EY anunță lansarea platformei de inteligență artificială EY.ai în urma unei investiții în valoare de 1,4 miliarde de USD

- **Investiția EY a asigurat bazele necesare lansării EY.ai, o platformă unificatoare care ajută organizațiile să adopte fără rețineri inteligența artificială (AI)**
- **Dezvoltată în ultimele 18 luni, platforma EY.ai reprezintă o îmbinare între experiența vastă în afaceri și inteligența artificială, încorporată în platformele și soluțiile tehnologice ale EY**
- **Lansarea EY.ai EYQ, un model lingvistic de mari dimensiuni, precum și a unor programe de învățare și dezvoltare a abilităților în domeniul AI pentru angajații EY**

EY anunță lansarea EY.ai, platforma unificatoare ce reunește abilitățile umane și inteligența artificială (AI), cu rolul de a ajuta clienții să își transforme afacerile prin adoptarea inteligenței artificiale fără rețineri și într-un mod responsabil. EY.ai valorifică platformele tehnologice de ultimă generație ale EY și capacitățile AI, cu o experiență aprofundată în consultanță strategică, consultanță în tranzacții, transformare, managementul riscurilor, audit și asistență fiscală, augmentate de un ecosistem AI robust.

Investițiile EY, în valoare de 1,4 miliarde de USD, au asigurat fundamentul platformei EY.ai. Aceste investiții au sprijinit integrarea inteligenței artificiale în tehnologii exclusive ale EY, precum EY Fabric, utilizată de 60.000 de clienți EY și cu peste 1,5 milioane de utilizatori unici, și

au asigurat o serie de achiziții tehnologice de către EY, bazate pe tehnologii cloud și de automatizare.

„Cu un număr semnificativ de profesioniști în domeniul datelor și al inteligenței artificiale, EY.ai este un efort colaborativ, valorificând cunoștințele și perspectivele pe care echipele EY le pot oferi companiilor care doresc să-și revoluționeze operațiunile cu ajutorul inteligenței artificiale. Ecosistemul de alianțe EY joacă un rol esențial în conectarea clienților cu cea mai avansată tehnologie, infrastructură și expertiză de ultimă generație disponibile în prezent”, spune **Bogdan Ion, Country Managing Partner, EY România și Moldova și Chief Operating Officer pentru EY Europa Centrală și de Sud-Est și Regiunea Asiei Centrale**.

Oamenii în prim-planul beneficiilor oferite de AI

Ca urmare a unui program pilot inițial la care au participat 4.200 de angajați EY cu specializare în tehnologie, organizația globală va lansa EY.ai EYQ, un model lingvistic de mari dimensiuni, care asigură un nivel înalt de securitate.

Programul de instruire comprehensiv perfecționează și extinde abilitățile angajaților EY în domeniul inteligenței artificiale. Acesta se bazează pe programul de instruire și acreditare în domeniul inteligenței artificiale, al datelor și al analizei de date, lansat în 2018, prin care au fost acordate până în prezent peste 100.000 de acreditări, precum și pe programul EY Tech MBA, lansat în 2020.

Alcătuirea unui ecosistem AI

EY.ai reunește un ecosistem AI care cuprinde o serie de capacități tehnologice, academice și de afaceri în domeniul inteligenței artificiale. Aici sunt incluse alianțe de înalt nivel cu unele dintre cele mai inovative organizații din lume, printre care se numără Dell Technologies, IBM, Microsoft, SAP, ServiceNow, Thomson Reuters și UiPath, precum și cu alți lideri emergenți care definesc viitorul inteligenței

artificiale.

Pe baza alianței strategice existente, Microsoft a oferit organizației EY acces anticipat la capacitățile Azure OpenAI, precum GPT-3 și GPT-4. Beneficiind de sprijinul Microsoft și valorificând serviciile Azure OpenAI, echipele EY construiesc și implementează soluții avansate de inteligență artificială generativă cu scopul de a îmbunătăți ofertele de servicii ale EY.

Alianța EY-Dell Technologies reprezintă o investiție comună în capacități axate pe AI, printre care soluțiile Dell Generative AI, un set de produse și servicii Dell care simplifică adoptarea inteligenței artificiale generative de tip „full-stack" cu modele lingvistice de dimensiuni mari, venind în întâmpinarea organizațiilor indiferent de stadiul în care se află în procesul de adoptare a inteligenței artificiale generative. Clienții pot crea prototipuri de scenarii de utilizare și le pot implementa pe baza unei arhitecturi validate de echipamente, aplicații software și soluții de securitate integrate dedicate și optimizate pentru inteligența artificială generativă.

Alături de Thomson Reuters, EY își extinde activitatea și va juca un rol de forță transformatoare prin combinarea de conținut și cunoștințe de specialitate în domeniul serviciilor de consultanță fiscală, consultanță juridică, schimburi comerciale globale și consultanță în legătură cu aspectele de mediu, sociale și de guvernanță (ESG) și accelerează dezvoltarea în comun de noi soluții și servicii bazate pe AI.

Ancorat în soluții și servicii bazate pe AI

EY.ai se va baza pe Indicele de încredere EY.ai (*EY.ai Confidence Index*), care valorifică practici de vârf în domeniul gestionării riscurilor, guvernanței și managementului datelor pentru a asigura o evaluare și monitorizare completă a inteligenței artificiale. Indicele va fi completat de Modelul

de maturitate EY.ai (*EY.ai Maturity Model*), care examinează în mod sistematic unde se situează o companie comparativ cu piața și cu alți actori din domeniu, și de Acceleratorul de valoare EY.ai (*EY.ai Value Accelerator*), care ajută la prioritizarea inițiativelor și soluțiilor pentru obținerea unui impact și al unei creșteri strategice ideale.

De asemenea, EY.ai va pune capabilitățile AI la dispoziția echipelor EY și a 1,5 milioane de utilizatori la nivel mondial prin integrarea de inteligență artificială generativă și de instrumente de dezvoltare de ultimă generație în EY Fabric, premiata infrastructură centrală tehnologică globală a organizației, care susține 80% din activitatea EY în valoare de 50 miliarde de dolari. Acest lucru va permite echipelor care deservesc clienți să reacționeze mai rapid la prioritățile globale în materie de transformare a afacerilor.

Apariția EY.ai urmează lansărilor de numeroase soluții și servicii bazate pe inteligență artificială, printre care:

- EY Intelligent Payroll Chatbot, lansat ca program-pilot în luna martie 2023 în colaborare cu Microsoft, care răspunde la întrebări complexe referitoare la salarizarea angajaților, personalizează interacțiunea cu angajații și se preconizează că va reduce volumul de sarcini al angajatorilor cu peste 50%.
- Recenta lansare a 20 de noi capacități de tehnologii de audit la nivelul întregii organizații EY, printre care se numără și capacități de inteligență artificială, dimensionate la nivel global. Această capacitate bazată pe AI, care valorifică date publice, precum și date produse de EY, este integrată direct cu platforma de tehnologie de audit a EY pentru a sprijini evaluarea riscurilor de către profesioniștii EY în domeniul auditului. Linia de servicii de audit a EY introduce, de asemenea, noi capacități bazate pe AI în analiza de date predictivă, în căutarea și sintetizarea de conținut și în colectarea de informații din documente, inclusiv în

procedurile de verificare a documentelor care stau la baza declarațiilor financiare.

Acreditări și cercetare în domeniul AI

EY și School of Advanced Computing din cadrul University of Southern California desfășoară în prezent discuții cu privire la posibilitatea derulării unui program de cercetare în comun. Discuțiile vin ca urmare a lansării de către această universitate a inițiativei Frontier of Computing, în valoare de 1 miliard de USD, dedicată dezvoltării tehnologiei inteligenței artificiale în mod etic și responsabil.

Studiu EY: Angajaţii au un sentiment de apartenență la locul de muncă, însă majoritatea nu se simt confortabil să împărtășească anumite aspecte ale identității lor

- **75% dintre respondenți s-au simțit excluși la locul lor de muncă; socializarea cu colegii rămâne primordială**
- **În cazul organizațiilor care permit flexibilitatea, respondenții au un sentiment sporit de apartenență la locul de muncă**
- **63% dintre respondenții din toate generațiile prioritizează în prezent diversitatea, echitatea și**

incluziunea (DE&I) în alegerea unei companii, iar acest lucru este și mai important pentru talentele Gen Z și mileniali

Aproape jumătate (41%) dintre angajaţii din companiile din întreaga lume spun că serviciul lor este locul în care au cel mai puternic sentiment de apartenență, după cel de acasă – arată rezultatele Barometrului EY Belonging 3.0. Totuși, 75% dintre respondenți spun că s-au simțit excluși la locul de muncă. În ciuda unui context general caracterizat de sentimente pozitive de apartenență la locul de muncă, 56% dintre respondenții la nivel global consideră că nu pot împărtăși sau sunt reticenți în a împărtăși anumite aspecte ale identității lor la locul de muncă, de teamă că acest lucru i-ar putea împiedica să se integreze. Această cifră este chiar mai mare în cazul respondenților LGBTQ+, 77% dintre aceștia simțindu-se inconfortabil să împărtășească detalii ale identității lor la locul de muncă.

Cea de-a treia ediție a EY Belonging Barometer sondează perspectivele angajaților din diverse industrii și organizații din întreaga lume. Într-o lume post-COVID-19, în care tipurile de flexibilitate la locul de muncă evoluează, iar incertitudinea economică accentuată continuă, la fel şi procesul de adaptare la schimbările forței de muncă, răspunsurile evidențiază o fractură în cazul apartenenței la locul de muncă.

