

TVA 2015 – mai mult decât o problemă fiscală

Mihaela Bucurenciu, Manager, departamentul de Asistență fiscală, Ernst & Young România

Florina Parîng, Senior consultant, departamentul de Asistență fiscală, Ernst & Young România

Începând cu 1 ianuarie 2015, companiile care furnizează servicii pe cale electronică, servicii de telecomunicații, radiodifuziune și televiziune[1] către consumatori finali vor colecta TVA din statul membru în care este stabilit beneficiarul. Aceasta este consecința modificării regulilor privind locul prestării acestor servicii către consumatori finali (B2C), atât de către prestatori stabiliți în UE, cât și de către prestatori stabiliți în afara spațiului european[2].

Astfel, oricine vinde către consumatori din UE produse digitale cum ar fi ziare, muzică, software, jocuri, e-books, filme online, televiziune, telefonie sau e-banking va fi vizat de noile reguli din pachetul TVA 2015.

1. Situația curentă

În momentul de față, regulile aplicabile și implicațiile de TVA aferente vânzărilor de produse digitale diferă în funcție de locația prestatorului (UE/non-UE).

Astfel, prestatorii stabiliți în UE aplică TVA din statul membru în care sunt stabiliți, indiferent de locul unde este localizat consumatorul în cadrul UE. Prin urmare, în prezent prestatorii comunitari aplică rata de TVA, reglementările fiscale și procedurile administrative dintr-un singur stat membru, indiferent în câte state membre sunt stabiliți clienții acestora. Spre exemplu, un cetățean german care achiziționează un antivirus pe cale electronică din România

suportă un cost cu TVA de 24% din România (chiar dacă rata aplicabilă în Germania este de 19%). Pe de altă parte, un cetățean român care cumpără o carte pe internet (furnizată pe cale electronică) de la o companie din Luxemburg suportă un cost cu TVA de 15% sau chiar 3% (în loc de 24% TVA aplicabilă în România).

Regulile aplicabile prestatorilor din afara UE sunt diferite, în sensul că aceștia aplică TVA din statul membru în care este stabilit consumatorul (cu anumite excepții privind utilizarea efectivă a serviciilor). Astfel, o companie de telefonie din Republica Moldova colectează TVA din Bulgaria atunci când clientul sau (să spunem, cetățean român) utilizează telefonul în Bulgaria (TVA se datorează în statul membru în care serviciul este efectiv utilizat). Pe de altă parte, abonamentul unui client român la o publicație electronică (revistă online) a unei companii media din Ucraina este purtător de 24% TVA din România (TVA se datorează în statul membru în care este stabilit clientul).

2. Ce se schimbă de la 1 ianuarie 2015?

Începând cu această dată, vor fi uniformizate regulile aplicabile serviciilor BTE efectuate de prestatori stabiliți în UE și în afara acesteia, către consumatori finali din UE.

De la 1 ianuarie 2015, serviciile BTE prestatate de companii UE și non-UE către consumatori finali din UE vor fi subiect de TVA în statul membru în care beneficiarul, persoana neimpozabilă, este stabilit, își are domiciliul stabil sau reședința obișnuită. Este important de menționat faptul că noile reguli nu vizează comerțul cu bunuri și nici tranzacțiile cu persoane impozabile (B2B), al căror regim nu va fi modificat începând cu 1 ianuarie 2015.

[1] Servicii numite în continuare generic BTE (EN: broadcasting, telecommunications, electronic services)

[2] Aceste modificări reprezintă ultima fază a Pachetului de

TVA 2010, prevăzut de Directiva 2008/8/CE a Consiliului din 12 februarie 2008 de modificare a Directivei 2006/112/CE în ceea ce privește locul de prestare a serviciilor

Citește articolul integral în [nr. 2 al revistei Tax Magazine](#) cu doar 45 lei abonament trimestrial (include 3 numere – oct., nov., dec. 2014). Pentru abonare, click [aici](#).

Tax Magazine nr. 3 noiembrie 2014

- **Trenduri în fiscalitate**

Theodor Artenie

Regimul fiscal al operațiunilor de „crowd-funding”

- **Impozite indirecte**

Cosmin Flavius Costăș, Tudor Vidrean-Căpușan

Observații privind aplicarea art. 128 alin. (7) din Codul fiscal

Raluca Tudor

Noutăți în domeniul TVA de la 1 ianuarie 2015

- **Procedură fiscală**

Tudor Vidrean-Căpușan

Durata rezonabilă a litigiilor fiscale

Gabriela Dănilă

Sinteză a jurisprudenței CEDO în litigiile cu elemente de drept fiscal (I)

Horațiu Sasu

Împiedicarea verificării efectuate de organele de control e întotdeauna evaziune fiscală?

- **Jurisprudență fiscală națională**

Viorel Terzea

Import de bunuri. Exigibilitatea TVA-ului. Persoană obligată la plata TVA-ului

Viorel Terzea

Achiziționare de valori mobiliare. Exigibilitatea obligației de plată a impozitului

Viorel Terzea

Drept de deducere a TVA-ului. Buna-credință a persoanei care solicită deducerea TVA-ului. Consecințe – cu notă explicativă

Viorel Terzea

Operațiuni pentru care se aplică taxarea inversă conform art. 160 din Codul fiscal

Viorel Terzea

Regimul juridic al dobânzilor fiscale

▪ **Jurisprudența fiscală a instanțelor europene**

Cosmin Flavius Costăș

Curtea Europeană a Drepturilor Omului, hotărârea din 21 octombrie 2014, *Lungu și alții c. România*

Operatorii economici care se vor încadra în categoria microîntreprinderilor vor beneficia de sistemul european de raportare

financiară simplificat specific microîntreprinderilor

Operatorii economici din România care se vor încadra în categoria microîntreprinderilor, potrivit normelor europene vor beneficia de sistemul european de raportare financiară simplificat specific microîntreprinderilor, conform unui proiect de OUG și a două proiecte de Ordin de ministru, care transpun prevederile noii Directive europene contabile. Proiectele de acte normative au fost postate pe site-ul MFP la rubrica Transparență decizională.

Introducerea în legislația națională a unei regim distinct pentru microîntreprinderi este opțională pentru statele membre UE. România optează pentru introducerea acestui regim în scopul de a simplifica și a reduce cheltuielile administrative pentru microîntreprinderi, așa cum sunt ele definite de *Directiva 2013/34/UE a Parlamentului European și a Consiliului*.

