practice în cursul evenimentului și al unui an de mentorat care să îi ajute în trecerea la etapa următoare a itinerariului lor de creștere.”*

*“Pe măsură ce se dezvoltă, companiile antreprenoriale au un impact tot mai mare asupra comunităților din care fac parte, prin locurile de muncă generate și produsele și serviciile inovatoare oferite. De aceea, este atât de important să le oferim suport încă din primele etape ale călătoriei lor, prin deschiderea rețelei noastre către ei.”*

**Pentru a aplica la programul *Accelerating Entrepreneurs*, cei interesați trebuie să fie proprietari / fondatori / CEO ai companiei reprezentate și să fie responsabili pentru performanțele de dată recentă ale firmei. Compania trebuie să aibă o vechime de minimum doi ani și să fi raportat vânzări sub 50 milioane USD în fiecare dintre ultimii doi ani financiari.**

Aplicațiile se depun online pe adresa [www.ey.com/scaleup](http://www.ey.com/scaleup), până la data de 1 martie 2015.

\*\*\*\*

### **Despre EY World Entrepreneur Of The Year™**

EY World Entrepreneur Of The Year este cea mai prestigioasă competiție mondială pentru antreprenori. Această competiție unică încurajează activitatea antreprenorială în rândul celor care au acest potențial și recunoaște contribuția oamenilor care îi inspiră pe alții prin viziunea, leadership-ul și rezultatele lor. În calitate de primul și singurul premiu cu adevărat global de acest gen, Entrepreneur Of The Year îi celebrează pe cei care construiesc și conduc afaceri de succes, recunoscându-le meritele prin intermediul programelor de premiere regionale, naționale și globale în peste 145 de orașe din 60 de țări.

\*\*\*\*

### **Despre EY România**

EY este una dintre cele mai mari firme de servicii profesionale la nivel global, cu 190.000 de angajați în peste 700 de birouri din 150 de țări și venituri de aproximativ 27,4 miliarde de USD în anul fiscal încheiat la 30 iunie 2014. Rețeaua noastră este cea mai integrată la nivel global, iar resursele din cadrul acesteia ne ajută să le oferim clienților servicii prin care să beneficieze de oportunitățile din întreaga lume. În România, EY este unul dintre liderii de pe

piața serviciilor profesionale încă de la înființare, în anul 1992. Cei peste 500 angajați din România și Republica Moldova furnizează servicii integrate de audit, asistență fiscală, asistență în tranzacții și servicii de asistență în afaceri către companii multinaționale și locale. Avem birouri în București, Cluj-Napoca, Timișoara, Iași și Chișinău. De la 1 iulie 2013, Ernst & Young a devenit EY, logo-ul s-a schimbat pentru a răspunde acestei modificări, iar noul tagline al companiei este "Building a better working world". Această redefinire a identității vizuale vine să reflecte noua strategie a companiei, Vision 2020. Pentru mai multe informații, vizitați pagina noastră de internet: [www.ey.com](http://www.ey.com).

---

## **Rentabilitatea capitalului uman în România (HC ROI) este în ușoară creștere față de anul precedent și mai mare decât media europeană, potrivit ediției 2014 a studiului PwC Saratoga**

Rentabilitatea capitalului uman în România (exprimată prin numărul de unități monetare generate de fiecare angajat pentru fiecare unitate monetară investită în remunerația sa) este de 1.30, potrivit studiului PwC Saratoga 2014, în creștere cu 4% față de anul 2013 și cu 16% mai mare decât media europeană.



„În condițiile în care veniturile companiilor din România nu au crescut semnificativ anul trecut, iar costurile salariale au rămas relativ constante, creșterea ușoară față de anul precedent a fost dată de eficientizarea costurilor indirecte ale companiilor, deși s-au remarcat și o serie de investiții de anvergura în sisteme informatice moderne de tip ERP, CRM etc. care au dus la o îmbunătățire a productivității”, a precizat Horațiu Cocheci, Senior Manager, Liderul echipei de servicii de consultanță în resurse umane, PwC România.

Privită în context european, rentabilitatea capitalului uman din România este mai mare decât media europeană (1.12) și decât media țărilor din Europa Centrală și de Est (1.28).

