

Ai câștigat un premiu într-o campanie promoțională? Fii atent la obligațiile fiscale care însoțesc acest câștig

Autori:

- ***Claudia Sofianu, Liderul departamentului de Impozit pe venit și contribuții sociale, EY România***
- ***Cătălina Butan, Manager, Impozit pe venit și contribuții sociale, EY România***

Atragerea și fidelizarea clienților implică din partea comercianților strategii și campanii prin care oferă discounturi, adoptă operațiuni de tip *cashback* sau de „puncte bonus” în tot felul de aplicații create și lansate cu diverse ocazii. Foarte populare sunt și campaniile prin care se oferă premii la cumpărături de peste anumite praguri valorice. Obiectivul principal este acela de creștere a vânzărilor și fidelizare a clienților.

Premiile, ca valoare și formă materială, pun la grea încercare imaginația marketerilor din companii, începând cu voucherele pentru combustibil, excursii și sejururi oferite prin agenții de turism, cumpărături la magazine online sau chiar pentru servicii online de video streaming. Mai mult, cumpărătorii se pot înscrie și la loterie, unde câștigătorii se stabilesc prin tragere la sorți, iar premiile sunt chiar mai valoroase, comparativ cu o campanie obișnuită.

Obligațiile fiscale ce derivă din obținerea unor premii, indiferent de natura lor (în bani sau în obiecte), în astfel de campanii, sunt însă mai puțin cunoscute de către cumpărători. Este foarte important de menționat aici că aceștia pot avea anumite obligații fiscale, tocmai de aceea

prima regulă de urmat este să citească în detaliu regulamentul campaniei respective. În egală măsură, implicațiile fiscale pot apărea și la nivelul comercianților care organizează aceste campanii promoționale.

Astfel, în cazul acordării de către comerciant clienților săi a unor reduceri de preț, dar și a unor materiale publicitare, pliante, mostre și puncte bonus pentru stimularea vânzărilor, aceștia din urmă nu datorează taxe. Reducerile comerciale pot fi atât clasicele discount-uri, dar, în anumite cazuri, și operațiuni de tip cash back sau alte mecanisme similare, care au început să devină tot mai populare.

Cashback (n.n., din engl. *cash* = numerar, *back* = înapoi) este operațiunea prin care clientul primește bani înapoi, în cazul unei promoții sau unei campanii derulate de comerciant, de regulă un procent din suma cheltuită. Sunt două modalități prin care clientul beneficiază de această facilitate: fie prin reducerea operată instant, în momentul cumpărăturii, când obiectul respectiv este achiziționat cu o sumă mai mică față de cea afișată pe etichetă, fie prin acumularea banilor în contul de cumpărător al clientului, astfel încât să poată fi utilizați în viitor.

În substanță, din punct de vedere fiscal, operațiunea de *cashback* poate fi asimilată unei reduceri comerciale, pe de altă parte, ar putea fi considerată și premiu/venit din alte surse, dar aici depinde mult de cum este concepută și implementată fiecare campanie promoțională în parte.

Pe de altă parte, pentru premiile din concursuri și cele acordate pentru promovarea produselor sau serviciilor nu se datorează taxe, dacă valoarea premiului este mai mică de 600 lei. În cazul premiilor de peste 600 lei, organizatorul român al concursurilor/campaniilor trebuie să declare și să plătească un impozit de 10% la diferența dintre valoarea premiului și suma de 600 lei. În această situație, clientul nu datorează alte taxe și nu trebuie să raporteze la autoritățile

fiscale premiul obținut, întrucât vorbim despre o reținere la sursă a impozitului datorat.

Legislația privind practicile comerciale pentru promovarea produselor sau serviciilor este complexă. Este important ca aceste campanii să fie atent concepute, pentru a fi pe deplin conforme atât din punct de vedere legal, cât și fiscal, iar cumpărătorii să fie informați despre regimul taxelor și impozitelor datorate. În cazul în care campaniile nu respectă reglementările comerciale în vigoare, impozitul ce trebuie plătit de către organizator pentru premiul acordat ar putea fi de 10%, fără a se mai aplica plafonul neimpozabil de 600 lei. Mai mult, clientul poate, în unele cazuri, să datoreze separat și contribuția de asigurări sociale de sănătate pentru premiul obținut, plafonată însă, potrivit legii, la o anumită valoare.