Potrivit *Directivei 2013/34/UE a Parlamentului European și a Consiliului*, sunt microîntreprinderi societățile care la data bilanțului nu depășesc limitele a cel puțin două dintre următoarele trei criterii:

- total active 350.000 euro;
- cifra de afaceri netă 700.000 euro;
- numărul mediu de salariați în cursul exercițiului financiar 10.

Prin preluarea normelor comunitare în legislația națională și prin raportare la noile criterii prin care se definesc microîntreprinderile, MFP estimează că 94% din operatorii economici raportori (peste 608.000) vor beneficia de avantajele scutirilor și simplificărilor introduse la nivel

comunitar.

Principalele elemente de simplificare sunt cele referitoare la întocmirea unui bilanț prescurtat și a unui cont prescurtat de profit și pierdere. Ambele componente ale situațiilor financiare anuale vor cuprinde informații minime care trebuie prezentate conform Directivei.

Noile prevederi privind sistemul european de raportare financiară simplificat înlocuiesc sistemul simplificat de contabilitate introdus opțional începând cu anul 2011. Spre comparație, de sistemul simplificat de contabilitate au beneficiat aproximativ 12.900 de operatori economici (circa 2% din totalul entităților din economia națională), potrivit informațiilor din baza de date aferentă exercițiului financiar al anului 2013.

Proiectul de OUG mai vizează următoarele aspecte care urmăresc, de asemenea, diminuarea sarcinilor administrative pentru contribuabili:

1. Reducerea obligațiilor de auditare:

- conform proiectului de OUG, atunci când o societate are obligația să întocmească și situații financiare anuale consolidate, pe lângă cele individuale, raportul de audit să poată fi întocmit sub forma unui singur raport pentru ambele categorii de situații financiare. Modificarea are rolul de a simplifica raportarea financiară și de a reduce costurile administrative;
- sunt excluse din categoria entităților obligate să-și auditeze situațiile financiare anuale persoanele juridice care aparțin unui grup de societăți și intră în perimetrul de consolidare al unei societăți-mamă cu sediul în România, care are

obligația să aplice Standardele Internaționale de Raportare Financiară, în condițiile în care se introduce și posibilitatea ca societatea-mamă să întocmească un singur raport de audit;

- sunt exceptate de la obligația de auditare organizațiile fără scop patrimonial care primesc finanțări din fonduri publice, luând în considerare faptul că situațiile financiare anuale ale persoanelor juridice fără scop patrimonial de utilitate publică, potrivit legii, sunt supuse auditului financiar.

2. Se reglementează posibilitatea întocmirii unui raport unic al administratorilor, atunci când o societate are obligația să întocmească și situații financiare anuale consolidate, pe lângă cele individuale.

3. Se introduce posibilitatea optării pentru un exercițiu financiar diferit de anul calendaristic și de către entitățile nou-înființate, care au dreptul potrivit legii să facă această opțiune.

Această prevedere oferă coerență în conducerea contabilității și în modalitatea de raportare financiară pentru entitățile care au dreptul să opteze pentru un exercițiu financiar diferit de anul calendaristic.

4. Se prevede în mod explicit că pentru un exercițiu financiar poate fi depus doar un singur rând de situații financiare și sunt aduse clarificări în ceea ce privește corectarea erorilor constatate după depunerea situațiilor financiare anuale, în sensul că acestea se corectează la data constatării lor, potrivit reglementărilor contabile emise de instituțiile cu atribuții de reglementare în domeniul contabilității.

Pe site-ul MFP, la rubrica Transparență decizională, pot fi

consultate proiectul de OUG pentru modificarea și completarea Legii contabilității nr.82/1991, proiectul de Ordin de ministru pentru aprobarea Reglementărilor contabile privind situațiile financiare anuale individuale și situațiile financiare anuale consolidate și proiectul de Ordin de ministru privind modificarea și completarea Reglementărilor contabile conforme cu Standardele internaționale de raportare financiară, aplicabile societăților comerciale ale căror valori mobiliare sunt admise la tranzacționare pe o piață reglementată, aprobate prin Ordinul viceprim-ministrului, ministrul finanțelor publice, nr.1286/2012.

Sursa: www.mfinante.ro

SME Instrument – 0 schemă de finanțare mult prea puțin cunoscută în România



Autor: Mihaela Matei, Coordonator proiect Antreprenorii vorbesc: Barometrul antreprenoriatului românesc, EY România

- La prima rundă de finanțare SME Instrument, niciun proiect românesc nu a fost declarat câștigător în urma evaluării
- SME Instrument este o schemă la care se aplică ușor și la care se primește răspunsul rapid

Creditul bancar rămâne în continuare cea mai importantă sursă

de finanțare pentru companiile românești, dar interesul pentru finanțarea bancară a înregistrat o tendință descrescătoare în 2014 față de 2013, conform studiului EY *Accesul antreprenorilor români la finanțare 2014*.

Finanțarea prin fonduri europene, însă, înregistrează aproape o dublare a interesului din partea antreprenorilor români, conform aceluiași studiu. În ciuda acestui interes, unele scheme de finanțare prin astfel de fonduri nu sunt suficient cunoscute, deși se pot dovedi foarte atractive pentru unele companii. Acesta e cazul schemei Horizon 2020 – SME Instrument.

Primele două runde în care IMM-urile puteau aplica pentru schema de finanțare europeană nerambursabilă Horizon 2020 – SME Instrument (iunie și septembrie) s-au încheiat, dar acestea mai au o șansă în decembrie. 17 decembrie este termenul limită de depunere a aplicațiilor pentru această schemă în anul 2014.

Este vorba despre bani europeni alocați unor idei inovatoare care să ajute companiile de tip mic și mijlociu să facă trecerea de la idee la produs și la introducerea acestuia pe piață. Iar bugetul nu e deloc mic: 3 miliarde de EUR sunt alocate de Uniunea Europeană pentru 3 faze ale schemei până în anul 2020.

Prima fază este cea a susținerii cu 50 mii EUR pentru fiecare idee câștigătoare. Banii vor fi acordați strict pentru realizarea studiului de fezabilitate pentru ideea de afaceri respectivă. Pentru a obține acești bani, e nevoie însă de o idee cu adevărat inovatoare, de tip *disruptive innovation*, și de completarea unei aplicații de maximum 15 pagini.