La nivel de sectoare de activitate, se observă o evoluție pozitivă a rentabilității capitalului uman în sectorul serviciilor financiare (de la 0.92 la 1.97). Pe de altă parte, rentabilitatea a scăzut în sectoarele farmaceutic (1.60 vs. 2.01 în anul precedent), bunuri de larg consum (1.23 vs. 1.50 în anul precedent) și produse industriale (1.11 vs. 1.34 în anul precedent) și s-a menținut la același nivel în sectorul de retail (1.03).

<b>HC ROI</b>	<b>Saratoga 2014</b>	<b>Saratoga 2013</b>
Bunuri de larg consum	<b>1.23</b>	<b>1.50</b>
Farmaceutice	<b>1.60</b>	<b>2.01</b>
Produse industriale	<b>1.11</b>	<b>1.34</b>
Retail	<b>1.03</b>	<b>1.03</b>
Servicii financiare	<b>1.97</b>	<b>0.92</b>

Comaniile au continuat sa investească în **dezvoltarea angajaților**, înregistrându-se o creștere a numărului de ore de training per angajat (18 ore, față de doar 15 ore în anul precedent). Pe de altă parte, costul asociat acestui tip de activitate a scăzut (105 EUR per angajat vs. 135 EUR per angajat în anul precedent).



„Acest lucru arată că organizațiile înțeleg nevoia de a investi in dezvoltarea angajaților, însă au devenit din ce in ce mai inovative in ceea ce privește derularea programelor specifice, orientându-se către soluții eficiente din punct de vedere al costurilor cum ar fi platformele de e-learning sau cursurile la distanță”, a declarat Nicoleta Dumitru, Manager, Consultanță în Resurse Umane, PwC România.

Numărul de ore de training oferit de organizațiile din România este aliniat cu mediile europene (18 ore per angajat la nivel european și 19 ore în cazul tarilor din Europa Centrala și de Est), însă costurile sunt mai mici (105 EUR per angajat în România față de 210 EUR în Europa și respectiv 170 EUR per angajat în CEE).

Studiul PwC Saratoga Romania 2014 prezintă date exhaustive referitoare la indicatori de eficiență ai capitalului uman pe baza datelor colectate de la 80 de companii participante din cinci ramuri economice (industria farmaceutică, industria bunurilor de larg consum, produse industriale, retail și servicii financiare).

## **Despre PwC**

Firmele din rețeaua PwC ajută organizațiile și indivizii să creeze valoarea adăugată de care au nevoie. Suntem o rețea de firme prezentă în 157 de țări cu mai mult de 195.000 de specialiști dedicați oferirii de servicii de calitate de audit, consultanță fiscală și consultanță pentru afaceri.

Spuneți-ne care sunt lucrurile importante pentru dumneavoastră și descoperiți mai multe informații despre noi vizitând site-ul [www.pwc.ro](http://www.pwc.ro).

---

# Fuziunile și achizițiile (M&A) din domeniul Bio-farmaceutic înregistrează un salt de peste 200 miliarde USD

- Companiile farmaceutice de nișă domină agenda M&A, în vreme ce companiile farmaceutice mari și-au raționalizat portofoliile, concentrându-se asupra francizelor competitive
- Anul 2015 va însemna o provocare pentru firmele care intenționează să crească prin achiziții, ele confruntându-se cu intensificarea competiției și cu un deficit de oferte accesibile

Chiar dacă a fost în bună parte absent din peisajul M&A în 2013, segmentul companiilor farmaceutice mari a revenit la niveluri serioase de tranzacționare în 2014, prin fuziuni și achiziții totalizând aproape 90 de miliarde USD. Multe firme din acest segment au căutat să își restructureze afacerile în sensul concentrării lor și să reducă decalajele “de creștere” a veniturilor, care sunt așteptate să totalizeze 100 miliarde USD până în 2017.

Comaniile farmaceutice de nișă au întrecut companiile mari la capitolul cheltuielilor cu fuziuni și achiziții, atingând nivelul de 130 miliarde USD. Această abordare agresivă a permis anumitor companii de nișă să dobândească gradul de scalabilitate necesar pentru a concura cu succes într-un mediu global în care cu presiunea pe prețuri crește constant, se arată în raportul EY – *Firepower Index and Growth Gap Report 2015: Firepower fireworks*.