Pentru a combate în mod eficient sentimentele de excludere la serviciu, verificarea modului în care se descurcă cineva, atât la locul de muncă, cât și în viața personală, rămâne un factor care contribuie, în primul rând, la crearea unui mai bun sentiment de apartenență pentru 32% dintre respondenți. Acest procent ajunge la 39% în cazul respondenților din SUA, confirmat și în edițiile anterioare ale Barometrului din 2018 (38%) și 2020 (37%).

Karyn Twaronite, vicepreședintele global al EY – Diversitate,

echitate și incluziune, spune: *„Deși este încurajator faptul că lucrătorii continuă să simtă un sentiment sporit de apartenență la locul de muncă, este clar că a apărut o fractură în cazul multora dintre ei la nivel global, din toate dimensiunile diversității, care se simt excluși, se autoeditează în mod activ sau ascund anumite aspecte din profilul lor la locul de muncă. Pentru liderii care caută să reducă acest decalaj pentru a maximiza angajamentul, bunăstarea și productivitatea și pentru a le permite angajaților lor să se simtă liberi să fie ei înșiși, verificările individuale continuă să conteze cel mai mult”.*

Permiterea flexibilității crește sentimentul de apartenență al angajaţilor

Deși mediul de lucru actual a ridicat multe provocări, este clar că o mai mare flexibilitate a contribuit la sporirea sentimentului de apartenență al angajaţilor. Respondenții spun că simt un sentiment de apartenență sporit, pentru că organizația lor a devenit mai flexibilă și pentru că au fost încurajați să fie deschiși cu privire la opiniile, nevoile, preferințele și personalitatea lor.

Un procent de 45% dintre respondenți au spus că munca flexibilă, inclusiv autonomia în alegerea orelor și a locației, a fost principalul factor de motivare pentru a deschide tema diversității, echității și incluziunii (DE&I) în cadrul echipelor lor. Acest fapt subliniază pentru cei care ocupă poziții de conducere cât de important este să se continue integrarea și oferirea de soluții flexibile la locul de muncă în prezent.

Salarizarea echitabilă poate fi cea mai rapidă cale de abordare a inechității; încrederea în oportunitățile de promovare poate fi în scădere

O majoritate covârșitoare a respondenților recunosc un anumit nivel de inechitate la locul de muncă, doar 6% afirmând că nu

au simțit deloc acest sentiment. Salariul echitabil este citat de 40% dintre respondenți ca fiind cel mai important factor care contribuie la sentimentul de echitate la locul de muncă, urmat de evaluarea echitabilă a performanțelor (34%) și repartizarea echitabilă a sarcinilor de lucru (30%).

De asemenea, angajaţii nu sunt pe deplin încrezători în faptul că organizaţiile lor oferă oportunități de progres în carieră. 66% dintre lucrători consideră că există bariere în calea avansării în cadrul companiei lor, lipsa resurselor adecvate (24%) fiind raportată ca fiind cel mai frecvent obstacol, urmată de lipsa unui salariu echitabil (23%) și de accesul inegal la oportunități (21%).

Viitorul bazin de talente depinde de companiile care acordă prioritate DE&I

Inițiativele DE&I continuă să joace un rol esențial în recrutarea și atragerea talentelor de top. 63% dintre respondenți ar alege o companie care acordă prioritate DE&I în locul uneia care nu o face, iar 74% spun că prioritatea acordată de compania lor DE&I este un factor care le influențează alegerea locului de muncă.

Această temă este mai pronunțată în rândul generației Z și al milenialilor, dintre care 73% și, respectiv, 68% au declarat că ar alege o companie care acordă prioritate DE&I în detrimentul uneia care nu o face, față de 53% din generația X și 46% din generația baby boomers.

Ana-Maria Voicu Domșa, Partener, Global Compliance & Reporting, Diversity & Inclusion Lead, EY România, punctează: *„Consider că este important ca organizațiile să depășească faza eforturilor de suprafață în privința diversității și să prioritizeze crearea de culturi incluzive, care hrănesc un sentiment autentic de apartenență. Procedând astfel, ei pot debloca întregul potențial al forței de muncă diverse, stimulând inovația, productivitatea și, în cele din urmă,*

succesul. Întrebarea care trebuie pusă din ce în ce mai mult nu mai este «ce câștig eu prin dezvoltarea programelor DE&I și o cultură internă diversă și incluzivă», ci mai degrabă care vor fi consecințele și pierderile în cazul în care nu fac acest lucru”.

Criza talentelor în era digitală devine preocuparea nr. 1 la vârful companiilor

Autor: Claudia Sofianu, Partener, liderul departamentului Impozit pe venit şi contribuţii sociale, EY România

În contextul noilor provocări oferite de inovația digitală și de apariția tehnologiilor emergente, precum realitatea virtuală, metaversul sau inteligența artificială, care au dus la revoluționarea modului în care organizațiile interacționează cu clienții lor, strategiile de digitalizare și inovație sunt umbrite de întrebări practice spinoase. Cine are capacitatea necesară să transpună aceste noi valențe ale lumii digitale în rezultate tangibile în cadrul unei organizații sau cine și cum poate asigura în cadrul organizației talente durabile, motivate și care să posede competențele viitorului sunt doar două dintre acestea.

Cercetarea de dată recentă, realizată de către EY SUA, care a adunat opiniile a 600 de directori de tehnologie, marketing și finanțe din întreaga lume, relevă o nevoie acută a organizațiilor de a găsi soluții într-un context în care atragerea talentelor cu competențe digitale dezvoltate este din ce în ce mai dificilă. Pe măsură ce companiile se confruntă cu fluctuații de personal crescute și schimbări de

strategie, găsirea talentelor competente care să asigure inovația digitală este deci tot mai urgentă.

Totodată, politicile de retenție a angajaților care performează la locul de muncă au devenit prioritate principală în strategiile managementului de top. În acest context, cum își pot schimba liderii abordarea cu privire la atragerea și reținerea angajaților cu competențe digitale? Care sunt acei angajați care trebuie să demonstreze competențe digitale, ce abilități pot promova și gestiona liderii și cum va revitaliza inovația digitală satisfacția angajaților?

Crearea mediului propice pentru identificarea, recrutarea și motivarea talentelor cu abilități digitale

Conform rezultatelor cercetării menționate, 67% dintre respondenți au înregistrat o creștere a fluctuației personalului cu competențe din sfera științei datelor (*data science*) încă de la începutul crizei COVID-19. În general, dificultatea de a identifica, recruta și reține talentul este văzut ca cel mai mare obstacol în calea inovației digitale, după reglementare.

Pentru a contracara acest fenomen, cea mai mare parte dintre participanții la studiu (60%) au indicat faptul că, în prezent, responsabilitatea atragerii și reținerii talentelor cu competențe digitale este împărțită între directorul executiv (CEO), directorul de operațiuni (COO) și directorul financiar (CFO). Restul de 40% spun că responsabilitatea revine în prezent directorului de tehnologie (CTO). Astfel, deși talentul din sfera digitală a fost asociat în trecut doar cu Chief Technology Operation (CTO) și funcțiunea condusă de acesta, de acum va fi necesară extinderea responsabilității până la nivel de CEO.

Implicarea CEO reprezintă cel puțin una dintre căile de diferențiere față de competitori, întrucât atragerea și păstrarea talentului nu se referă doar la competențe și

recompensare; este, de asemenea, o chestiune de scop și misiune organizațională. În acest sens, managementul de top trebuie să colaboreze în vederea proiectării unui cadru potrivit pentru angajați, un mediu confortabil în care să performeze și să creeze, să se simtă valorizați și apreciați.

Crearea unei astfel de propuneri de valoare pentru a atrage talentul, inclusiv pe cei cu abilități de analiză a datelor și competențe digitale, necesită o abordare de recrutare colaborativă între departamente, precum și o colaborare mai mare între membrii managementului de top. Identificarea unei misiuni care să rezoneze cu actualii și viitorii angajați va necesita o abordare din toate unghiurile, nu doar din perspectiva angajaților și a ceea ce li se oferă, ci și în ceea ce privește modul de lucru la vârful companiilor.

Cultivarea setului de competențe relevante pentru organizație în context de inovație digitală continuă

În ceea ce privește tipul competențelor identificate de către managerii de top ca fiind cel mai greu de găsit, 57% dintre respondenții chestionarului aplicat în cadrul cercetării menționate au poziționat pe primul loc competențele tehnice ce țin de știința datelor (*data science*), în timp ce o mare parte dintre aceștia au confirmat că și competențele comportamentale (soft) rămân la mare căutare, printre cele menționate regăsindu-se munca în echipă (55%) și creativitatea (54%).

Făcând o comparație cu rezultatele obținute în urma chestionarul EY, se poate vedea că și mediul de business din România se confruntă cu provocările identificate la nivel global. Astfel, conform unui raport[1] prezentat de Ministerul Educației în 2022 cu privire la starea învățământului, din totalul de absolvenți de licență din 2022, doar 8% sunt din domeniul Tehnologiei Informației și Telecomunicațiilor, cei mai mulți fiind absolvenți de afaceri, administrație și drept – 27%. Procente ridicate sunt și în zona ingineriei, prelucrării și construcțiilor – 17%, precum și în sănătate și

asistență socială – 14%. Nivelul scăzut al absolvenților conectați la domeniul de tehnologie a datelor a dus la inovare și în ceea ce privește desenarea unor strategii de dezvoltare a talentelor (de tip *upskilling, reskilling*) în rândul unor companii din România.