Campaniile prin care sunt acordate premii cumpărătorilor sunt, de regulă, însoțite de regulamente. Acestea conțin și un capitol dedicat taxelor și impozitelor, unde sunt explicate responsabilitățile fiecărei părți. Cumpărătorul ar trebui să consulte aceste prevederi, înainte să se înscrie în campaniile promoționale, pentru a se proteja împotriva eventualelor încălcări din neștiință sau neinformare.

Nu mai puțin important de știut este faptul că, în cazul premiilor obținute în afara României, de la companii străine, obligația de calcul, declarare și plată a impozitului pentru premiile câștigate se transferă de la plătitor la beneficiarul rezident fiscal român. Premiile taxabile vor fi raportate la autorități, în acest caz, de către cumpărător/participant, prin intermediul declarației unice, cu termen pentru depunere până la data de 25 mai a anului următor celui în care a fost obținut premiul.

Noua Directivă UE privind sustenabilitatea („CSRD”) devine factor de schimbare

- **Directiva UE de raportare corporativă de sustenabilitate (CSRD) modifică actuala Directivă de raportare nefinanciară (NFRD).**
- **Domeniul de aplicare a Directivei este extins considerabil, pentru a se aplica unui număr mai mare de societăți europene și non-europene listate care operează pe piețele reglementate ale UE.**
- **Companiile vor trebui să raporteze în conformitate cu standardele obligatorii de raportare de sustenabilitate ale UE, având o asigurare externă a raportării de sustenabilitate.**
- **Companiile care fac deja obiectul NFRD vor trebui să se conformeze noilor modificări pentru anii fiscali ce încep la sau după 1 ianuarie 2024 (raportând în 2025 datele din 2024).**

Pe data de 10 noiembrie 2022, Parlamentul European a adoptat textul final al Directivei privind raportarea corporativă de sustenabilitate (CSRD), care va impune companiilor ce își desfășoară activitatea în Uniunea Europeană (UE) să facă publice informații și date referitoare la aspecte legate de mediu, social și guvernanță.

Se așteaptă ca, pe 28 noiembrie 2022, Consiliul Uniunii Europene să adopte propunerea, după care aceasta va fi semnată și publicată în Jurnalul Oficial al UE. Directiva va intra în vigoare în a 20-a zi de la publicare. Statele membre vor avea la dispoziție 18 luni pentru a o transpune în legislația națională.

Această decizie va face din UE liderul mondial în materie de

standarde de raportare privind sustenabilitatea, și va avea un impact asupra a aproximativ 50.000 de societăți la nivelul UE (față de 11.700 în prezent).

„Comaniile vor fi obligate să publice mai multe informații legate de sustenabilitate decât oricând, inclusiv informații despre modelele lor de afaceri, strategia și lanțurile de aprovizionare, punându-se un accent deosebit pe conectivitatea dintre declarațiile financiare și cele de sustenabilitate. În România, se preconizează că peste 6.000 de companii vor fi obligate în viitorul apropiat să raporteze informații privind sustenabilitatea, față de aproximativ 750 de companii în prezent. Conducerea acestor companii va trebui să facă schimbări semnificative în ceea ce privește modul în care pregătesc și prezintă informațiile de sustenabilitate, cum ar fi să se asigure că aplică o viziune prospectivă (obiective) și retrospectivă, luând în considerare atât impactul activităților companiei asupra mediului și societății, cât și impactul extern asupra procesului de creare de valoare al companiei (conceptul de «dublă materialitate»)”, spune Laura Vrînceanu (fostă Ciobanu), Senior Manager, Schimbări climatice și sustenabilitate, EY România.

Domeniul de aplicare a Directivei

Comaniile din UE

În primul rând, Directiva se aplică tuturor companiilor listate pe piețele reglementate din UE, cu excepția microîntreprinderilor listate. Întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri) listate au termen până la 1 ianuarie 2026 pentru a se conforma cerințelor de raportare, chiar dacă există o clauză de *opt-out* până în 2028. În al doilea rând, se aplică unei „întreprinderi mari” care este fie o societate din UE, fie o filială din UE a unei societăți din afara UE. O „întreprindere mare” este un termen definit în Directiva contabilă și înseamnă o entitate care depășește cel puțin două dintre următoarele criterii:

- cifră de afaceri netă mai mare de 40 de milioane de euro;
- total active mai mari de 20 de milioane de euro;
- 250 de angajați în medie pe parcursul exercițiului financiar.