Indexul Firepower măsoară abilitatea companiilor Bio-farmaceutice de a finanța tranzacții M&A pe baza forței bilanțurilor financiare proprii și a capitalizării lor de piață. Astfel, puterea de acțiune a unei companii crește fie atunci când cresc capitalizarea sa de piață sau fondurile proprii, fie atunci când scade nivelul datoriilor.



Mihaela Cuțurescu, Manager Asistență în tranzacții, EY România spune: *“Ne așteptăm ca 2015 să fie un an cu o activitate robustă și intens concurențială în ceea ce privește fuziunile și achizițiile în industria bio-farmaceutică, marcat de o creștere continuă a primelor de tranzacționare. Aceasta va însemna o provocare mai ales pentru unele companii mari, care au încă nevoie de achiziții ca să satisfacă așteptările de creștere ale pieței. Pentru moment, numărul țintelor care pot oferi un impact semnificativ asupra acoperirii scăderilor de venituri – ceea ce noi numim “decalaj de creștere” – este mic. Mai mult, competiția pentru tranzacții s-a intensificat dinspre companiile farmaceutice de nișă și marile companii de biotehnologie, acestea mărindu-și forța de acțiune.”*

Alte aspecte importante evidențiate de raport:

- **Creșterea contează** – În ultimii cinci ani, companiile mari de biotehnologie și cele farmaceutice de nișă au furnizat o creștere cumulată de peste cinci ori mai mare decât creșterea companiilor farmaceutice mari.

- **Eficiența strategiilor fiscale a reprezentat cheia cu ajutorul căreia companiile farmaceutice de nișă au ținut capul de afiș în zona achizițiilor** – Companiile farmaceutice de nișă au devenit achizitorii dominanți în 2014 și mulțumită, în mare parte, strategiilor lor eficiente de taxe, folosind peste 50% din forța lor de acțiune pentru fuziuni și achiziții. Marile companii farmaceutice au folosit doar 10% din forța lor de acțiune pentru fuziuni și achiziții în aceeași perioadă de timp.
- **Activele mai scumpe și scăderea forței de acțiune determină companiile farmaceutice mari să fie extrem de selective când fac oferte** – Valorile estimate de achiziție ale potențialelor ținte (companii cu o țintă de vânzări pentru 2015 de peste 1 miliard USD) au crescut, în medie cu 164%, între 2011 și 2014. Astfel de valori au făcut de neatins multe din cele mai atractive ținte de achiziție pentru companiile farmaceutice mari, chiar dacă ele urmăreau să încheie mai multe tranzacții pentru a se putea concentra pe zonele proprii de terapie farmaceutică.

#### **Implicații pentru 2015 și pe mai departe:**

- **Creșterea contează pe mai departe** – Creșterile de randament ale dividendelor acordate acționarilor de companiile de biotehnologie și de cele farmaceutice de nișă, în combinație cu proiecțiile de creștere pentru piață în ansamblul ei, vor exercita, probabil, o presiune suplimentară asupra companiilor farmaceutice mari cu decalaje de creștere să încheie tranzacții în 2015.
- **E foarte probabil ca primele mai mari să persiste** – O concurență mai intensă pentru activele de înaltă calitate cu potențial de creștere, datorată puterii mai mari de cumpărare a companiilor farmaceutice de nișă și a celor mari de biotehnologie, va duce la continuarea

tendinței de creștere a valorii companiilor țintă și în 2015.

- **Sunt de așteptat tranzacții mai bine țintite** – Date fiind primele ridicate așteptate pentru activele atractive în anul 2015, fuziunile și achizițiile de natură transformațională vor deveni o opțiune doar pentru câțiva cumpărători potențiali. În consecință, este posibil ca firmele farmaceutice mari să-și continue adaptările de portofoliu, în combinație cu achiziții private, pentru a-și dezvolta – sau menține, după caz – o masă critică în ariile terapeutice cheie.
- **Activismul acționarilor este în creștere** – Crește presiunea din partea acționarilor pe măsură ce tot mai multe companii care au anunțat renunțări la zone neesențiale ale afacerii în anii 2013 și 2014 au generat valori mai mari ale rezultatelor pentru investitori.