Reținerea talentelor prin investiții în digitalizare

Jumătate dintre respondenții studiului EY SUA spun că se concentrează, în mare măsură, spre perfecționarea abilităților și competențelor, în timp ce aceeași proporție se concentrează pe recrutare de noi angajați care să demonstreze competențele dorite la un anumit nivel.

Un aspect important când vorbim despre eforturile organizațiilor de a-și reține talentele este reprezentat de apetitul acestora pentru investițiile în digitalizare și inovație. În acest sens, 60% dintre respondenții chestionarului EY au arătat că au reușit să rețină mai mulți angajați după ce au înțeles importanța investițiilor în aceasta zonă. Se înțelege astfel că optimizarea experiențelor digitale pentru angajați este vitală în vederea asigurării reținerii talentelor.

Managementul de top trebuie să aibă în vedere acest aspect mai ales că preferințele angajaților de a lucra în sistem hibrid sau *remote (la distanță*) pare că vor exista pe termen nelimitat. Asigurarea unor experiențe digitale în cadrul companiei va îmbunătăți, pe de o parte, satisfacția angajaților, dar va ajuta și la creșterea eficienței și a poziției companiei ca loc de muncă mai atractiv.

În același timp, managementul de top trebuie să fie în măsură să își asume din ce în ce mai mult responsabilități în zona de inovație digitală a companiilor, atât în ceea ce privește identificarea și cultivarea competențelor digitale, cât și în ceea ce privește susținerea unor procese de recrutare colaborativă între funcțiuni, mobilitatea internă a talentelor

și dezvoltarea unor programe interne de perfecționare a competențelor digitale.

[1] Raport-Starea-învaățământului-superior-2021-2022.pdf (edu.ro)

EY extinde alianța cu Microsoft și lansează 20 de noi capabilități tehnologice de audit în primul an al unui program de investiții în valoare de 1 miliard de USD

- **Aplicațiile de audit ating un prag de referință de 500.000 de utilizatori, beneficiind de performanțele și stabilitatea platformei Microsoft Azure**
- **Printre lansările recente se numără instrumente performante de analiză de date prin Microsoft Azure și Microsoft Power BI**
- **Platforma EY de tehnologii de audit de ultimă generație integrează capacități de inteligență artificială Microsoft, prin lansarea serviciului Microsoft Azure OpenAI**

EY anunță extinderea colaborării cu Microsoft pentru finalizarea platformei sale tehnologice de audit de ultimă generație. Proiectul marchează încheierea primelor 12 luni dintr-un program de investiții de patru ani, în valoare de

peste 1 miliard de USD. Investiția vine în sprijinul eforturilor EY de a menține calitatea serviciilor de audit la cel mai înalt nivel, scalabile și corect dimensionate, prin care să sprijine planurile de transformare ale companiilor și să promoveze încrederea în companii și piețele de capital.

Extinderea colaborării EY cu Microsoft vine după ce, în acest an, au fost implementate peste 20 de noi capabilități tehnologice performante de audit. Demersul face parte din programul multianual EY de integrare a tehnologiilor avansate într-o platformă unică și omogenă, prin care să asigure transformarea organizației prin capabilități de ultimă generație de accesare a datelor, analize avansate de date, inteligență artificială (AI) și o experiență îmbunătățită pentru utilizatori. Această transformare vine în sprijinul celor 500.000 de profesioniști EY și al utilizatorilor externi, fiind făcută posibilă de platforma Microsoft Azure.

Marie-Laure Delarue, vicepreședinte EY Global – Servicii de Audit, a declarat: „*Organizația EY a atins primul punct de referință al programului său de investiții cu durata de patru ani, al cărui obiectiv este integrarea și transformarea tehnologiei de audit a EY. Alianța dintre EY și Microsoft este esențială pentru acest program, în contextul în care EY își îndeplinește angajamentul de a îmbunătăți constant calitatea serviciilor de audit, de a promova valoarea sustenabilă pe termen lung, asigurând creșterea gradului de încredere al stakeholderilor EY și al celor din companiile pe care le deservim*”.

Tot în primele 12 luni din planul de investiții EY, s-a lansat și instrumentul de ultimă generație de analiză a datelor de audit, bazată pe platforma Microsoft Power BI. Acesta combină capabilitățile EY și Microsoft, asigurând agilitate în dezvoltare și livrare și o abordare unificată a datelor cu ajutorul soluției Microsoft Fabric. Noul instrument permite integrarea completă a capacităților de analiză de date direct în fluxul de lucru al platformei tehnologice dedicate

serviciilor de audit ale EY. Echipele de audit ale EY prelucrează acum peste 775 de miliarde de linii de date înregistrate în jurnale, în cadrul procesului de audit transformat digital al EY.

Un alt instrument este EY Canvas, o aplicație de audit dezvoltată cu Microsoft Azure, care a oferit performanțe solide și capacitate de extindere, sprijinind efectuarea a peste 150.000 de audituri la nivel mondial. Printre beneficii se numără o disponibilitate de 99,99% a EY Canvas susținută de Microsoft Azure în ultimele 12 luni, facilitând funcționarea uneia dintre cele mai mari platforme business-to-business (B2B) din domeniu.

Capabilitățile nou dezvoltate de EY implică și folosirea inteligenței artificiale, dimensionate la nivel global. Cu ajutorul AI, se valorifică atât date publice, cât și date produse de EY care sunt apoi integrate direct cu EY Canvas pentru a sprijini procesele de evaluare a riscurilor de către profesioniștii EY în audit. AI permite dezvoltarea de noi capabilități de analiză predictivă, bazate pe căutarea și sintetizarea de conținut și colectarea de informații din documente, folosite inclusiv în procedurile de verificare a documentelor care stau la baza declarațiilor financiare. În acest proces de dezvoltare, echipele EY au utilizat Azure Cognitive Services pentru a integra inteligența artificială în procesul de audit.

În plus, alianța dintre EY și Microsoft oferă echipelor de audit ale EY acces anticipat la noi tehnologii Microsoft și posibilitatea de a integra și alte produse Microsoft în platforma de tehnologii de audit a EY. Aici se înscrie lansarea internă de către EY a serviciului Azure OpenAI, care îi ajută pe profesioniștii EY să valorifice potențialul capacităților de inteligență artificială generativă și să beneficieze de acces anticipat la soluția Microsoft 365 Copilot.

Arun Ulagaratchagan, vicepreședinte corporate pentru Azure Data, Microsoft, a declarat:

„Platforma de tehnologii de audit a EY, bazată pe Microsoft Cloud, permite transformarea serviciilor de audit și evaluare ale EY. Scopul nostru comun de a promova tehnologii noi, revoluționare, inclusiv inteligența artificială bazată pe date, își va păstra un rol central, în același timp inițiind demersurile pentru crearea următoarei generații de tehnologii EY și Microsoft".

Mai multe informații referitoare la alianța EY-Microsoft se regăsesc aici.

Prezent și viitor în profesia de consultant. La ce să se aștepte tinerii economiști și de ce să opteze pentru zona consultanței financiare, a auditului și a contabilității?

Autori:

- ***Alex Milcev, liderul departamentului de Asistenţă fiscală şi juridică, EY România & Moldova***
- ***Claudia Sofianu, liderul departamentului People Advisory Services, EY România & Moldova și regiunea CESA***

„La vremuri noi, oameni noi!”, dar oamenii „noi” trebuie să lucreze cu cei „vechi” și invers, ar fi continuarea celebrei sintagme din literatura română. Pentru că experiența trebuie întotdeauna dublată de energie și entuziasm. Întrebarea este cum să îi atragem în domeniu pe tinerii care consideră profesiunile de consultant fiscal, auditor sau contabil ca fiind mai puțin atractive? Pentru că a devenit o adevărată provocare pentru companii să găsească oameni noi, bine pregătiți și potriviți pentru aceste meserii. Cum să le atragem atenția asupra unor domenii despre care percepția lor este că trebuie să se îmbrace la costum, să aibă un program fix și să stea toată ziua cu nasul în hârtii? Mai ales că lucrurile s-au schimbat mult și în domeniul consultanței fiscale, auditului și contabilității. Poate părea incredibil pentru unii, dar și aceste profesii pot fi „cool”, inclusiv pentru că e nevoie și de alte capabilități față de cele care se cereau în trecut.

Status quo – câteva statistici

Cum stau lucrurile în România și în alte țări din Europa sau SUA din acest punct de vedere? Este sau nu asigurat un nou val de experți în consultanță fiscală, atât de necesari în contextul economic actual, complex, în continuă schimbare, aflat sub presiunea apariției noilor tehnologii și a unor noi instrumente de lucru, a digitalizării și, mai recent, a inteligenței artificiale?