Astfel, IMM-urile românești intră în competiție cu celelalte proiecte europene. Pentru a avea o imagine asupra concurenței care a aplicat la această fază, în runda desfășurată în iunie 2014, au aplicat 2666 de companii din care au fost selectate

doar 155. Niciun proiect din România nu a fost selectat, în timp ce Bulgaria, Ungaria, Estonia, Slovenia și Polonia au avut câte un proiect câștigător. România a avut 42 de aplicații în runda din luna iunie 2014 și 23 de aplicații în luna septembrie.

În prima rundă desfășurată în luna iunie, proiectele spaniole au avut cel mai mare succes, 39 dintre proiectele câștigătoare provenind din Spania. Pe locul al doilea ca număr s-au clasat proiectele din Marea Britanie și pe locul al treilea cele din Italia.

În total, în anul 2014, vor fi selectate aproximativ 645 de proiecte. Pentru a doua rundă, încheiată în septembrie, s-au primit 1944 de aplicații, numărul total al aplicațiilor în primele două runde crescând la peste 4600. Rezultatele celei de a doua runde vor fi publicate spre sfârșitul lunii noiembrie.

Evaluatorii au transmis după prima rundă de proiecte 6 lecții extrase din aplicațiile primite, care vor fi folosite de companiile care se pregătesc să aplice în decembrie sau în anii următori:

1. Cele mai multe proiecte necâștigătoare s-au concentrat prea mult asupra descrierii proiectului și prea puțin asupra oportunității de business;
2. Au fost prea puțin convingătoare în argumentarea de ce compania care propune proiectul și nu competiția va reuși să implementeze proiectul;
3. Nu s-au concentrat suficient asupra soluțiilor competitive;
4. Au avut un nivel prea scăzut de inovare, propunându-și să dezvolte un produs deja existent;
5. Au propus doar o idee, fără să detalieze ce implică și comercializarea acestuia;
6. Doar și-au încercat norocul, din care evaluatorii au extras concluzia la care se pare că unii dintre

aplicanți nu s-au gândit: Instrumentul SME nu este o loterie.

Ce ar fi de reținut din acest program de finanțare – prima lui fază, cea a studiului de fezabilitate:

- Se aplică direct la nivel european, ceea ce înseamnă că IMM-urile vor avea parte de competiție la nivel european, dar și faptul că vor lucra direct cu funcționarii Comisiei Europene;
- Se aplică online;
- Aplicația nu este stufoasă și birocratică;
- Se acordă o sumă de 50.000 EUR într-o singură tranșă, reprezentând 70% din costurile eligibile ale proiectului;
- E nevoie, într-adevăr, de o idee foarte bună, cu adevărat inovatoare. Comisia Europeană dă exemple de idei care intră în categoria de inovație disruptivă produse precum iPad-ul, fotografia digitală, telefonul mobil, Skype;
- Pot aplica doar IMM-urile;
- Răspunsul la aplicație este dat de evaluatori în aproximativ două luni.

După prima fază, IMM-urile care au traversat-o pot aplica și pentru faza a doua și a treia. Dacă pentru prima fază aplicația conține schițarea unui model de afaceri, în a doua fază aplicația va fi un model de afaceri mult mai detaliat, bazat pe studiul de fezabilitate realizat în prima fază. În această a doua fază, companiile vor putea aplica pentru sume între 500.000 EUR – 2.500.000 EUR. Această fază va avea ca rezultat un produs beta. Se poate aplica direct pentru această a doua fază, fără trecerea prin prima. În faza a treia nu se mai acordă ajutor financiar, ci servicii precum asistența în accesul la capital de risc și comercializarea produsului.

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.

Comisia Europeană: un studiu confirmă pierderi de miliarde de euro din cauza deficitului

de încasare a TVA-ului. România – cel mai mare deficit din UE

Se estimează că, în 2012, s-au pierdut 177 de miliarde EUR din veniturile din TVA din cauza nerespectării legislației privind TVA sau a necolectării TVA-ului, potrivit ultimelor date ale studiului privind deficitul de încasare a TVA-ului, publicate astăzi de Comisie. Această sumă reprezintă 16 % din veniturile totale din TVA preconizate ale celor 26 de state membre¹. Studiul privind deficitul de încasare a TVA-ului prezintă date detaliate referitoare la diferența dintre valoarea TVA-ului datorat și suma efectiv colectată în 26 de state membre în 2012. El include, de asemenea, cifre actualizate pentru perioada 2009-2011, pentru a reflecta o îmbunătățire a metodologiei utilizate. Sunt prezentate și principalele tendințe ale deficitului de încasare a TVA-ului, împreună cu o analiză a impactului pe care climatul economic și deciziile de politică l-au avut asupra veniturilor din TVA.

Algirdas Šemeta, comisarul pentru fiscalitate, a declarat: „Deficitul de încasare a TVA-ului este în esență un indicator al eficacității – sau al ineficacității – măsurilor de asigurare a respectării legislației privind TVA și a măsurilor de conformare la legislația privind TVA, în întreaga UE. Datele prezentate azi arată că mai sunt multe de făcut. Statele membre nu își pot permit să piardă venituri de o asemenea amploare. Ele trebuie să crească presiunea și să ia măsuri decisive pentru a recupera aceste sume care se cuvin bugetelor publice. Comisia, în ceea ce o privește, se concentrează în continuare pe reformarea fundamentală a sistemului de TVA, pentru a-l face mai robust, mai eficient și mai greu de fraudat.”

Deficitul de încasare a TVA-ului este diferența dintre

veniturile din TVA preconizate și veniturile din TVA efectiv colectate de către autoritățile naționale. În timp ce neconformarea contribuie, cu siguranță, în mod semnificativ la acest deficit de venituri, deficitul de încasare a TVA-ului nu se datorează numai fraudelor. TVA-ul neîncasat este determinat, printre altele, și de falimente și insolvențe, de erori statistice, de plăți întârziate și de evitarea plății TVA-ului fără a încălca legislația.