*“Dat fiind climatul comercial actual, ne așteptăm ca termenul “concentrare” să rămână cuvântul-cheie în operațiunile din zona de tranzacții în 2015, pe măsură ce firmele își concentrează resursele pe piețele esențiale, unde pot dobândi avantaje competitive sustenabile. Orice decalaje rezultante pe care companiile le identifică în mersul afacerii vor avea, probabil, un impact semnificativ asupra activității de tip M&A în 2015 și dincolo de acest moment”, concluzionează Mihaela Cuțurescu.*

\*\*\*\*

### **Despre EY Firepower Index**

Ajuns la a treia ediție, EY Firepower Index măsoară capacitatea companiilor de a finanța tranzacții pe baza solidității bilanțurilor lor contabile. Raportul are la bază patru indicatori cheie: 1. Fondurile financiare (în numerar și echivalent); 2. Datoriile existente; 3. Liniile de credit și capacitatea de îndatorare; 4. Capitalizarea de piață. Modelul de analiză a implicat următoarele presupuneri: în primul rând,

o firmă nu va achiziționa ținte mai mari de 50% din capitalizarea de piață curentă a companiei; în al doilea rând, raportul debt/equity al entității combinate generate de o tranzacție nu poate depăși 30%. Chiar dacă unele companii farmaceutice au efectuat achiziții care trec dincolo de aceste limite superioare, intenția noastră este aceea de a aplica o metodologie uniformă pentru măsurarea schimbărilor relative ale forței de acțiune. Indicele Firepower măsoară capacitatea de a realiza tranzacții M&A finanțate cu numerar sau prin îndatorare. Nu măsoară abilitatea de realizare a tranzacțiilor de tip acțiune-contra-acțiune. Cu toate acestea, creșterile înregistrate de prețul acțiunilor unei companii îi măresc acesteia forța de acțiune, conform formulei de calcul a indicelui Firepower. În acest raport, companiile sunt clasificate drept farmaceutice mari, farmaceutice de nișă/generice sau biotehnologice mari, pe baza mărimii lor, a arealului geografic operațional și a portofoliului de produse. În cazul prezentului raport, au fost analizate 17 companii farmaceutice mari, 11 companii farmaceutice de nișă și 12 companii mari de biotehnologie.

## **Despre EY România**

EY este una dintre cele mai mari firme de servicii profesionale la nivel global, cu 190.000 de angajați în peste 700 de birouri din 150 de țări și venituri de aproximativ 27,4 miliarde de USD în anul fiscal încheiat la 30 iunie 2014. Rețeaua noastră este cea mai integrată la nivel global iar resursele din cadrul acesteia ne ajută să le oferim clienților servicii prin care să beneficieze de oportunitățile din întreaga lume. În România, EY este unul dintre liderii de pe piața serviciilor profesionale încă de la înființare, în anul 1992. Cei peste 500 angajați din România și Republica Moldova furnizează servicii integrate de audit, asistență fiscală, asistență în tranzacții și servicii de asistență în afaceri către companii multinaționale și locale. Avem birouri în București, Cluj-Napoca, Timișoara, Iași și Chișinău. EY

România s-a afiliat în 2014 singurei competiții de nivel mondial dedicată antreprenoriatului, EY Entrepreneur Of The Year. Câștigătorul ediției locale reprezintă România în finala mondială ce are loc în fiecare an în luna iunie la Monte Carlo. În finala mondială se acordă titlul World Entrepreneur Of The Year. Pentru mai multe informații, vizitați pagina noastră de internet: [www.ey.com](http://www.ey.com).

---

## **Ministrul Finanțelor Publice, Darius Vâlcov: Schemele de ajutor de stat promovate de către Ministerul Finanțelor Publice vor produce noi locuri de muncă în România**

Ministerul Finanțelor Publice anunță deschiderea unei noi sesiuni de înregistrare a Cererilor de acord pentru finanțare în baza Hotărârii Guvernului nr. 332/2014 privind instituirea unei **scheme de ajutor de stat pentru sprijinirea investițiilor care promovează dezvoltarea regională prin crearea de locuri de muncă**, cu modificările și completările ulterioare, care se va desfășura în perioada 02 – 27.02.2015, cu posibilitatea prelungirii în condițiile legii, bugetul total alocat sesiunii fiind de 450 milioane lei.