Oficial, în luna august 2022, National Association of State Boards of Accountancy (NASBA) – organizația profesională a contabililor (prin extensie și a auditorilor) din SUA – înregistra un număr de 665.612 auditori. Urmărind cifrele asociației americane, observăm evoluția diferită de la an la an, în perioada 2016 – 2022, cu scăderi ale numărului de consultanți (în 2019, erau 654.375 de consultanți, față de 664.532 în 2016), dar și creșteri (669.130 în 2021). Una peste alta, însă, cifra pentru 2022 este mai mică față de anul anterior (cu 3.518 CFAs) și foarte puțin mai mare (1.080 de

persoane în plus) comparativ cu anul 2016. De unde rezultă o creștere medie, pe o perioadă de șase ani, cu 180 de persoane pe an sau cu 0,16% în 2022 față de 2016, ceea ce, pentru nivelul economiei SUA ar putea indica mai degrabă un deficit de personal în zona consultanței fiscale, pe fondul unui PIB care a crescut cu peste 13% în aceeași perioadă (2016-2022).

Pe de altă parte, un raport al Bloomberg Tax Analysis indică faptul că în SUA „profesiile financiare” au atins un vârf în 2017 și, de atunci, numărul profesioniștilor în domeniu a scăzut cu 17% (până în 2021), creând un deficit anual de peste 130.000 de locuri de muncă pentru contabili și auditori.

Situația nu este mult diferită în Europa. Deși cifrele sunt mai greu de comparat, dat fiind diferențele între țări și reglementări, pare că și aici numărul contabililor, auditorilor și al consultanților a scăzut în ultima decadă. PIB-ul însă a crescut în jur de 9% în același timp.

Tabloul este relativ asemănător în România, unde avem trei asociații profesionale sub a căror umbrelă se reunesc profesioniștii din domeniul fiscal, audit și contabilitate, respectiv CECCAR, CAFR, CCF. Spre exemplu, potrivit celor mai recente statistici ale Camerei Consultanților Fiscali (CCF) din România, numărul total al membrilor CCF înregistrat în prezent este de 6.526 din care, consultanți fiscali activi 4.192. Analiza evoluției numărul de consultanți arată creșteri ușoare de la an la an, dar și scăderi. Numărul membrilor în 2023 este mai redus față de anul trecut, când erau 6.544. În perioada 2017-2023, avem o ușoară creștere a numărului de experți fiscali, care înseamnă cu nici 2% mai multe persoane înrolate în CCF în perioada 2017-2023.

Dacă privim partea plină a paharului, o creștere e o creștere, oricât de mică. Dacă privim realist, complexitatea proceselor economice pe care le traversează România în ultimii trei ani și ceea ce se preconizează că va urma în viitorul apropiat ar cere, cel puțin teoretic, un val serios de tineri absolvenți

de studii economice care să se pregătească și să intre în zona consultanței fiscale, a auditului și a contabilității. Practic, aceștia ar trebui ajutați să descopere provocările actuale ale acestei profesii, să fie îndrumați (mentorați) să aleagă acest drum. Altfel spus, economiile lumii au crescut, legislația și reglementările s-au înmulțit și s-au complicat și, corespunzător, cererea de servicii profesionale este mai mare. Însă numărul celor care aleg această profesie pare a fi în dezacord cu ceea ce se întâmplă în mediul economic, prin urmare, cererea de profesioniști este mai mare decât oferta.

Cum răspund companiile și piața?

Companiile au fost nevoite să se adapteze rapid la noile tendințe și să adopte noile instrumente digitale de lucru, astfel că au început să investească masiv în servicii online inovatoare, platforme digitale, aplicații, tocmai pentru a avea o raportare mai exactă și mai promptă. Deficitul de personal calificat, și în România și în alte țări, a fost și este un catalizator important al acestei revoluții digitale.

Adoptarea tehnologiei și a instrumentelor digitale este cea care accelerează schimbările în economie și în companii, iar pentru ca toate aceste schimbări și adaptări ale modelelor de business să se întâmple este nevoie de oameni bine pregătiți, și profesional și din punct de vedere al abilităților digitale. Se duce o adevărată bătălie pe frontul de recrutare, pentru a-i găsi pe cei mai bine pregătiți, cei mai capabili să înțeleagă și să lucreze cu noile tehnologii și instrumente digitale. Prin urmare, se naște firesc întrebarea: cât de atractive sunt profesiunile de consultant fiscal, auditor sau contabil în aceste vremuri și de ce a devenit o problemă găsirea acestor oameni?

Să încercăm câteva explicații și poate demontăm și unele percepții incorecte.

Profesiunile de consultant fiscal, auditor sau contabil sunt

asociate deseori cu rutina, plictiseala și solicitarea extremă și, aparent, și-au cam pierdut strălucirea din urmă cu mulți ani. Tânăra generație, chiar dacă se îndreaptă spre universitățile cu profil economic – finanțe, bănci, contabilitate – se pare că nu alege neapărat aceste domenii la absolvire. Potrivit American Institute of Certified Public Accountants (AICPA), numărul de înscrieri în universități în programele de contabilitate – pepinierele viitorilor auditori – este, de asemenea, în scădere continuă. De exemplu, în anul 2019, înscrierile au scăzut cu 4% față de anul 2016.

Ce se întâmplă, de fapt, cum arată prezentul, dar mai ales viitorul, în contextul digitalizării, al apariției mulțimii de instrumente digitale și soluțiilor bazate pe inteligența artificială? De ce ar fi sau ar deveni acest tip de profesii mai puțin atractive și de ce absolvenții de facultate caută mai puțin această meserie? Sunt doar câteva dintre îngrijorările breslei, care însă au explicații pertinente ce țin de percepții, aparențe și realități, condimentate cu idei preconcepute.

Cererea de experți contabili este în creștere

În SUA, se anticipează că cererea de contabili și auditori va crește cu 6% până în 2028, iar cererea pentru toate locurile de muncă se preconizează că va crește cu 5%, astfel încât nevoia potențială de Certified Public Accountant (CPA) va fi probabil mai mare decât în cazul altor profesii. De asemenea, The American Institute of CPA (AICPA) monitorizează și cererea de viitori contabili și CPA, iar potrivit unui sondaj derulat în rândul companiilor americane, aproape o cincime (18%) dintre firme au spus că vor avea nevoie de mai mulți CPA în personalul lor în următorii ani.

Concret, în România am văzut, pe alocuri chiar în ritm accelerat, digitalizarea anumitor sectoare din economie – privat și public. Această tendință a schimbat vizibil zona financiară, de audit și contabilitate în care, în mod

tradițional, se stătea cu foi în față, calculator de masă, cearceafuri de situații plictisitoare, rutină. Au apărut însă din ce în ce mai multe aplicații și instrumente digitale. Inclusiv instituțiile statului se digitalizează din ce în ce mai mult – să nu uităm nici de inițiativa Ministerul Digitalizării – într-un viitor apropiat, practic, nicio instituție publică nu va mai avea voie să ceară hârtii, copii după documente și dosare cu șină.

Dezvoltatorii soluțiilor digitale au creat deja o multitudine de instrumente prin care bazele de date să poată fi nu doar bine și facil administrate, ci chiar în ideea ca aceste date să fie extrase și interpretate pentru a genera situații și raportări utile instituțiilor și companiilor. Vorbim în acest context despre transformarea profundă și continuă a profesiilor de auditor, contabil și consultant fiscal unde, la ora actuală, se pune mai degrabă accent pe două atribute (sau calități): **competențe digitale și cunoașterea în detaliu a legislației românești și internaționale**.

Munca plictisitoare este înlocuită de un soft, corespunzător domeniului respectiv de activitate, care permite „scoaterea robotului din om”. Munca de rutină de altădată se transformă, în acest context, într-o muncă mult mai interesantă, de creație chiar, care presupune utilizarea altor abilități. Este vorba despre **capacitatea de analiză și înțelegere** a statisticilor, a legislației și a unui mediu economic aflat într-o dinamică accelerată, dublată de **competențe digitale**.

Or, teama că oamenii vor fi înlocuiți de mașini nu s-a adeverit până acum, atât în servicii profesionale, cât și alte sectoare. Ba din contră. Concret, în România, am putea spune că automatizarea și digitalizarea – pârghiile creșterii productivității – abia dacă au ciobit din deficitul forței de muncă calificate, departe de a ajunge la un echilibru între cerere și ofertă. Inteligența artificială este abia la început, dar este deja clar că ea va aduce schimbări și mai profunde în exercitarea acestor profesii.

Tinerii și serviciile profesionale în era digitală

Am putea afirma, fără teama de a greși, că generațiile noi sunt bine echipate, dacă putem spune astfel, din punctul de vedere al competențelor digitale (și asta în ciuda carențelor de educație românească, pe care le știm prea bine). Este așa-numita «generație nativă digital» și, dincolo de acest aspect, sunt generațiile mai dinamice și mai dispuse să accepte noi provocări.

Faptul că prea puțini tineri sunt atrași de aceste profesii în ziua de azi, credem că se datorează unei imagini mai puțin strălucitoare, chiar prăfuite, depășite de prezent și neavând un viitor promițător. Nimic mai fals! Asemenea impresii sunt departe de realitate și pot fi ușor contrazise chiar și de o perioadă scurtă lucrată în domeniu.

Lucrurile sunt destul de simple aici: părțile de rutină ale meseriei de auditor/contabil/consultant fiscal sunt și vor fi și mai mult preluate de tehnologie, iar inovația, analiza, interpretarea și deciziile de business devin atributul principal al profesionistului. Pe deasupra, piața muncii, și la nivel global și cel local, este puternic înclinată în favoarea angajatului – dezechilibrul profund între cerere și ofertă nu se va rezolva în curând, ceea ce face aceste profesii și mai atractive acum și în viitorul apropiat.

Parafrazând un motto bine cunoscut, putem spune că „viitorul profesiei sună bine”!