Ca o a treia categorie, CSRD se aplică companiilor de asigurare și instituțiilor de credit, indiferent de forma lor juridică.

Există, de asemenea, derogări de la aplicarea CSRD. În special, o filială va fi scutită dacă societatea-mamă include filiala în raportul său care respectă CSRD. După cum s-a menționat mai sus, microîntreprinderile listate și IMM-urile nelistate nu intră în domeniul de aplicare, dar pot aplica dispozițiile pe bază voluntară.

Societăți din țări terțe

Societățile non-europene cu activitate substanțială pe piața UE (cifră de afaceri netă de peste 150 de milioane de euro în UE la nivel consolidat) și care au cel puțin o filială (mare sau listată) sau o sucursală (cifră de afaceri netă de peste 40 de milioane de euro) în UE au obligația de a elabora un raport de sustenabilitate la nivel consolidat al companiei finale din țara terță.

Comaniile deja vizate vor trebui să se conformeze normelor modificate începând cu 1 ianuarie 2024.

Normele vor începe să se aplice între 2024 și 2028:

- de la 1 ianuarie 2024: pentru marile întreprinderi (cu peste 500 de angajați) care fac deja obiectul Directivei privind Raportarea Nefinanciară (NFRD), cu rapoarte care trebuie prezentate în 2025;

- de la 1 ianuarie 2025: pentru marile societăți care nu fac în prezent obiectul NFRD (cu peste 250 de angajați și/sau cu o

cifră de afaceri de 40 de milioane de euro și/sau active totale de 20 de milioane de euro), rapoartele urmând să fie prezentate în 2026;

– de la 1 ianuarie 2026: pentru IMM-urile listate și alte întreprinderi, cu rapoarte care trebuie prezentate în 2027. IMM-urile pot opta pentru excludere până în 2028.

Ce vor trebui să facă companiile în practică

Furnizarea de informații suplimentare

Toate informațiile privind sustenabilitatea ar trebui să aplice o perspectivă prospectivă și retrospectivă și ar trebui să fie calitative și cantitative. De asemenea, ar trebui să aibă în vedere orizonturi pe termen scurt, mediu și lung și să ia în considerare întregul lanț valoric al companiei.

Raportare în conformitate cu noile standarde de raportare privind sustenabilitatea

Companiile vor utiliza noile standarde de raportare privind sustenabilitatea pentru a dezvălui informații în cadrul raportului administratorilor, oferind astfel utilizatorilor raportului o imagine integrată a impactului și performanțelor lor în ceea ce privește factorii de mediu, sociali, drepturile omului și guvernanță (ESG).

Se preconizează că, pe 22 noiembrie 2022, Grupul consultativ european pentru raportarea financiară (EFRAG) va publica primul set de standarde europene de raportare privind sustenabilitatea (ESRS), care va fi apoi adoptat de Comisie până în iunie 2023.

Pentru a respecta principiul proporționalității, Comisia Europeană va adopta standarde obligatorii de raportare de sustenabilitate pentru companiile mari și standarde separate, proporționale, pentru IMM-uri.

Utilizare etichetă digitală

Pentru ca informațiile lor privind sustenabilitatea să fie mai ușor de căutat de către utilizatori și mai ușor de citit de către computere, companiile vor fi obligate să își pregătească situațiile financiare și raportul administratorilor într-un singur format XHTML și să marcheze informațiile privind sustenabilitatea, etichetate în conformitate cu o taxonomie digitală.

Evoluția rolurilor comitetelor de audit și ale firmelor de audit

Comitetele de audit vor avea responsabilități sporite în conformitate cu noua directivă. Pe lângă monitorizarea procesului de raportare privind sustenabilitatea și prezentarea de recomandări pentru a asigura integritatea informațiilor privind sustenabilitatea furnizate de companie, acestea vor trebui:

- să monitorizeze eficacitatea sistemelor interne de control al calității și de gestionare a riscurilor și a funcțiilor de audit intern ale companiei;
- să monitorizeze misiunea de asigurare a raportării anuale și consolidate privind sustenabilitatea;
- să informeze organismele administrative sau de supraveghere ale societății cu privire la rezultatul asigurării rapoartelor de sustenabilitate;
- să examineze și să monitorizeze independența auditorilor statutari sau a firmelor de audit.