În 2012, cele mai mici deficite de încasare a TVA-ului au fost înregistrate în Țările de Jos (5 % din veniturile preconizate), Finlanda (5 %) și Luxemburg (6 %). Cele mai mari deficite de încasare a TVA-ului au fost în România (44 % din veniturile din TVA preconizate), Slovacia (39 %) și Lituania (36 %). Unsprezece state membre și-au diminuat deficitul de încasare a TVA-ului între 2011 și 2012, în timp ce în alte 15 s-a constatat o creștere. Grecia a înregistrat cea mai semnificativă îmbunătățire între 2011 (9,1 miliarde EUR) și 2012 (6,6 miliarde EUR), deși continuă să fie unul dintre statele membre cu un mare deficit de încasare a TVA-ului (33 %).

Context

Studiul privind deficitul de încasare a TVA-ului este finanțat de Comisie ca parte a activității sale de reformare a sistemului de TVA din Europa și de combatere a fraudelor și a evaziunii fiscale. Soluționarea problemelor cauzate de deficitul de încasare a TVA-ului necesită o abordare multidimensională.

În primul rând, o atitudine mai severă în raport cu evaziunea și o intensificare a aplicării măsurilor vizând respectarea legislației la nivel național, sunt esențiale. Reforma sistemului de TVA, lansată în decembrie 2011, a creat deja instrumente importante pentru asigurarea unei protecții mai bune împotriva fraudelor din domeniul TVA (a se vedea [IP/11/1508](#)). De exemplu, mecanismul de reacție rapidă,

adoptat în iunie 2013, permite statelor membre să reacționeze mult mai rapid și mai eficient în cazurile de fraudă în materie de TVA brusc apărute și de mare amploare (a se vedea [IP/12/868](#)).

În al doilea rând, cu cât este mai simplu sistemul, cu atât le este mai ușor contribuabililor să respecte normele. Prin urmare, Comisia s-a concentrat în mod intenționat asupra simplificării sistemului de TVA pentru întreprinderile din întreaga Europă. De exemplu, în 2013 au intrat în vigoare noi măsuri pentru facilitarea facturării electronice și dispoziții speciale pentru întreprinderile mici (a se vedea [IP/12/1377](#)), iar declarația standard propusă privind TVA (a se vedea [IP/13/988](#)) va reduce în mod semnificativ sarcina administrativă pentru întreprinderile cu activități transnaționale. De la 1 ianuarie 2015, va începe să funcționeze un ghișeu unic destinat serviciilor electronice și operatorilor de telecomunicații. Acesta va promova o mai bună conformare, prin simplificarea procedurilor privind TVA pentru aceste întreprinderi, permițându-le să depună o singură declarație privind TVA pentru toate activitățile lor de pe întreg teritoriul UE (a se vedea [IP/12/17](#)).

În al treilea rând, este necesar ca statele membre să își modernizeze administrațiile care se ocupă de TVA pentru a reduce deficitul de încasare a acestuia. De exemplu, măsuri care au potențialul de a îmbunătăți procedurile sunt descrise în raportul privind colectarea TVAului și procedurile de control din statele membre, în contextul resurselor proprii ale UE, publicat în februarie 2014 (a se vedea [EXME 14/12.02](#)).

În fine, statele membre trebuie să își reformeze sistemele naționale de impozitare într-un mod care să faciliteze conformarea, să descurajeze evaziunea și evitarea, precum și să îmbunătățească eficiența colectării impozitelor. Comisia a oferit orientări clare în acest sens prin intermediul recomandărilor specifice fiecărei țări.

Anexa 1: Estimările deficitului de încasare a TVA-ului, per stat membru

Țara	2011				2012			
	Venituri	VTTL	Deficitul de încasare a TVA-ului	Deficitul de încasare a TVA-ului %	Venituri	VTTL	Deficitul de încasare a TVA-ului	Deficitul de încasare a TVA-ului %
AT	23 447	27 009	3 563	13 %	24 563	27 807	3 244	12 %
BE	26 019	29 669	3 650	12 %	26 896	29 887	2 991	10 %
BG	3 362	4 434	1 073	24 %	3 739	4 697	957	20 %
CZ	11 246	13 602	2 356	17 %	11 377	14 644	3 267	22 %
DE	189 920	211 834	21 914	10 %	194 040	215 997	21 957	10 %
DK	23 870	25 916	2 047	8 %	24 422	26 563	2 141	8 %
EE	1 363	1 577	214	14 %	1 508	1 763	255	14 %
ES	56 009	68 913	12 904	19 %	56 125	68 537	12 412	18 %
FI	17 020	17 913	893	5 %	17 640	18 545	905	5 %
FR	140 558	163 417	22 859	14 %	142 499	168 082	25 583	15 %
GR	15 028	24 213	9 185	38 %	13 713	20 364	6 651	33 %
HU	8 516	11 252	2 736	24 %	9 084	12 055	2 971	25 %
IE	9 755	11 093	1 338	12 %	10 219	11 482	1 263	11 %
IT	98 456	143 916	45 460	32 %	95 473	141 507	46 034	33 %
LT	2 444	3 820	1 377	36 %	2 521	3 957	1 436	36 %
LU	2 792	2 937	145	5 %	3 064	3 268	204	6 %
LV	1 374	2 186	812	37 %	1 570	2 389	818	34 %
MT	520	733	213	29 %	536	777	241	31 %
NL	41 610	43 255	1 645	4 %	41 699	43 699	2 000	5 %
PL	29 843	36 798	6 955	19 %	27 881	37 198	9 317	25 %
PT	14 265	16 083	1 819	11 %	13 995	15 223	1 228	8 %
RO	11 412	20 382	8 970	44 %	11 212	20 053	8 841	44 %
SE	36 631	38 043	1 412	4 %	37 861	40 748	2 886	7 %
SI	2 996	3 277	282	9 %	2 889	3 160	270	9 %
SK	4 711	7 015	2 304	33 %	4 328	7 114	2 787	39 %
UK	130 683	145 724	15 041	10 %	142 943	159 501	16 557	10 %
Total (UE-26)	903 848	1 075 015	171 167	16 %	921 798	1 099 018	177 220	16 %

Surse: Eurostat (venituri); calcule proprii. Cifrele sunt exprimate în milioane de euro, cu excepția cazurilor în care se indică altfel. Cifrele exprimate în monede naționale în cazul țărilor care nu utilizează moneda euro sunt convertite la cursul mediu de schimb valutar al euro (sursa: Eurostat).