Menționăm că prima sesiune de înregistrare a Cererilor de acord pentru finanțare în baza acestei scheme de ajutor de stat, derulată în perioada 22.09 – 28.11.2014, a suscitât interes în rândul reprezentanților mediului de afaceri, fiind

**înregistrat un număr total de 49 de cereri în valoare de 207,9 milioane lei, din care 30 de întreprinderi, ce vor crea 3.724 noi locuri de muncă, au fost selectate pentru etapa a doua de evaluare.**

*“Este vorba despre acordarea unui ajutor de stat de maxim 50% din costurile salariale totale ale companiilor care crează minim 10 noi locuri de muncă. Această schemă de ajutor de stat va conduce la crearea a 3.724 de noi locuri de muncă”, a explicat ministrul Finanțelor Publice, Darius Vâlcov.*

Totodată, Ministerul Finanțelor Publice anunță continuarea sesiunii de înregistrare a Cererilor de acord pentru finanțare în baza Hotărârii Guvernului nr. 807/2014 pentru instituirea unei scheme de ajutor de stat având ca obiectiv stimularea investițiilor cu impact major în economie, bugetul total alocat fiind de 450 milioane lei.

**Notă:**

*Precizăm că în luna decembrie a anului 2014, în baza acestei scheme de ajutor de stat au fost deja depuse două cereri de acord pentru finanțare pentru investiții în valoare totală de 244,3 milioane lei, care vor determina crearea a peste 800 locuri de muncă, ajutorul de stat solicitat fiind de 112,4 milioane lei.*

**Toate informațiile necesare întreprinderilor în vederea accesării finanțării nerambursabile sub forma ajutorului de stat pusă la dispoziție de Ministerul Finanțelor Publice se regăsesc pe site-ul <http://www.mfinante.ro> la secțiunea Ajutor de stat.**

*Sursa: [www.mfinante.ro](http://www.mfinante.ro)*

---

# Consumatorul între previzibil și surprinzător

✘ *Autor: Constantin Măgdălina, Knowledge Management Senior, EY România*

Preferințele schimbătoare ale consumatorilor pot accelera sau falimenta o afacere. Capacitatea de a sincroniza compania cu nevoile și dorințele consumatorilor a devenit un aspect vital pentru succesul oricărei afaceri. Valorile consumatorilor se diversifică tot mai mult, pe măsură ce generarea colaborativă de valoare se extinde la scară mondială.

Pe fondul sincronizării piețelor de consum din întreaga lume, a dezvoltării afacerilor-platformă și a fluxurilor informaționale bidirecționale, diversificarea valorilor consumatorilor este influențată de următorii factori:

## 1. Experiența devine prioritară

Pe măsură ce gama de opțiuni privind produsele și serviciile se va lărgi tot mai mult, consumatorii vor avea tendința de a face prioritizări și în funcție de o nouă varietate de factori ce țin de experiențele personale. Valoarea experienței personale se referă la valoarea senzorială generată atunci când oamenii se simt satisfăcuți sau trec prin experiența de folosire a unui produs sau serviciu, iar acest concept trece dincolo de sensul tradițional al valorii fizice sau monetare.

Valoarea senzorială include cinci elemente: (1) simțul – implică văzul, auzul, mirosul, pipăitul și gustul; (2) senzația – generează experiențe emoționale pozitive; (3) gândirea – apelează la intelectul nostru și la gândirea noastră creativă; (4) acțiunea – implică schimbări în comportamentul și stilul nostru de viață; (5) relaționarea – se bazează pe nevoia noastră permanentă de apartenență la ceva și de însemnătate.

Una din caracteristicile ce evidențiază valoarea experienței consumatorilor este faptul că ei nu mai joacă doar un rol pasiv, ci pretind să ia parte în mod activ la procesul de design și achiziție a unui produs. Printre exemplele concrete se numără participarea consumatorilor la activitățile de dezvoltare de produse (inovația utilizatorului) și la activitățile de vânzare legate de piețele produselor folosite deja și de tranzacțiile interpersonale.