Rolul firmelor de audit

În conformitate cu CSRD, auditorul statutar al societății, un alt auditor (în funcție de opțiunea statului membru) sau un furnizor independent de servicii de audit (la alegerea statului membru) trebuie să ofere o asigurare limitată cu privire la informațiile privind sustenabilitatea raportate de

către o societate.

Există, de asemenea, opțiunea de a trece la o misiune de asigurare rezonabilă – nivelul de asigurare furnizat pentru informațiile financiare – într-o etapă ulterioară.

Studiu EY: Condițiile volatile accelerează piața mondială a energiei regenerabile

- SUA și China ocupă primele poziții în indexul energiilor regenerabile, pe fondul accelerării de către guverne a programelor în domeniu
- Maroc, Chile și Portugalia depășesc așteptările în noul index
- Acordurile de achiziție de energie ale companiilor rămân solide, în pofida prețurilor ridicate ale energiei și a volatilității pieței

Cel mai recent studiu [EY Renewable Energy Country Attractiveness Index \(RECAI 60\)](#) arată că guvernele din întreaga lume își accelerează programele de energie regenerabilă pentru a contribui la reducerea dependenței de energia importată, în contextul tensiunilor geopolitice și al incertitudinii economice continue. Lansat de Ziua Energiei, în cadrul COP27, RECAI 60 clasifică primele 40 de piețe din lume în funcție de atractivitatea investițiilor și a oportunităților de implementare în energie regenerabilă.

Punctele principale ale studiului

SUA își păstrează prima poziție, datorită Legii privind reducerea inflației, adoptată în august 2022, care este considerată un factor de schimbare a jocului pentru industria americană de hidrogen verde. Pe locul doi, China rămâne angajată în accelerarea tranziției sale în domeniul energiei regenerabile, în timp ce urmărește să reducă emisiile la un nivel maxim, până în 2030 și să atingă un nivel de emisii net zero până în 2060. Germania urcă un loc, până pe poziția a treia, deoarece se așteaptă ca sectorul energiilor regenerabile, stimulat de angajamentul asumat prin pachetul de Paște, să își tripleze expansiunea în decurs de un deceniu.

Marea Britanie, care a pierdut anul acesta prima poziție în topul capacității eoliene offshore instalate în favoarea Chinei, a coborât un loc, ajungând pe locul patru. Cu toate acestea, țara se poate lăuda cu o mare cantitate de energie eoliană offshore, care ocupă un loc important în strategia energetică a guvernului. Țările de Jos au intrat în top 10 al indicelui RECAI, datorită programului lor ambițios de energie curată, care include un obiectiv de 70GW de energie eoliană offshore până în 2050. O poziție notabilă ocupă Grecia, cu o performanță foarte bună, determinată de noile obiective de 15 GW de energie curată nouă până în 2030 și 2 GW de energie eoliană offshore în același interval de timp. Indonezia marchează o nouă intrare în top 40, ca urmare a adoptării unei legislații de încurajare a utilizării energiei regenerabile.

Mihai Drăghici, Director, Consultanță, EY România: *„România și-a păstrat poziția în top 30 Corporate Power Purchase Agreement (PPA) index, care acționează ca un indicator pentru potențialul PPA-urilor corporative la nivel de țară. Rezultatele au fost anunțate după o evaluare cuprinzătoare a 100 de piețe în funcție de 12 parametri cheie. Raportul reprezintă o recunoaștere a potențialului pieței locale pentru instrumentele PPA, care pot contribui la reducerea costurilor cu energia și la stabilitatea prețurilor pe termen lung pentru companiile mari consumatoare de energie, oferind în același*

timp contractele pe termen lung necesare dezvoltatorilor pentru a finanța noi investiții în surse regenerabile”.