E nevoie însă de un efort concentrat pentru a schimba percepțiile trecutului. Și aici mediul de afaceri, mediul academic și organizațiile profesionale de profil (CECCAR, Camera Auditorilor din România, Camera Consultanților Fiscali) trebuie să coopereze intens, pentru a da un semnal corect tinerelor generații de absolvenți ai facultăților și liceelor economice privind importanța acestor profesii și rolul lor cheie în viitorul lor și în viitorul economiei României.

E-Factura – următorul pas spre digitalizarea fiscală în România

- **La finele lunii iulie 2023, Consiliul UE a aprobat derogarea privind adoptarea e-Factura generalizată în România cu aplicabilitate pentru perioada 1 ianuarie 2024 – 31 decembrie 2026. Este așteptată legislația națională prin care trebuie stabilite cel puțin data de la care intervine obligația e-Factura și categoriile de operatori economici care trebuie să se conformeze noilor reguli**
- **Chiar şi in lipsa acestor parametri, firmele româneşti nu vor avea foarte mult timp la dispoziție, astfel încât ar trebui să înceapă deja demersurile pentru implementarea RO e-Factura**
- **Aproape un sfert dintre companiile româneşti spun că au nevoie de până la 6 luni pentru a implementa sistemul RO e-Factura, dar majoritatea cred că au nevoie de mai mult timp, astfel: 45% dintre acestea au indicat un interval de 6 luni până la 1 an și 25% au menționat un interval între 1 și 2 ani, potrivit celui mai recent sondaj din cadrul webinarului organizat de EY marți, 22.08.2023**
- **Astfel, 83% dintre companiile respondente declară că nu ar fi pregătite pentru data de 1 ianuarie 2024 ca dată de începere a emiterii facturilor prin sistemul RO e-Factura, în timp ce doar 17% afirmă că sunt pregătite**

Cât de pregătite sunt companiile româneşti pentru a implementa sistemul RO e-Factura începând cu 1 ianuarie 2024, care sunt necunoscutele în etapa premergătoare trecerii la noul sistem,

care sunt implicațiile pentru companiile care nu sunt înrolate în prezent in sistemul RO e-Factura, rezultatele așteptate de autoritățile fiscale urmare implementării e-Factura, dar şi care este practica altor state membre ale UE privind e-Factura, au fost principalele teme de discuţie abordate în cadrul webinarului organizat marţi, 22.08.2023.

La sfârşitul lunii iulie a.c., Consiliul Uniunii Europene a acordat României derogarea de a adopta facturarea electronică obligatorie, decizia fiind aplicabilă pentru perioada 1 ianuarie 2024 – 31 decembrie 2026. Astfel, sistemul RO e-Factura ar putea deveni obligatoriu la nivel generalizat, cel mai devreme începând cu 1 ianuarie 2024, pentru tranzacțiile între firmele stabilite în România.

„Niciunde nu am văzut o transformare mai accelerată a raportărilor fiscale în format digital decât în România. SAF-T, RO-transport, e-Factura pentru bunuri cu risc fiscal ridicat și canalul B2G și iată-ne acum în așteptarea următorilor pași pentru factura electronică B2B la nivel generalizat”, a precizat moderatorul webinarului, **Georgiana Iancu, Partener, Coordonator Practică de Taxe Indirecte și Digitalizare Fiscală, EY România**.

În aşteptarea legislaţiei naţionale, sunt o serie de aspecte pentru care se aşteaptă clarificări din partea autorităţilor, începând cu data de la care se va adopta e-Factura, dacă se va lua în considerare extinderea raportării datelor din facturi prin platforma RO e-Factura care se aplică în prezent bunurilor cu risc fiscal ridicat la nivel generalizat sau, dimpotrivă, dacă se va adopta încă de la bun început platforma RO e-Factura ca unic canal de facturare. Consecinţele nerespectării termenelor de adoptare (deducerea TVA, potenţiale contravenţii sau stimulente în cazul conformării în termen) sau dacă se are în vedere o implementare etapizată sunt alte aspecte foarte importante pentru care mediul de afaceri aşteaptă clarificări prin legislaţia ce urmează să fie adoptată.

În spiritul derogării primite de România din partea Consiliului UE, direcţia aşteptată ar fi aceea că singurul mesaj care dobândeşte calitatea de factură să fie cel transmis electronic prin sistemul RO e- Factura. Pe de altă parte, în contextul în care România are la dispoziţie doar trei ani în care e-Factura să devină aplicabilă la nivel generalizat, poate fi luată în considerare şi alternativa implementării (poate pe o perioadă de tranziţie) a unui sistem în care datele din facturile emise să fie raportate prin sistemul RO e-Factura (aşa cum se întâmplă acum în cazul bunurilor cu risc fiscal ridicat), astfel încât în paralel furnizorii să îşi comunice facturile către clienţi prin canalul agreat comercial.

Prezent la webinarul EY, reprezentantul Ministerului de Finanțe, Iulian Ardeleanu, Director General, Direcția Generală de Legislație Fiscală și Reglementări Vamale și Contabile, a reiterat faptul că, începând cu anul 2024, în România se va aplica cu certitudine o variantă din cele două.

Experiența privind facturarea electronică la nivelul UE arată situații diferite. Astfel, Italia a fost primul stat care a implementat e-Factura, urmând Polonia, Franța și Germania. Italia a implementat în mai puțin de un an, iar practica celorlalte state arată că au avut nevoie de circa doi ani. Germania a obținut derogarea din partea Consiliului UE odată cu România, termenul propus spre implementare fiind anul 2026.

Georgiana Constantin, Senior Manager, Taxe indirecte, EY România: *„În privința implementării e-Factura generalizată în relația B2B, este important să ne uităm și la ceea ce au făcut alte state membre din UE. Italia, Polonia și Franța au început de ceva vreme demersurile pentru adoptarea e-Factura la nivel generalizat, România și Germania tocmai ce au obținut derogarea Consiliului UE. O analiză a celor mai bune practici privind e-Factura la nivelul UE ar trebui să contribuie la așezarea unui sistem cât mai eficient, odată ce se trece către e-Factura la nivel generalizat. Principalele direcții*

observate sunt: timpul pe care țările și l-au luat pentru implementarea e-Factura – între 9 luni până la 2 ani și jumătate, implementare etapizată în funcție de categoriile de contribuabili – Franța, Polonia, Italia, precum și e-Factura ca document original pentru tranzacțiile domestice".

Aspecte concrete privind implementarea e-Factura la nivel generalizat, detaliate împreună cu reprezentanții autorităților, s-au referit la obiectivele E-Factura, perioada şi modalitatea de implementare, calendarul de implementare, etapizare precum şi implicațiile în cazul neadoptării e-Factura la termen.

„Principalul obiectiv, pentru autorități, al trecerii la sistemul e-Factura, este cel al prevenirii și combaterii fraudei, pentru că vom avea posibilitatea identificării tuturor neconcordanțelor apărute în datele raportate de contribuabili și vom putea interveni în timp real pentru remedierea acestora. La fel de important este obiectivul creșterii transparenței fiscale, mai ales în zona achizițiilor publice. Implementarea sistemului e-Factura este, de altfel, benefic pentru ambele părți, autorități și mediul de afaceri, care va avea la dispoziție un foarte bun instrument de lucru, atât în relația cu statul, cât și în relația cu ceilalți parteneri de afaceri", a explicat **Iulian Ardeleanu, Director General, Direcția Generală de Legislație Fiscală și Reglementări Vamale și Contabile, Ministerul Finanţelor**.

La rândul sau, **Antoine Avram, Director General, Unitatea de Management al Informației, ANAF**, a menționat faptul că *„ANAF asigură cheltuielile publice printr-o colectare eficientă, pentru care trebuie să avem o administrare fiscală digitalizată. Factura electronică reprezintă un element dintr-un întreg al digitalizării fiscale. În conținutul facturii regăsim date valoroase, date despre contribuabili, sume ce urmează a fi încasate, bunuri ce vor fi livrate, informații importante în activitatea de colectare. Trebuie să devenim cea mai performantă agenție fiscală din UE. Urmărim să realizăm un*

profil al contribuabilului, în stânga patrimoniul, în dreapta obligația fiscală, între care trebuie să existe un echilibru perfect”.

Albert Fruth, Șef Birou, Elaborare Strategii și Informatizare, Unitatea de Management al Informației, ANAF, a menționat faptul că *„Proiectul e-Factura a fost demarat conceptual în anul 2020, fiind desfășurate mai multe activități la începutul anului 2021 și a intrat în linie dreaptă din noiembrie 2021, când platforma RO e-Factura a devenit disponibilă pentru agenții economici. Detaliile care susțin facturarea electronică se regăsesc atât pe site-ul ANAF, cât și pe cel al Ministerului Finanțelor Publice, unde este postat și link către asro.ro, de unde se poate descărca în mod gratuit standardul european de facturare electronică ce stă la baza RO e-Factura”.*

Facturarea electronică ar trebui să contribuie semnificativ, nu doar în România, ci la nivelul administrațiilor fiscale internaționale la reducerea decalajului de TVA, dar și la îmbunătățirea capabilităților de management al riscului. *„Cât privește detectarea timpurie a schemelor de fraudă, desprindem atât în contextul discuțiilor privind e-Factura cu reprezentanții administrației fiscale din România, cât și din discuțiile la nivelul UE pentru adoptarea pachetului ViDA – TVA în era digitală, o preocupare pentru a crea o legătură între bunuri/servicii, factură și plată”*, a concluzionat **Georgiana Iancu**.