Deși s-a sperat că actualizarea va cuprinde și date despre Cipru și Croația, aceasta nu a fost posibil din cauza nefinalizării revizuirii conturilor naționale ale Ciprului și a compilării datelor pentru Croația.

25% dintre consumatorii români declară că nu au primit niciodată un serviciu de calitate superioară

Cele mai importante patru atribute ale unui serviciu de calitate superioară pentru consumatorii români sunt rapiditatea cu care este livrat serviciul, politețea celui cu care se intră în contact la achiziționarea serviciului și livrarea acestuia, posibilitatea de a alege dintre mai multe opțiuni și beneficiile suplimentare oferite în cadrul aceluiași serviciu, conform analizei realizată de Customer Focus și EY numită *Experiența serviciilor superioare*, dată astăzi publicității.

Experiența serviciilor superioare este o analiză care își propune să exploreze aspecte legate de cultura serviciilor din România, pentru a scoate în evidență câteva elemente asociate în percepția publică serviciilor superioare. Această analiză are la bază cele 567 de răspunsuri primite în perioada 10-17 octombrie 2014 de la respondenți din 38 de județe la un chestionar alcătuit din 15 întrebări. Chestionarul are la bază conceptul de servicii superioare așa cum este definit de specialistul numărul unu în domeniu: Ron Kaufman.

Mixul format din cele patru atribute cele mai importante ale

unui serviciu de calitate superioară este dificil de regăsit în oferta de servicii din România, având în vedere că doar 15% dintre respondenții la chestionar consideră că au primit un serviciu excepțional în ultimele 6 luni. De asemenea, nu mai puțin de o pătrime dintre respondenți nu s-au bucurat niciodată de un astfel de serviciu. Industriile care, din perspectiva percepției respondenților, formează top 3 în privința calității sub așteptări a serviciilor oferite sunt telecom, turism și comerț.

Totuși, în ultimele șase luni, 27% dintre respondenții din Timiș spun ca au primit cel puțin un serviciu pe care îl consideră superior, podiumul fiind completat de cei din județele Brașov și Cluj cu 23% respectiv 17%.

Întrebați cine este responsabil în cea mai mare măsură de livrarea unui serviciu de calitate superioară, cei mai mulți au ales angajații care se află în contact direct cu clienții și doar într-o măsură mai mică compania prin politicile generale și managerii.

Peste jumătate dintre respondenții la chestionar (51%) au renunțat în ultimele 6 luni la un serviciu din cauza lipsei de calitate. Prima reacție a consumatorilor atunci când vine vorba de o experiență negativă în privința serviciilor achiziționate este, în măsură foarte mare, aceea de a renunța la serviciul respectiv (67% dintre respondenți), urmată de împărtășirea experienței cunoscuților (55%) și de abia în al treilea și al patrulea rând de o reclamație oficială (26%) și comentarii în social media sau website-ul furnizorului respectiv (14%).



“Având în vedere acest tip de comportament al clientului, ar trebui să ne gândim că, dacă oferim servicii superioare clienților, am putea atrage clienții competitorilor care nu se concentrează pe acest aspect. Într-o piață care stagnează, avantajul competitiv obținut

prin experiența serviciilor superioare poate fi păstrat pe termen lung și este foarte greu de copiat,” a spus Elena Călin, CEO Customer Focus.

De asemenea, atunci când relația cu furnizorul este de mai lungă durată, disponibilitatea de a renunța la serviciul respectiv este mică, chiar dacă aceasta este de proastă calitate. De asemenea, 86% dintre respondenți ar fi dispuși oricând să schimbe furnizorul actual cu unul care oferă servicii mai bune, chiar dacă ar implica niște costuri mai mari. Acest răspuns indică oportunitatea furnizorilor pentru diversificarea ofertei pe paliere cu servicii de calitate ridicată.

Pe de cealaltă parte, atunci când consumatorii au primit servicii excepționale, aproape jumătate dintre ei au împărtășit această experiență familiei și prietenilor, în timp ce 27% au achiziționat servicii suplimentare de la același furnizor.



„Dintr-o perspectivă B2B, analizarea și evaluarea furnizorilor sunt considerate ca fiind cea mai importantă acțiune pentru a te asigura că și companie că ai parte de cele mai bune servicii. Colectarea de referințe despre furnizori este de abia a treia opțiune printre respondenți, după analizarea și evaluarea furnizorilor și analiza pieței.

Sperăm ca datele acestei analize să faciliteze orientarea furnizorilor de servicii din România în deciziile de business, mai ales deoarece această analiză demonstrează creșterea sofisticării consumatorului român, iar această tendință va deveni și mai vizibilă în anii care urmează,” a declarat Elena

Badea, Director de Marketing, EY România.

Despre Experienta serviciilor superioare

“Experiența serviciilor superioare” are la bază 567 de răspunsuri primite în perioada 10-17 octombrie 2014 de la respondenți din 38 de județe la un chestionar alcătuit din 15 întrebări. Chestionarul are la bază conceptul de servicii superioare așa cum este definit de specialistul numărul unu în domeniu: Ron Kaufman. 56% dintre respondenți au declarat că posedă studii superioare, iar 41% studii post-universitare. De asemenea, 71% dintre respondenți ocupă funcții de management.

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.

Despre Customer Focus

Customer Focus este o companie de consultanta si training specializata pe imbunatatirea exeprientei cu clientul si pe crearea unui culturi a serviciilor superioare. Cu o experienta de 12 ani in diferite domenii de activitate, , atat in Romania cat si in afara tarii, Customer focus il aduce pentru a doua oara in Romania pe Ron Kaufman. Consultantul global care a scimbat statul Singapore, Ron Kaufman vine pe 12 noiembrie în București la J.W. Marriott Bucharest Grand Hotel pentru a le arăta celor 400 de manageri și antreprenori prezenți cum își pot aduce serviciile la nivelul celor de la The Ritz-Carlton, Starbucks, Hermes, J.P. Morgan, Zappos, Amazon sau Google. Inscrierile se inchid pe 31 octombrie. Mai multe detalii pe www.ronkaufman.ro

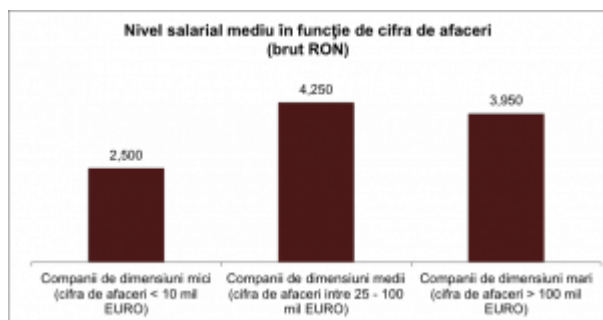
Județele din vestul României au înregistrat cele mai mari creșteri salariale în mediul privat în 2014, potrivit studiului PwC PayWell România

Salariul mediu brut în mediul privat a crescut cu 8% în județul Timiș în 2014, aproape dublu față de media națională de creștere a salariilor (4,1%), potrivit ediției din acest an a studiului salarial și de beneficii PayWell România. În același timp, salariul mediu brut din București a crescut cu aproximativ 3,4%, în vreme ce pentru județele din Transilvania, din Muntenia și din estul României, salariul mediu brut a rămas la același nivel cu anul precedent.