Prezentarea primului clasament RECAI normalizat

RECAI utilizează diverse criterii pentru a compara atractivitatea piețelor de energie regenerabilă, cum ar fi amploarea proiectelor de dezvoltare, care reflectă dimensiunea absolută a oportunității de investiții în domeniul energiei regenerabile. Prin urmare, indicele avantajează în mod natural economiile mari. Această ediție include un nou indice unic ajustat, care ia în calcul produsul intern brut (PIB), prezentând astfel piețele care înregistrează performanțe peste așteptări raportat la PIB-ul lor.

Marocul (în clasamentul RECAI ajustat: 1, clasament RECAI: 19) se folosește de caracteristicile sale topografice pentru a introduce flexibilitate în sistemul său energetic, fiind de așteptat ca energia eoliană să depășească energia solară în următorul deceniu, iar energia hidroelectrică cu stocare prin pompare să fie dezvoltată în zonele sale muntoase. Între timp, hidrogenul verde este considerat un aspect esențial al decarbonizării în Chile (clasament RECAI ajustat: 5, clasament RECAI: 17), care speră să devină un exportator de top al acestui combustibil. Portugalia (clasament RECAI ajustat: 8, clasament RECAI: 25) este un bun exemplu al importanței angajamentului guvernamental în privința energiilor regenerabile.

Indicele PPA: în ciuda condițiilor actuale de pe piață, fundamentele rămân puternice pentru continuarea expansiunii pieței globale

Raportul evidențiază faptul că, după o perioadă prelungită de creștere exponențială – din cauza prețurilor record ale energiei electrice și a volatilității extreme a pieței – volumul de producție de energie electrică angajată prin intermediul acordurilor de achiziție de energie electrică

(PPA) corporative în 2022 va fi mai mic decât în 2021, deși se așteaptă să fie mai mare decât în 2020. Spania rămâne o piață de top a CAEE-urilor, reprezentând până în prezent aproximativ o treime din noua capacitate a CAEE-urilor din Europa în 2022. India sare în top zece în urma schimbărilor de politică energetică pentru a oferi mai multă flexibilitate și claritate pentru contractanți.

Consolidarea rezilienței energetice la nivel mondial

RECAI 60 evidențiază pe mai departe faptul că nevoia de reziliență energetică nu a fost niciodată mai urgentă. Intensificarea producției de energie din surse regenerabile, accelerarea diversificării energiei și creșterea stocării energiei sunt priorități la nivel mondial. Odată cu acestea, apare o altă propunere de testare: cum să accelerăm integrarea în rețele a unor cantități tot mai mari de energie regenerabilă.

Pentru top 40 RECAI, clasamentul RECAI ajustat și indicele PPA, precum și pentru o analiză a celor mai recente evoluții în domeniul energiei regenerabile din întreaga lume, vizitați ey.com/recai.

Studiu EY: Regândirea retailului auto pe măsură ce tinerii continuă să se îndepărteze de reprezentanțe

- 37% din Generația Z ar prefera să cumpere o mașină

online

- **66% din toate grupele de vârstă folosesc instrumente online pentru a cerceta oferta înainte de achiziție**
- **Concesionarul este în continuare important pentru majoritatea cumpărătorilor de mașini, dar este în curs o schimbare demografică**

Viitorul reprezentanțelor auto va avea nevoie de o re-proiectare digitală, pe măsură ce generațiile următoare se vor muta din ce în ce mai mult online, atunci când vine vorba de achiziționarea de vehicule.

Potrivit informațiilor din retail, rezultate din cel mai recent studiu [EY Mobility Consumer Index \(MCI\)](#), care a chestionat 13.000 de cumpărători de automobile din 18 țări, 37% dintre respondenții din Generația Z ar prefera să își cumpere vehiculul online. Doar 13% dintre baby-boomeri spun același lucru, iar procentul crește pentru fiecare generație, cu 20% pentru Generația X și 28% pentru mileniali.

Studiul arată, de asemenea, că instrumentele online de cercetare pentru achiziționarea unui vehicul reprezintă în momentul de față o parte esențială și în creștere a procesului de achiziție, 66% dintre toți cumpărătorii de automobile folosindu-le pentru a aduna informații despre achiziția lor (65% din Generația Z, 69% din mileniali, 66% din Generația X și 60% din baby boomeri).