„Companiile noi care vor trebui să se conformeze vor avea nevoie de investiții în noi sisteme IT și de pregătire personal, dar și la nivelul autorităților vor trebui resurse pentru a ne pregăti pentru înrolarea eficientă a companiilor. Analizăm dacă acest lucru să se facă în etape, astfel încât să integrăm eficient e-Factura în sistemul fiscal din România. Nu se pune acum problema unor sancțiuni pentru cei care nu vor reuși o conformare perfectă, pentru că interesul nostru este să avem cât mai multe companii în sistem”, a mai precizat

Iulian Ardeleanu, Director General, Direcția Generală de Legislație Fiscală și Reglementări Vamale și Contabile, Ministerul Finanţelor.

Legat de acordarea unei perioade de graţie, faptul că va urma implementarea e-Factura începând de anul viitor a fost anunţat de către autorități încă de-acum doi ani, a explicat în continuare reprezentantul MF*, „iar mediul de afaceri a fost informat că am solicitat derogarea de la CE și am obținut-o, pentru intervalul 1 ianuarie 2024, timp de trei ani, deci nu se mai pune problema unei perioade de grație în trecerea la acest sistem. Între timp, pentru a facilita modul de raportare pentru companii, analizăm variante de lucru cu declarații pre-completate, de exemplu decontul TVA, dar și altele*”, a spus acesta.

Pe parcursul webinarului EY, a fost relansat sondajul de la finele lunii iunie 2023, pentru a lua pulsul mediului de afaceri și a vedea cât de pregătite sunt companiile din România să adopte e-Factura. Astfel, 83% din respondenți spun că nu sunt pregătiți să aplice factura electronică la nivel generalizat de la 1 ianuarie 2024.

Întrebate care ar fi un interval considerat rezonabil pentru conformarea la regulile de facturare electronică prin intermediul platformei RO e-Factura de la data publicării legislației, companiile au indicat astfel: 25% din respondenți s-ar putea încadra într-un termen de până la 6 luni. Majoritatea însă au nevoie de mai mult timp, astfel că 45% din companii au nevoie de 6 luni până la 1 an și 25% din companii au nevoie de 1 până la 2 ani.

Puține sunt companiile cărora le-ar trebui mai mult de 2 ani, respectiv doar 5%, în scădere de la 20% cât indica sondajul făcut de EY la finele lunii iunie 2023, *„ceea ce poate să însemne și că, odată ce Consiliul UE a avizat favorabil derogarea solicitată de România, companiile au început deja analiza și demersurile pentru conformarea la noile cerințe de*

facturare”, a explicat **Georgiana Iancu**.

„Concluzia principală care se desprinde din webinarul susținut alături de invitații noștri din cadrul Ministerului de Finanțe și ANAF, este aceea că, odată ce se va trece către e-Factura la nivel generalizat în spiritul derogării primite din partea Consiliului UE, e-Factura devine singurul exemplar care să susțină deducerea TVA. Or, acest lucru prezintă o importanță majoră pentru companii. Așadar, recomand companiilor să trateze implementarea e-Factura nu doar dintr-o perspectivă de soluție IT, ci să ia în calcul toate implicațiile fiscale, dar și pe cele de natură comercială, precum și o analiză de business detaliată pornind de la standardul de facturare electronică”, a concluzionat **Georgiana Iancu** în încheierea webinarului.

Studiu EY: Consumatorii vor adopta rapid instrumente care le vor permite să economisească timp sau bani, dar sunt îngrijorați de impactul tehnologiei asupra vieții lor

Cea mai recentă ediție a EY Future Consumer Index explorează modul în care oamenii din întreaga lume se gândesc la beneficiile personale ale tehnologiei. Experiențele lor de utilizare a instrumentelor digitale acasă și la locul de muncă

influențează ce și cum consumă. Există oportunități semnificative pentru brandurile care înțeleg și modelează aceste percepții în schimbare și care anticipează schimbările transformatoare pe care acestea le-ar putea conduce.

Consumatorii consideră că tehnologia este din ce în ce mai integrată în viața lor

Ritmul de inovare și adoptare a tehnologiilor digitale este adesea atât de accelerat în prezent, încât consumatorii pot deveni rapid dependenți de noile instrumente, fără să observe că acestea s-au integrat complet în rutina lor zilnică. Consumatorii se bazează din ce în ce mai mult pe instrumentele digitale pentru a-și ușura viața, pentru a economisi bani și timp, pentru a le permite să lucreze de acasă sau pentru a-și reduce amprenta asupra mediului.

Aceștia folosesc instrumentele digitale pentru a-și gestiona bugetele, pentru a selecta canalul TV la care se uită și muzica pe care o descoperă, pentru a găsi branduri alternative, pentru a ține legătura cu prietenii, pentru a-și monitoriza sănătatea și din multe alte motive. De exemplu, 33% dintre consumatori folosesc recunoașterea facială pe telefonul lor mobil, iar 42% folosesc un dispozitiv inteligent pentru a-și urmări exercițiile fizice.

Utilizarea de către consumatori a tehnologiilor tradiționale și emergente în mai multe aspecte ale vieții lor a crescut dramatic în ultimul an, conform cercetării globale EY. Dependența din ce în ce mai mare de instrumentele digitale, atât la locul de muncă, cât și acasă, intervine într-un moment în care consumatorii sunt mai îngrijorați de o gamă largă de factori economici și personali. Noua ediţie a Indexului EY pe tema consumatorilor evidențiază o mutare semnificativă a interesului lor către două preocupări majore: finanțele și sănătatea.

Oamenii acordă prioritate problemelor care îi afectează direct

ca indivizi, mai degrabă decât unor provocări colective, cum ar fi preocupările lor legate de planetă. În mod firesc, mulți iau măsuri pentru a-și reduce cheltuielile, dar modul în care își gestionează bugetul depinde de zona în care locuiesc. La nivel global, consumatorii se concentrează mai mult pe valoarea produselor și bunurilor, 73% dintre consumatori observând că dimensiunile pachetelor s-au redus, dar prețul a rămas același. Un procent de 64% consideră că produsele obişnuite sunt la fel de bune ca cele de brand. Ultimul studiu făcut de EY la începutul acestei veri la nivelul consumatorilor din România ne arăta un procent încă și mai mare, respectiv de 93% dintre respondenți care au observat schimbări ale dimensiunilor produselor (fenomen recunoscut ca *shrinkflation*). Respondenții consideră această strategie ca un marketing înșelător, având drept principală consecință pierderea încrederii în brandul respectiv.

Georgiana Iancu, Partener, coordonator al practicii de Impozite indirecte și liderul sectorului de Retail şi Produse de Consum, EY România: *„Odată cu avansul tehnologic, consumatorii au devenit tot mai conectați și informați, iar această schimbare a adus provocări și oportunități pentru industria de retail şi bunuri de consum. Tehnologiile digitale și mobile au transformat experiența de cumpărare, permițând consumatorilor să acceseze produsele și serviciile dorite într-un mod mai comod și rapid. De la achiziționarea online, până la utilizarea aplicațiilor mobile pentru compararea prețurilor și obținerea de recomandări personalizate, tehnologia a înlesnit procesul de luare a deciziilor și a sporit eficiența consumatorilor. De asemenea, tehnologiile emergente, precum inteligența artificială și analiza datelor au furnizat o mai bună înțelegere a preferințelor și comportamentului consumatorilor. Retailerii pot colecta și analiza datele pentru a oferi oferte personalizate, recomandări relevante și servicii adaptate, ceea ce conduce la o experiență mai satisfăcătoare pentru consumatori. Cu toate acestea, este important să recunoaștem că impactul tehnologiei*

în comportamentul consumatorilor este în continuă evoluție. Consumatorii devin din ce în ce mai exigenți și așteaptă inovație constantă și experiențe personalizate. Retailerii, dar și furnizorii de bunuri de consum trebuie să fie la curent cu noile tehnologii și să se adapteze rapid, pentru a rămâne relevanți și pentru a satisface nevoile în continuă schimbare ale consumatorilor. Dacă ne îndreptăm atenția către ce ar putea să ia amploare în mediu digital, conform celui mai recent studiu EY, am extras din răspunsurile consumatorilor români câteva zone de interes printre care interacțiunea cu serviciile guvernamentale, servicii financiare de tipul «cumpără acum, plătește mai târziu», dar și alternative la plățile online prin instituții non-bancare".

Consumatorii rămân neîncrezători în ceea ce privește impactul noilor tehnologii

Consumatorii pot avea relații paradoxale cu noile tehnologii. Ei pot deveni extrem de dependenți de un instrument, dar în același timp își fac griji cu privire la riscurile pe care acesta le prezintă pentru bunăstarea lor mentală și financiară.

De exemplu, oamenii consideră conectivitatea constantă a dispozitivelor lor mobile de la sine înțeleasă, însă doresc din ce în ce mai mult să dezactiveze alertele și memento-urile, deoarece această conectivitate persistentă li se pare copleșitoare.

Doar familiaritatea nu creează încredere. În timp ce inteligența artificială (AI), de exemplu, devine o parte normală a angajamentului față de brand pentru mulți consumatori, o proporție semnificativă este îngrijorată de modul în care ar putea fi utilizată. 24% dintre respondenți sunt îngrijorați că aceasta ar putea înlocui complet rolul lor. Iar persoanele care folosesc AI la locul de muncă sunt mai îngrijorate de impactul acesteia asupra vieții lor în afara serviciului.