## **2. Siguranța și securitatea devin tot mai importante**

Ținând cont de ce spun experții, consumatorii au devenit în ultimii ani tot mai conștienți de caracteristicile ce țin de sănătate și mediu. Ca atare, ei au devenit din ce în ce mai sofisticăți. Deoarece consumatorii manifestă un interes tot mai crescut pentru produsele naturale, cum ar fi alimentele bogate în enzime și legumele uscate sau congelate, companiile vor fi nevoite să procedeze la fel.

Această atitudine se reflectă în cererea în creștere a consumatorilor pentru responsabilizarea comercianților în privința produselor comercializate: să fie prietenoase cu mediul și sigure pentru sănătate. O imagine negativă a companiei se poate răspândi rapid și în medii multiple, în bună măsură din cauza rețelelor sociale. Prin urmare, companiile trebuie să înțeleagă și să țină cont de importanța acestei preferințe a consumatorilor și să ia măsuri în consecință.

## **3. Timpul alocat cumpărăturilor este în scădere**

Conform studiului *Consumer and Innovation Trends in Ready Meals*[i], la scară globală, 50% dintre consumatori își doresc produse și servicii care să le economisească timpul alocat cumpărăturilor. Consumatorii caută instrumente și servicii de optimizare a timpului personal sau de minimizare a timpului presupus de orice fel de achiziție și/sau acțiune. Companiile se confruntă acum mai degrabă cu provocarea de a concura

pentru timpul alocat de consumatori și pentru veniturile lor disponibile decât de a lua parte la tradiționalul joc de creștere a vânzărilor și de cucerire a unor cote mai mari de piață.

#### **4. Contactul direct își redobândește importanța**

Studiul *A New Era of Pause and Purchase*<sup>[ii]</sup>, realizat în anul 2010, a descoperit că așteptările cumpărătorilor atunci când sunt în magazin s-au schimbat, trecând de la prețurile mici la conexiunea personală cu vânzătorul. Companii din cele mai diverse industrii și arii geografice au început să răspundă la această tendință. Unele furnizează servicii de transport pentru persoane în vârstă ca parte a serviciilor lor pentru o viață independentă, cum ar fi: comisioane și servicii de verificare a siguranței consumatorilor. Alte companii de e-commerce dispun de o funcție de tip chat proiectată astfel, încât magazinele nu pot efectua vânzări către consumatori dacă nu răspund instantaneu întrebărilor acestora.

Tendințele apar și dispar, evidențiind schimbarea continuă, la fel ca pe piața produselor de consum. Pe măsură ce consumatorii se așteaptă la o creștere a valorii experienței personale sau la o întoarcere la valorile de bază ale actului de cumpărare, companiile de comerț cu amănuntul trebuie să-și redefinească identitatea și să reconsidere genul de valori pe care îl oferă consumatorilor. Prin satisfacerea noilor nevoi ale consumatorilor, producătorii și comercianții vor beneficia de pe urma unui grad mai mare de conștientizare, a unei rate îmbunătățite de conversie a eforturilor lor în rezultate concrete, a unei afinități mai bune față de marcă și la o creștere a loialității consumatorilor. Companiile trebuie să-și pună întrebarea despre care sunt tendințele care vor determina avantajele competitive în cadrul industriei din care face parte. Strategiile lor de produs/serviciu trebuie să ia în considerare forțele care modelează piața, proiecția bazându-se pe un orizont de timp care să nu fie de 3-5 minute, ci de cinci ani. Companiile trebuie să-și pregătească astăzi

viitorul nou de mâine.

\*\*\*\*

## **Despre EY România**

EY este una dintre cele mai mari firme de servicii profesionale la nivel global, cu 190.000 de angajați în peste 700 de birouri din 150 de țări și venituri de aproximativ 27,4 miliarde de USD în anul fiscal încheiat la 30 iunie 2014. Rețeaua noastră este cea mai integrată la nivel global iar resursele din cadrul acesteia ne ajută să le oferim clienților servicii prin care să beneficieze de oportunitățile din întreaga lume. În România, EY este unul dintre liderii de pe piața serviciilor profesionale încă de la înființare, în anul 1992. Cei peste 500 angajați din România și Republica Moldova furnizează servicii integrate de audit, asistență fiscală, asistență în tranzacții și servicii de asistență în afaceri către companii multinaționale și locale. Avem birouri în București, Cluj-Napoca, Timișoara, Iași și Chișinău. EY România s-a afiliat în 2014 singurei competiții de nivel mondial dedicată antreprenoriatului, EY Entrepreneur Of The Year. Câștigătorul ediției locale reprezintă România în finala mondială ce are loc în fiecare an în luna iunie la Monte Carlo. În finala mondială se acordă titlul World Entrepreneur Of The Year. Pentru mai multe informații, vizitați pagina noastră de internet: [www.ey.com](http://www.ey.com).