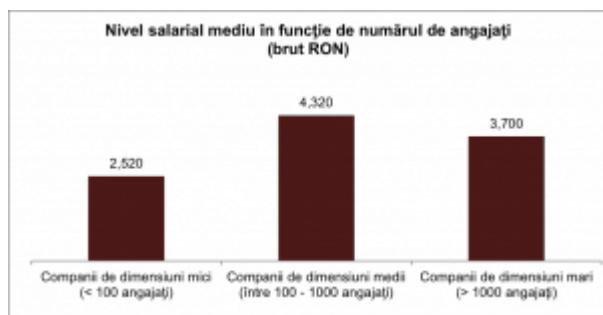
„Dinamica salarială mai accelerată din zona de vest a țării poate fi explicată prin doi factori. Pe de o parte, este o competiție intensă între angajatori, majoritatea organizații cu activitate de producție, care sunt orientați către atragerea și motivarea unei forțe de muncă având profiluri și specializări similare (de exemplu, ingineri sau muncitori calificați). La aceasta se adaugă o disponibilitate limitată a forței de muncă, explicată printr-o rată a șomajului de 3-4% comparativ cu 7% la nivel național”. a declarat Horațiu Coheci, Senior Manager, Liderul Echipei de Consultanță în Resurse Umane, PwC România.

De asemenea, studiul PwC arată că salariile angajaților din companii cu cifră de afaceri între 25 – 100 milioane EURO sunt mai mari cu 70% comparativ cu salariile celor din companii cu cifră de afaceri de sub 10 milioane EURO și cu 8% comparativ cu cele din companiile cu cifră de afaceri de peste 100 milioane EURO. Diferențele sunt similare și din punct de vedere al numărului de angajați: nivelul salarial mediu în companiile cu un număr de angajați cuprins între 100 și 1000 fiind mai mare cu 71% comparativ cu cele cu mai puțin de 100 de angajați, respectiv cu 16% comparativ cu cele cu peste 1,000 angajați.

„Diferențele sunt generate de ritmul alert de creștere caracteristic, de cele mai multe ori, acestui tip de organizații de dimensiune medie, spre deosebire de companiile mari, care sunt într-o etapă de stabilizare sau de companiile mici, care sunt în etapa de cristalizare a business-ului. În plus, aceste companii își permit să plătească mai mult pentru a-și asigura o forță de muncă capabilă să genereze și să le susțină creșterea”, a precizat Horațiu Coheci.



Grafic 1:



Grafic 2:

Despre PayWell 2014

Studiul salarial și de beneficii PayWell România 2014 analizează nivelurile salariale și politicile de remunerare a 166 de companii din nouă sectoare economice diferite (sectorul bancar, bunuri de larg consum, produse industriale, IT&C, publicitate, leasing, farmaceutic, retail și centrele de servicii externalizate). Studiul conține, de asemenea, analize personalizate, în funcție de distribuția geografică, numărul de angajați și veniturile companiilor participante. Partea calitativă a raportului PayWell conține informații privitoare la politicile de remunerare ale companiilor (ex. creșterile salariale, bonusurile fixe și variabile), precum și analiza unui număr de peste 20 de beneficii extra-salariale oferite de către angajatori, de la mașina de companie la tichete de masă. Aria de cuprindere a studiului, multitudinea datelor furnizate și numărul organizațiilor participante fac din PayWell principala sursă de informații legate de politica de salarială și de beneficii din România.

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 184.000 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.

Impozitarea retroactivă nelegală a mijloacelor de transport

Dr. Cosmin Flavius Costăș

Curtea de Apel Cluj – Secția a II-a Civilă, de Contencios Administrativ și Fiscal își consolidează jurisprudența în ceea ce privește problema recalculării, cu titlu retroactiv, a impozitelor pe mijloacele de transport prevăzut de art. 263 alin. (4) – (6) Cod fiscal. Reamintim faptul că în luna ianuarie 2013, sub presiunea Curții de Conturi, Direcția de Impozite și Taxe Locale Cluj-Napoca a emis o decizie de impunere unică pentru toți contribuabilii, recalculând retroactiv impozitul pe mijloacele de transport pentru perioada 2008 – 2012 și în continuare pentru anul 2013. Practic, s-a procedat la impozitarea împreună a combinațiilor de tipul cap tractor + remorcă/semiremorcă, cu consecința stabilirii unui impozit mai mare și, în cazul contribuabililor care achitaseră impozitul, a stabilirii unor diferențe de plată, cu majorări de întârziere. Trebuie amintit faptul că legiuitorul a clarificat, printr-o normă de interpretare disponibilă de la 13 iulie 2012, această chestiune (soluția fiind aceea a impozitării separate a mijloacelor de transport,

justificată de împrejurarea că nu există cărți de identitate comune pentru vehiculele în discuție). Așa cum rezultă, spre pildă, din decizia civilă nr. 6136 din 8 septembrie 2014 a Curții de Apel Cluj, majoritatea judecătorilor acestei instanțe apreciază comportamentul fiscolei drept unul nelegal și incompatibil cu principiile europene ale securității juridice și încrederii legitime. S-a spus astfel, *expressis verbis*, că Direcția de Impozite și Taxe Locale Cluj-Napoca a conturat o practică administrativă în sensul interpretării dispozițiilor Codului fiscal ca reclamând o impozitare separată. Contribuabilii au manifestat deplină încredere în această practică administrativă, mai ales în condițiile în care organul fiscal local a primit toate declarațiile fiscale și a emis decizii de impunere cu impozitul pe mijloacele de transport de plată. S-a apreciat, în context, faptul că o interpretare contrară, cu efect retroactiv, adoptată sub presiunea Curții de Conturi, nu poate fi opusă cu succes contribuabililor.