Disponibilitatea și accesibilitatea inovațiilor digitale sunt în creștere, dar nu și încrederea în tehnologie și în utilizarea de către aceasta a datelor personale. Pe parcursul fiecărei ediţii, nu s-a observat nicio schimbare semnificativă în ceea ce privește disponibilitatea consumatorilor de a împărtăși date cu companiile sau brandurile. Consumatorii rămân precauţi:

– 55% sunt foarte îngrijorați de furtul de identitate și de fraudă;

– 53% sunt foarte îngrijorați de securitatea/încălcarea regimului de folosire a datelor;

– 53% sunt foarte îngrijorați de companiile care le vând informațiile personale unei terțe părți.

Aceștia doresc să pună în balanță beneficiile schimbului de date cu riscurile și valoarea pe care o primesc în schimb.

Inovațiile în tehnologie trebuie să le ofere consumatorilor beneficii tangibile

Companiile se grăbesc să creeze baze de date pe care le pot extrage pentru a obține informații. Consumatorii sunt din ce în ce mai conștienți de faptul că datele lor sunt valoroase. Aceștia așteaptă mai mult în schimbul împărtășirii lor, cum ar fi accesul la oferte mai bune. Modul în care companiile echilibrează acest schimb este o parte importantă a implicării consumatorilor.

Această ultimă ediţie a Indexului arată că nivelurile ridicate de încredere pe care consumatorii le aveau în multe companii după pandemie sunt în continuă scădere. Retailerii și companiile de produse de consum au mult mai multe interacțiuni cu consumatorii decât majoritatea companiilor, ceea ce reprezintă o oportunitate de a construi încrederea sau de a o deteriora, dacă nu se ține cont de nevoile și consumatorului și contextul pieței.

Noi infracțiuni în Legea evaziunii. Marile fraude de TVA, derulate transfrontalier, vor fi pedepsite cu închisoarea

Autor: Sorin Biban, Tax Partner Biriș Goran SPARL

Legea evaziunii a fost modificată pentru transpunerea, cu patru ani întârziere, a unor prevederi din Directiva PIF, un act normativ menit să implementeze o serie de instrumente mai eficiente pentru combaterea celor mai grave forme de fraudă în materie de TVA care prejudiciază interesele financiare ale UE.

Deși trebuia transpusă integral în dreptul intern încă din 6 iulie 2019, o serie de prevederi din Directiva PIF au fost implementate abia recent în România prin Legea nr. 125/2023, aplicabilă de la finalul lunii mai.

Actul normativ stabilește că marile fraude de TVA, derulate transfrontalier, vor putea fi pedepsite cu închisoarea pentru perioade de 7 până la 15 ani. De noua măsură sunt vizate anumite fapte prin care se evită – integral sau parțial – plata TVA-ului, care au ca efect pagube în bugetul UE de minimum 10 milioane de euro, fiind pedepsite inclusiv tentativele de fraudare.

Mai exact, noua sancțiune se va aplica pentru mai multe categorii de fapte:

- când sunt utilizate sau prezentate declarații sau

documente false, incorecte sau incomplete privind TVA;
- când nu sunt furnizate informații privind TVA, deși aceste informații ar trebui divulgate conform legii;
- când sunt prezentate declarații corecte privind TVA, dar scopul este de a masca în mod fraudulos, fie neplata TVA, fie rambursarea necuvenită de TVA.

Investigarea și cercetarea acestei noi infracțiuni introduse în Legea evaziunii poate fi făcută de Parchetul European (EPPO), în condițiile în care această instituție are compentențe exprese de cercetare, atunci când fraudele sunt legate de teritoriul a cel puțin două State Membre și implică un prejudiciu total de minimum 10 milioane de euro.

Aplicarea reglementării este menită să răspundă folosirii abuzive a sistemului intracomunitar de TVA, fiind vizate mai multe tipuri de scheme de fraudare: frauda cu entități-fantomă (*missing trader*), frauda de tip carusel și frauda comisă în cadrul unui grup infracțional organizat.

În schema de fraudă intracomunitară cu firme „fantomă” (*missing trader intra-community fraud – MTIC*), un furnizor stabilit în statul membru 1, așa-numita firmă intermediară, livrează bunuri (scutite de la plata TVA-ului) către un al doilea comerciant stabilit în statul membru 2, așa-numita firmă „fantomă”. Acest comerciant profită apoi de livrarea intracomunitară de bunuri scutită de la plata TVA-ului și revinde aceleași produse pe piața internă din statul membru 2, la prețuri foarte competitive. El poate oferi astfel de prețuri deoarece, deși încasează TVA de la clientul său, nu plătește această taxă către autoritățile fiscale, majorându-și astfel marjele de profit. Ulterior, firma „fantomă” dispare fără urmă, colectarea taxei devenind deci imposibilă în statul în care sunt consumate bunurile sau serviciile.

Într-o variantă a acestei scheme, un client al firmei „fantomă” (brokerul) vinde sau pretinde că vinde bunurile în străinătate, uneori înapoi către firma intermediară, și

solicită de la autoritățile fiscale de care aparține restituirea TVA-ului plătit firmei „fantomă”. Aceeași tranzacție poate fi repetată de manieră circulară, fiind vorba în acest caz de frauda de tip „carusel”.

Uneori, bunurile nici măcar nu sunt transferate sau există doar pe hârtie. Schema de fraudă poate fi complicată și mai mult atunci când firma „fantomă” vinde bunurile unor comercianți „tampon”, dintre care unii ar putea fi onești, pentru a face și mai dificilă pentru autoritățile fiscale urmărirea schemei de fraudă. Există cazuri în care fluxul circular include chiar și o a treia țară, iar regimurile vamale care permit anumite scutiri de TVA pot fi utilizate pentru a îngreuna urmărirea tranzacțiilor.

Potrivit unui audit al autorităților europene, fraudele cu firme „fantomă” și fraudele de tip „carusel” au loc în principal în legătură cu produse cu valoare ridicată, cum ar fi telefoanele mobile, cipurile de calculatoare și metalele prețioase, dar pot fi întâlnite și în cazul comerțului cu bunuri necorporale cum ar fi creditele de carbon, gazele și electricitatea sau certificatele pentru energia ecologică.

Frauda în domeniul TVA este adesea legată de criminalitatea organizată, căci câștigurile obținute în urma fraudei intracomunitare cu firme „fantomă” sunt de obicei reinvestite în alte activități infracționale. Conform datelor avansate de autoritățile europene, zeci de miliarde de euro din pierderile anuale de TVA sunt cauzate de grupuri infracționale.

Strategia de control fiscal a

ANAF a fost regândită. Cum sunt verificate în prezent companiile

Autor: Alina Andrei, Partener Cabot Transfer Pricing

Agenția Națională de Administrare și-a modernizat abordarea în privința controalelor fiscale și a aliniat-o tendințelor internaționale, care pun tot mai mult accent atât pe conformarea voluntară a companiilor încă de la declararea obligațiilor fiscale, cât și pe aplicarea unor tehnci progresive de verificare, astfel încât inspecțiile fiscale să devină doar ultima verigă din lanțul de control al autorităților fiscale.

Noua strategie de control a ANAF a fost explicată chiar de la vârful piramidei instituționale printr-un comunicat de presă publicat direct de Ministerul Finanțelor, care precizează modul cascadat în care funcționează acțiunile de control derulate în prezent de autoritatea fiscală.

Astfel, după cum reiese din documentul făcut public de Ministerul de Finanțe, activitatea de control devine ultima pârghie a ANAF pentru realizarea conformării fiscale, autoritatea aplicând mai întâi alte tehnici menite să încurajeze contribuabilii să își respecte obligațiile fiscale și să își achite la timp taxele către bugetul de stat. Această abordare progesivă a formelor și acțiunilor de control fiscal contribuie, spune MF, la armonizarea procedurilor de control fiscal cu tendințele internaționale în materie.

Tehnicile de conformare voluntară aplicate mai întâi de ANAF

Conform comunicatului emis de MF, Agenția Națională de Administrare Fiscală, prin structurile de control fiscal, desfășoară în prezent, două tipuri de acțiuni înainte de a

face efectiv controale și inspecții fiscale amănunite la companii.

Mai exact, într-o primă fază, ANAF efectuează acțiuni de verificare documentară, care constau în realizarea unei analize de coerenţă a situaţiei fiscale a contribuabilului/plătitorului, pe baza documentelor existente la dosarul fiscal al contribuabilului/plătitorului, precum şi pe baza oricăror informaţii şi documente transmise de terţi sau deţinute de organul fiscal, care au relevanţă pentru determinarea situaţiei fiscale.

Apoi, tot în această fază incipientă, acolo unde descoperă inadvertențe sau probleme, ANAF emite companiilor notificări de conformare, adică documente prin care inspectorii fiscali transmit contribuabililor/plătitorilor prezumtivi a fi selectaţi pentru efectuarea unor inspecții detaliate, riscurile fiscale pe care le-au identificat astfel încât să permită companiilor să își reanalizeze și să-și clarifice situația fiscală și riscurile notificate. Companiile au posibilitatea astfel să își corecteze și să își îndeplinească obligațiile fiscale din proprie inițiativă, având din start la dispoziție și punctele de neconcordanță identificate de inspector în situația lor fiscală, fie că este vorba despre declarații fiscale eronate, diferențe de taxe neplătite la stat sau alte situații considerate problematice de inspectori.