*[i] Consumer and Innovation Trends in Ready Meals, Datamonitor, 2012.*

*[ii] A New Era of Pause and Purchase, American Express, 2010 – studiul a fost realizat în SUA, Marea Britanie, Australia, Japonia și Mexic, pe un eșantion de 6.000 de respondenți cu vârsta 18-65+ ani.*

---

# Alex Milcev preia conducerea departamentului de Asistență fiscală și juridică din cadrul EY România

Începând cu luna ianuarie 2015, Alex Milcev devine noul Director al departamentului de Asistență fiscală și juridică al EY România, ca urmare a plecării lui Venkatesh Srinivasan, care se reîntoarce în țara natală, India, pentru a prelua un rol executiv la nivel global în cadrul EY.



Alex este Partener în cadrul EY încă din anul 2006 și are o experiență de peste 17 ani în calitate de consultant fiscal al unor importante companii din diverse sectoare de activitate. Alex a oferit consultanță clienților săi atât pe probleme de fiscalitate internă cât și internațională, fiind implicat în proiecte complexe de restructurări, privatizări, raportare fiscală, optimizare fiscală, fiind în același timp unul dintre experții de top în domeniul prețurilor de transfer din România.



*„Alex este unul dintre arhitecții care au contribuit la dezvoltarea departamentului de Asistență fiscală din cadrul EY, acesta devenind astfel cel mai extins și mai căutat din România”, afirmă Bogdan Ion, Country Managing Partner, EY România. „Alex este apreciat de clienții săi datorită calităților innăscute de lider, a excelentelor cunoștințe de business și a*

*abilității de a livra în mod constant valoare adăugată companiilor acestora”.*

Alex Milcev este membru fondator al Camerei Consultanților Fiscali din România și membru al Camerei de Comerț Româno-Americană (AmCham), aflându-se frecvent în poziția de lector și vorbitor pe probleme fiscale și juridice în cadrul diverselor instituții, precum și în cea de colaborator al mai multor publicații de business.

*„Modul în care EY România a reușit să se dezvolte și să se diversifice, în ciuda crizei economice mondiale constituie o lecție valoroasă, iar eu intenționez să valorific în continuare acest model unic de dezvoltare și diversificare pentru a veni în sprijinul clienților noștri și al comunității”, a declarat Alex Milcev.*

Fostul Director al departamentului de Asistență fiscală și juridică, Venkatesh Srinivasan, care s-a aflat la cârma acestuia timp de aproape 15 ani, părăsește România pentru a începe un nou capitol din viața sa profesională ca membru al echipei *EY Global Compliance and Reporting* (GCR) și ca lider al *GCR Global Talent Hub* în cadrul EY Bangalore, India. Pe durata șederii sale în România, Venkatesh a ocupat funcții executive cheie la nivel local și regional, inclusiv cea de *CSE Tax Markets Leader*, contribuind de asemenea la dezvoltarea departamentului de Asistență fiscală, rezultatul fiind atingerea poziției actuale de lider de piață.