La nivelul Curții de Apel Cluj rămân însă destule probleme de clarificat. Pe de-o parte, cel puțin un complet refuză să accepte această interpretare și validează poziția fiscolei (motiv pentru care este în mod constant recuzat). Pe de altă parte, chestiunile referitoare la decizia de impunere unică sau lipsa calității de interpret fiscal a Curții de Conturi sunt deocamdată ignorate.

Articolul a fost publicat în Newsletterul [Costaș, Negru & Asociații](#)

Fluctuațiile majore ale prețului la cacao pot afecta puternic producătorii de ciocolată, însă jucătorii din domeniu iau măsuri pentru a răspunde acestei probleme

O analiză realizată de PwC și compania de monitorizare a resurselor naturale GeoTraceability arată că extremele ciclului prețurilor la cacao rămân o amenințare semnificativă la adresa fermierilor africani, în special a celor din Africa de Vest. Producătorii de ciocolată iau însă măsuri și compensează prin noi investiții pentru a eficientiza producția de cacao și a o face sustenabilă pe termen lung.

Având în vedere că prețul la cacao în luna septembrie a urcat cu 30% peste media anului 2013, studiul avertizează că incertitudinea care planează asupra viitoarei recolte de boabe de cacao ar putea predispuce piața la instabilitate. De asemenea, există temeri provocate de „efectul Ebola”, dacă virusul se extinde și în Coasta de Fildeș și Ghana, țări unde este localizată aproape 60% din producția mondială de cacao.

„Prețurile la cacao sunt extrem de volatile: adesea ele ating un punct maxim din cauza scăderii ofertei ca urmare a vremii nefavorabile, a epidemiilor și a problemelor de ordin politic din țările tropicale unde se concentrează producția. Experiența însă ne arată că, pe măsură ce producția își revine în anii următori, prețurile scad din cauza costului scăzut al mâinii de lucru din principalele țări producătoare din Africa de Vest și Indonezia”, explică John Hawksworth, economistul șef al PwC.

„Prețurile la cacao s-ar putea majora în anii următori datorită creșterii constante a cererii de ciocolată și a produselor pe bază de cacao din SUA, America Latină, Europa și Asia care va duce la probleme de furnizare din partea unor mari țări producătoare precum Costa de Fildeș și Ghana.

Însă dacă aceste prețuri crescute încurajează mai multe investiții în noile plantații de cacao, ceea ce va duce la o ofertă sporită, prețul boabelor ar putea din nou scădea abrupt în anii 2020, așa cum s-a întâmplat în anii 1980 în urma creșterii vertiginoase a prețului la cacao din deceniul precedent. Atât pentru decidenții politici cât și pentru companiile producătoare, provocarea va consta în a reduce diferențele dintre extremele ciclului prețului la cacao, care pot dăuna micilor fermieri ce asigură aproximativ 90% din producția mondială de cacao”, a adăugat John Hawksworth.

Conform raportului din 2012 *Cocoa Barometer*, aproape 90% din totalul boabelor de cacao este produs în mici ferme de familie, iar aproximativ 20 de milioane de mici proprietari și muncitori din mediul rural depind în mod direct de producția de cacao pentru a se putea întreține. Cartografierea și colectarea datelor de la aceste ferme îi ajută pe proprietari să își îmbunătățească recolta prin optimizarea randamentului agricol.

„Vârsta arborilor de cacao și spațiul lăsat în jurul acestora, fertilizatorii utilizați, precum și schimbările din practicile agricole, toate au impact asupra producției și ofertei de cacao.”, explică Mathieu Guemas de la GeoTraceability, compania care furnizează tehnologia pentru cartografierea și monitorizarea resurselor naturale, inclusiv a celei de cacao.

„Datorită investițiilor masive în programele de dezvoltare durabilă și asistență concepute pentru creșterea a producției, industria producției de cacao își intensifică eforturile pentru a evita o nouă criză a boabelor de cacao. Investiții precum cele în instruirea fermierilor și asigurarea unor prime

pentru culturile sustenabile erau realizate rar în Africa de Vest în urmă cu doar trei ani, însă acum sunt frecvente. Aceste inițiative susțin atât fermierii, cât și industria, în dezvoltarea unei viziuni sustenabile a practicilor agricole, pe termen lung, care să ia în considerare schimbarea condițiilor de mediu, economice și tehnologiei agricole”, a adăugat Guemas.

GeoTraceability, companie achiziționată de PwC în aprilie 2014, a facilitat colectarea datelor de pe plantațiile de cacao ale 83.000 de fermieri, de pe 114.000 hectare de teren cultivat cu arbori de cacao din Ghana, Nigeria, Ecuador, Peru și Indonezia. Agențiile de dezvoltare, partenerii comerciali, bursa boabelor de cacao și procesatorii boabelor brute au un interes crescut față de datele furnizate pentru a putea ajunge la o înțelegere mai exactă a tendințelor de creștere actuale și viitoare.

Despre raport:

1. Compania GeoTraceability, achiziționată de PwC în aprilie 2014, este specializată în monitorizarea resurselor naturale și tehnologia adiacentă de colectare a datelor la nivel global, inclusiv pentru recolte precum boabele de cacao, cafeaua, bumbacul, nucile și mineralele. GeoTraceability folosește tehnologii de colectare și de monitorizare a datelor precum cartografierea GPS, tehnologia Geographic Information System (GIS), precum și telefonia mobilă și sistemele de scanare a codurilor de bare pentru urmărirea produselor de la sursă până pe rafturile magazinelor. Serviciile companiei ajută afacerile care solicită din ce în ce mai frecvent ca originea produselor să fie cunoscută, dar și pentru înlăturarea suspiciunilor legate de securitatea resurselor naturale și a impactului asupra mediului înconjurător. Pentru mai multe informații, vă rugăm accesați www.geotraceability.com

2. Pentru mai multe informații, puteți accesa raportul *'Cocoa price trends and prospects: an analysis for Chocolate Week'* la adresa de internet [pwc-cocoa-prices-1.pdf](#)

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](#).