Contribuabilii vor avea 30 de zile după primirea notificării să facă demersurile necesare pentru a-și revizui situația fiscală – să depună declarații dacă acestea lipsesc, să corecteze eventuale declarații depuse eronat sau să achite diferențele de taxe identificate de ANAF. După cele 30 de zile, inspectorul fiscal responsabil de caz reanalizează situația companiei notificate și, în funcție de demersurile făcute sau nu de contribuabil în această perioadă, decide dacă declanșează inspecția fiscală prin trimiterea unui aviz.

Aceste două tipuri de tehnici – verificarea documentară și

notificarea de conformare, presupun interacțiunea de la distanță cu companiile vizate, nefiind necesar decât un schimb electronic sau telefonic de informații.

Abia ulterior și numai în funcție de rezultate obținute în această primă etapă, ANAF merge mai departe și supune contribuabilii cu risc fiscal ridicat unor acțiuni propriu-zise de control fiscal, și anume: inspecția fiscală în cazul contribuabililor care urmare Notificării de Conformare, nu corectează și nu clarifică riscurile fiscale pentru care au fost notificați sau controlul antifraudă, în cazul contribuabililor pentru care există indicii de evaziune fiscală.

Datele despre acțiunile de control ale ANAF vor fi publice

În aceeași poziție oficială, publicată pe site-ul instituției, ministrul de Finanțe Marcel Boloș a explicat și că datele despre acțiunile de verificare derulate de ANAF vor fi făcute publice lunar: *„Am decis să avem raportări lunare care să reconfirme angajamentul ANAF față de impozitarea echitabilă și transparența fiscală. Punem accent pe colectarea veniturilor și diminuarea evaziunii fiscale, pentru a scoate la iveală tentativele de fraudă. Suntem angajați să oferim îndrumare contribuabililor pentru a rectifica orice discrepanțe, dar hotărâți să aplicăm legea și să accelerăm creșterea nivelului de colectare. Este un aspect de bun simț față de toți cei care își plătesc corect taxele, pentru a asigura finanţarea măsurilor economice şi sociale pentru protejarea cetăţenilor şi economiei. Vom continua să revizuim în mod activ procesele interne, vrem să adoptăm noi soluții digitale și să valorificăm mai bine analiza datelor, pentru a eficientiza inspecțiile, mai ales în zonele cu risc ridicat*”.

Cele mai recente date publicate de minister sunt cele pentru luna iunie, iar acestea arată că ANAF a emis peste 3.700 de notificări de conformare pentru riscuri fiscale totalizând aproximativ 284 milioane lei. De asemenea, în aceeași

perioadă, au fost efectuate peste 3.200 de acțiuni de control fiscal cu obligații fiscale suplimentare de aproape 1 miliard lei și aproape 2.000 de controale antifraudă cu implicații de 2,6 miliarde lei.

Ministerul Finanțelor subliniază că această procedură de control cascadată, armonizată cu tendințele internaționale, face parte dintr-un ansamblu mai larg de reforme fiscale, menite să modernizeze și să digitalizeze politica de administrare fiscală a companiilor, iar soluții precum raportarea electronică SAF-T, e-Transport și e-Factura vor permite un acces în timp real al inspectorilor fiscali la datele despre tranzacțiile economice derulate de companii, ceea ce ar trebui să contribuie substanțial la creșterea gradului de colectare a taxelor și reducerea evaziunii fiscale.

Taxa pe carbon intră în vigoare în toamna acestui an. Ce reguli a stabilit Comisia Europeană pentru importurile de produse din industrii intens poluante?

Autori:

- ***Mihai Petre, Director, Taxe indirecte, Comerț Internațional, EY România***
- ***Daniela Neagoe, Senior Manager, Taxe indirecte, Comerț***

Internațional, EY România

- ***Adriana Nedelescu, Senior Manager, Taxe indirecte, Comerț Internațional, EY România***

Pentru a-și păstra competitivi producătorii, dar și pentru a evita relocarea producției din Uniunea Europeană în țările terțe, Comisia Europeană introduce o taxă pe carbon aplicabilă importurilor de produse din industrii intens poluante, și anume pentru producătorii de ciment, fontă, fier și oțel, aluminiu, îngrășăminte, energie electrică și hidrogen, toate acestea fiind considerate „produse CBAM”[1].

În luna mai a acestui an, a fost publicat Regulamentul UE 956/2023 privind instituirea unui mecanism de ajustare a carbonului la frontieră, așa-numita «Taxă pe Carbon» (CBAM), aplicabilă de la 1 octombrie 2023. În baza acestui regulament, începând cu anul 2026, importatorii de produse CBAM vor trebui să achiziționeze „certificate CBAM” pentru a-și acoperi emisiile de carbon, la prețuri corespunzătoare prețului actual al carbonului din UE.

Care sunt explicațiile acestor norme și cum vor fi nevoite companiile să acționeze în perioada următoare?

Importatorii acestor produse CBAM vor trebui să se înregistreze fie individual, fie prin intermediul unui reprezentant (în cazul în care importatorul nu este stabilit într-un stat membru și declarația vamală este depusă prin reprezentare indirectă) la autoritățile naționale, de unde pot achiziționa și certificatele CBAM. Prețul certificatelor va fi calculat în funcție de prețul mediu săptămânal de licitație al certificatelor EU ETS[2], exprimat în EUR/tonă de CO2 emis.

Obligațiile prevăzute în perioada de tranziție

Din 1 octombrie 2023, până în 31 decembrie 2025, se derulează o perioadă de tranziție, în care importatorii vor avea numai obligații de raportare a emisiilor încorporate în produsele CBAM importate, fără obligația de plată a vreunei taxe.

Informațiile vor fi raportate de către declarantul autorizat în cadrul CBAM într-o bază de date electronică ce va fi pusă la dispoziția declaranților de către Comisia Europeană – Registrul Tranzitoriu CBAM. Prima raportare trebuie depusă până la 31 ianuarie 2024, pentru mărfurile importate în cel de-al patrulea trimestru al anului 2023.

În ceea ce privește penalitățile, sancțiunea pentru nerestituirea de către un declarant autorizat CBAM a certificatelor CBAM este identică cu sancțiunea prevăzută în Directiva de stabilire a unei scheme de comercializare a certificatelor de emisii de gaze cu efect de seră, conform regulilor aplicabile în anul respectiv. Cu toate acestea, în cazul în care mărfurile au fost introduse în UE de către o persoană neautorizată, cuantumul acestor penalități va fi de trei până la de cinci ori mai mare.

Pentru perioada de tranziție (1 octombrie 2023 – 31 decembrie 2025) a fost publicat, în data de 13 iunie 2023, pe website-ul CE, Proiectul de Regulament privind aplicarea Regulamentului (UE) 2023/956 privind instituirea unui mecanism de ajustare a carbonului la frontieră. Acesta este publicat pentru dezbatere publică, iar comentariile au fost acceptate până la data de 11 iulie 2023.

Printre cele mai importante prevederi ale proiectului de Regulament:

- obligațiile de raportare și informațiile solicitate de la importatorii UE de bunuri CBAM, precum și metodologia provizorie de calcul a emisiilor încorporate eliberate în timpul procesului de producție a mărfurilor CBAM;
- pe perioada de tranziție, declarantul are mai multe opțiuni pentru a calcula factorul de emisie ca alternativă la metodologia Comisiei Europene, cum ar fi: bazat pe valori implicite specifice (factorii de emisie de CO2 dintr-o țară terță) sau bazat pe date fiabile demonstrate de importator;

- valoarea penalizării, pentru fiecare tonă de emisii încorporate neraportate este între 10 EUR și 50 EUR pe tonă, în funcție de mai multe criterii (de ex., cantități neraportate).

Cum influențează toate acestea activitatea companiilor şi ce este bine de știut și de făcut, atât în perioada intermediară, cât şi din momentul implementării efective

Pentru importatorii de produse CBAM, se recomandă să se analizeze impactul acestor modificări asupra activității companiei și să se aibă în vedere următoarele acțiuni importante:

- colectarea datelor privind importurile UE de produse CBAM, începând cu ultimul trimestru din 2023;
- contactarea furnizorilor și solicitarea de informații referitoare la locurile de producție/fluxuri de producție/metode de calcul ale emisiilor incorporate;
- obținerea accesului la aplicația CBAM;
- implementarea unei proceduri interne pentru gestionarea conformității CBAM, inclusiv din punct de vedere al costurilor interne cu raportarea și ținerea evidențelor, calculul și documentarea emisiilor;
- întocmirea și transmiterea rapoartelor trimestriale.

Nu mai puțin important este să ca fiecare companie importatoare să analizeze proiectul de regulament pentru perioada tranzitorie, eventual să transmită întrebări pe marginea acestuia, pentru ca toate detaliile implementării regulamentului să fie clare.

[1] **CBAM** = *Carbon Border Adjustment Mechanism* – Mecanismul de ajustare la frontieră în funcție de carbon.

[2] EU ETS este un program de „plafonare și comercializare”. Numărul maxim anual de certificate disponibile („plafonul”) este definit prin legislație și se creează o piață pe care certificatele sunt cumpărate și vândute. Operatorii au

nevoie de un certificat pentru fiecare tonă de dioxid de carbon echivalent emis.