\*\*\*\*

## **Despre EY România**

EY este una dintre cele mai mari firme de servicii profesionale la nivel global, cu 190.000 de angajați în peste 700 de birouri din 150 de țări și venituri de aproximativ 27,4 miliarde de USD în anul fiscal încheiat la 30 iunie 2014. Rețeaua noastră este cea mai integrată la nivel global iar resursele din cadrul acesteia ne ajută să le oferim clienților

servicii prin care să beneficieze de oportunitățile din întreaga lume. În România, EY este unul dintre liderii de pe piața serviciilor profesionale încă de la înființare, în anul 1992. Cei peste 500 angajați din România și Republica Moldova furnizează servicii integrate de audit, asistență fiscală, asistență în tranzacții și servicii de asistență în afaceri către companii multinaționale și locale. Avem birouri în București, Cluj-Napoca, Timișoara, Iași și Chișinău. EY România s-a afiliat în 2014 singurei competiții de nivel mondial dedicată antreprenoriatului, EY Entrepreneur Of The Year. Câștigătorul ediției locale reprezintă România în finala mondială ce are loc în fiecare an în luna iunie la Monte Carlo. În finala mondială se acordă titlul World Entrepreneur Of The Year. Pentru mai multe informații, vizitați pagina noastră de internet: [www.ey.com](http://www.ey.com).

---

## **Dreptul de a interoga specialistul Parchetului**



**Autor: Cosmin Flavius Costas**

În dosarele penale cu elemente de drept fiscal, Parchetul recurge în prezent la serviciile specialiștilor delegați de ANAF la Parchete (și remunerați de ANAF). Prin urmare, fără participarea părților, procurorul dispune ca acești specialiști să efectueze un raport de constatare tehnico-stiințifică pentru problemele de natură fiscală puse în discuție. În acest sens, reamintim faptul că art. 6 par. 3 lit. d) din Convenție consacră *dreptul de a interoga martorii din proces*. Astfel, în privința martorilor propriu-zisi, este neîndoielnic faptul că audierea lor în secret, fără informarea suspectului sau a apărătorului acestuia, contravine exigențelor convenționale. Prin urmare, în special în cazul martorilor ale căror depoziții au un caracter determinant și care au fost audiați de organele de urmărire penală, există o încălcare a art. 6 par. 3 lit. d) din Convenție<sup>[1]</sup>. În egală măsură însă, dreptul de a interoga martorii din proces este încălcat și prin aceea că suspectul sau apărătorii lui nu au posibilitatea de a participa la stabilirea obiectivelor raportului de constatare, de a-l interoga direct pe acest specialist sau de a formula obiecțiuni la raportul de constatare. Mai mult, din practica Parchetelor rezultă faptul că persoana acuzată nu are nici măcar posibilitatea de a propune o contra-probă, adică realizarea unui raport de expertiză de către un consultant fiscal cu privire la aceleași chestiuni, ceea ce accentuează violarea art. 6 par. 3 lit. d) din Convenție. Asupra acestor aspecte, vom reține faptul că în jurisprudența CEDO, obligatorie și pentru organele de urmărire penală, s-a indicat faptul că în noțiunea de „martor” intră și expertul, mai ales atunci când o acțiune publică este declanșată în urma raportului pe care acesta l-a redactat<sup>[2]</sup>, pentru că într-o asemenea ipoteză expertul se apropie de poziția unui „martor în acuzare”. De altfel, jurisprudența convențională mai recentă se pronunță cu fermitate pentru sancționarea acestor abuzuri<sup>[3]</sup>. O vor face oare și instanțele penale naționale?

[1] CEDO, hotărârea din 13 iulie 2006, Popov c. Rusia, par. 183 – 189; CEDO, hotărârea din 13 aprilie 2006, Vaturi c. Franța, par. 56 – 58; CEDO, hotărârea din 9 iulie 2013, Sică c. România, par. 76.

[2] CEDO, hotărârea din 2 iunie 1986, Bónisch c. Austria, par. 32; Comisia Europeană a Drepturilor Omului, hotărârea din 15 decembrie 1987, Aldrian c. Austria, p. 19.

[3] CEDO, hotărârea din 4 noiembrie 2008, Balistė-Lideikienė c. Lituania, par. 66 și CEDO, hotărârea din 16 septembrie 2014, Fodor c. România, par. 34.

Materialul a fost publicat în Newsletter-ul [Costaș, Negru & Asociații](#)

---

## **KPMG: Buletin informativ în materie de impozite indirecte**

Vizualizați [aici](#) Buletinul informativ în materie de impozite indirecte realizat de KPMG.

---

**Tax Newsflash KPMG:**  
**Modificările legislative**

# **fiscale de la finalul anului 2014**

Vizualizați [aici](#) materialul realizat de KPMG cu modificările legislative fiscale de la finalul anului 2014.