Piața de fuziuni și achiziții din România în scădere în primul semestru din 2014

Piața românească de fuziuni și achiziții înregistrează o scădere moderată a activității în primul semestru al anului 2014 față de primul semestru al anului 2013, conform barometrului EY M&A Barometer România H12014, făcut public astăzi.

Spre deosebire de România, majoritatea țărilor din Europa Centrală și de Sud-Est (CSE) au cunoscut o intensificare a activității de fuziuni și achiziții în primul semestru al acestui an, înregistrându-se un număr total de 629 de tranzacții. În plus, se înregistrează o creștere semnificativă, de 35,9%, a valorii estimate a pieței de M&A

din regiunea CSE față de primul semestru din 2013, generată, în primul rând, de o megatranzacție care a avut loc pe piața din Cehia în primul semestru al acestui an.

În CSE, majoritatea companiilor care au făcut obiectul tranzacțiilor au avut cumpărători din aceeași regiune geografică – numărul acestora cumulând 51% din totalul tranzacțiilor. De asemenea, este de evidențiat faptul că tranzacțiile au fost încheiate mai ales de investitori strategici, iar cea mai atractivă industrie pentru cumpărători a fost tehnologia informației (IT). În ceea ce privește valoarea, cele mai mari tranzacții au vizat industria chimică.

În România, majoritatea companiilor românești care au făcut obiectul unei tranzacții au avut cumpărători din România – numărul acestora cumulând 66% din totalul tranzacțiilor. De asemenea, Barometrul evidențiază faptul că tranzacțiile au fost dominate de investitori strategici, iar industria cea mai atractivă a fost tehnologia informației (IT), în timp ce, în ceea ce privește valoarea, cele mai mari tranzacții au vizat sectorul de energie și minerit, cel de produse alimentare și băuturi, și transporturi.

Profilul cumpărătorilor – strategici și financiari

Tranzacțiile finalizate de investitorii strategici în primul trimestru din 2014 reprezintă 49% din numărul total, cu 10% mai puțin față de anul anterior.

Procentul investitorilor financiari a crescut la 51% din totalul celor prezenți pe piață, față de 41% în primul semestru din 2013, subliniind o disponibilitate mai mare a fondurilor private de investiții de a investi în România.

Cei mai activi investitori externi

În primul semestru din 2014, dintr-un total de 19 tranzacții efectuate de investitori externi, cele mai multe investiții au provenit, în mod egal, din Canada, Luxemburg și Germania – fiecare cu câte 11% – în timp ce în primul trimestru al anului

2013 cei mai activi investitori externi au fost din Polonia (15%). SUA este singurul investitor cu o prezență constantă pe piața din România în ultimii doi ani, cu un nivel al investițiilor de 5% din total, în primul trimestru din 2014, față de 12% anul trecut.

Cele mai atractive sectoare

Sectorul IT a fost cea mai atractivă industrie (după numărul de tranzacții), înregistrând 9 tranzacții în primul semestru al acestui an. Acesta a fost urmat de sectorul de media și telecomunicații (cu 7 tranzacții) și servicii (cu 7 tranzacții).

În ceea ce privește valoarea tranzacțiilor, cele mai mari tranzacții au vizat sectorul de energie și minerit, urmat de transporturi și servicii financiar-bancare.

Principalele tendințe cu impact asupra pieței de fuziuni și achiziții

Consolidarea sectorului energetic a fost cea mai vizibilă tendință din piață, în care cea mai atractivă zonă pentru investiții a fost cea a energiilor regenerabile. Astfel, parcurile de energie fotovoltaică și microhidrocentralele au atras jumătate din numărul de tranzacții finalizate în primul semestru din 2014.

A doua tendință vine dinspre sectorul serviciilor financiar-bancare, marcând o consolidare a sectorului financiar, cu tranzacții majore în domeniul bancar și de asigurări, dar și alte zone, inclusiv cea de leasing.

“Piața românească de fuziuni și achiziții din prima jumătate a anului 2014 a fost dominată de tranzacții sub pragul de 20 de milioane EUR. Chiar dacă au apărut anumite tranzacții mari în sectorul serviciilor financiare, energiei și materialelor de construcții, acestea urmează să se finalizeze în 2015.

Pe de altă parte, piața locală a tranzacțiilor de mărime medie a înregistrat semnale pozitive puternice, cu numeroase

tranzacții în sectorul TMT (tehnologie, media și telecomunicații). Alte sectoare în care s-a observat o accelerare a activității de fuziuni și achiziții au fost: energie, transporturi și serviciile financiare. În plus, am remarcat un semnal pozitiv și din partea cumpărătorilor prin creșterea numărului de tranzacții urmărite de către fondurile de private equity, prin noi investiții sau achiziții efectuate de companiile din portofoliu, dar și o serie de tranzacții secundare.

În ceea ce privește vânzătorii, am observat o schimbare în activitatea antreprenorilor români, cărora EY le oferă suport în mod deosebit, aceștia devenind mult mai atenți la realitățile pieței. Drept urmare, am văzut o descreștere a așteptărilor acestora privind evaluarea companiilor, o tendință în măsură să susțină în continuare activitatea de M&A în perioada următoare,” a declarat Florin Vasilică, partener și lider al departamentului Servicii de asistență în tranzacții, EY România.

Despre Barometrul EY privind piața de fuziuni și achiziții din România – 2014

Barometrul EY este un rezumat și o analiză a informațiilor făcute publice și identificate în baze de date reputate.

Activitățile de fuziuni și achiziții și datele cuprinse în barometru includ informații privind tranzacțiile de tip privat-privat și exclud: achiziții de pachete minoritare de acțiuni sub 15%, răscumpărarea de acțiuni deținute de acționarii minoritari sau de către acționarii majoritari, tranzacții imobiliare (cu excepția cazului în care vânzătorul și/sau cumpărătorul a fost o companie imobiliară sau un fond imobiliar), tranzacții de pe piața de capital (cu excepția tranzacțiilor care au dus la o schimbare a controlului), achiziții de licențe, contracte de asociere în participațiune, investițiile greenfield, IPO-uri, privatizări, tranzacții care includ active din mai multe țări (valoarea acestor tranzacții

a fost ignorată pentru fiecare țară, dar numărul acestora a fost luat în considerare), reorganizări interne.

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.