Cristian Cârstoiu, Partener, Consultanță, Chief Innovation Officer, EY România: *„Odată cu accelerarea tendinței de achiziție online, observăm și schimbări în comportamentul clienților care țin de cumpărarea de obiecte mai personale, precum ceasuri, mașini sau case. Achiziția unei mașini implică mai multe etape, uneori împletind experiențele fizice cu cele online. Așteptarea de a avea experiențe digitale pentru tot ceea ce nu implică atingere fizică devine norma (acces omniprezent la date, la varianta digitală al mașinii și, în curând, plimbări cu mașina în metavers), iar dealerii care vor*

oferi acest lucru generației Z vor fi câștigătorii în noua arenă auto”.

În timp ce datele arată în continuare că mai mult de jumătate dintre cumpărători (57%) intenționează să își cumpere următoarea mașină de la un dealer, consumatorii sunt din ce în ce mai deschiși la utilizarea unor instrumente digitale rapide și convenabile pentru cel puțin o parte din procesul de achiziție. 63% dintre cumpărătorii de vehicule electrice (EV) spun că ar fi interesați să rezerve online un test drive și să calculeze prețul unei mașini noi (61%), de exemplu, în timp ce 52% ar folosi un configurator online pentru a explora specificațiile unei mașini.

Studiu EY: Organizațiile câștigă beneficii financiare neașteptate în urma inițiativelor climatice

- 70% din peste 500 de companii globale raportează un randament financiar mai mare decât se așteptau în urma inițiativelor climatice în beneficiul planetei.
- Aceste rezultate contrazic îngrijorările că acțiunile dedicate climei ar putea afecta performanța financiară, de care se tem o treime dintre companii.
- Majoritatea angajamentelor climatice nu merg suficient de departe sau de repede pentru a se alinia cu obiectivele Acordului de la Paris: mai puțin de jumătate dintre companii plănuiesc să reducă emisiile cu peste 45% sau au stabilit obiective până în 2030.

EY a publicat [2022 Sustainable Value Study](#) – realizat cu peste 500 de directori de sustenabilitate și echivalenți, care reprezintă companii cu o valoare de peste 1 miliard de USD din întreaga lume.

Sondajul relevă faptul că societățile care au luat măsuri decisive pentru climă au beneficiat de o valoare financiară neașteptată în creșterea veniturilor și a profiturilor. Șapte din 10 companii au spus că au înregistrat beneficii financiare care le-au depășit așteptările. Rezultatele studiului arată că acele companii care întreprind cele mai ambițioase acțiuni în domeniul climei înregistrează și cele mai mari beneficii financiare, având de 2,4 ori mai multe șanse de a obține un randament financiar semnificativ mai mare decât se așteptau.

Companiile care adoptă cele mai îndrăznețe măsuri înregistrează, de asemenea, beneficii pozitive neașteptate în domenii precum păstrarea personalului, recrutarea, percepția brandului și comportamentul de cumpărare al clienților.

Aceste dovezi contrazic temerile multor companii că acțiunile pentru climă le-ar putea afecta performanța financiară. Studiul EY arată că aceste temeri constituie una dintre cele mai importante bariere care împiedică companiile să întreprindă acțiuni suplimentare în domeniul climei. Un procent de 36% dintre participanții la studiu au spus că au fost îngrijorați că aceste acțiuni vor avea un impact negativ asupra performanței financiare a companiei și că le vor reduce capacitatea competitivă pe piață pe termen scurt.

Aceste rezultate sunt de natură să le dea încredere acelor companiilor care nu au anunțat încă planuri ambițioase privind schimbările climatice, prin faptul că se obțin avantaje financiare. Este o situație avantajoasă atât pentru mediul de afaceri, cât și pentru sustenabilitatea globală, care este din ce în ce mai critică, deoarece acțiunile pe care le întreprind companiile acum nu vor merge suficient de departe sau de repede pentru a satisface nevoile planetei, raportat la

obiectivele stabilite prin Acordul de la Paris.

Un procent de 93% dintre companiile intervievate și-au luat un angajament public privind schimbările climatice, dar puțin peste o treime (35%) au un angajament pentru 2030 și mai puțin de jumătate (42%) intenționează să reducă emisiile cu 45% sau mai mult – o reducere de 45% până în 2030 fiind ținta globală stabilită prin Acordul de la Paris, pentru a menține creșterea temperaturii globale în limitele de 1,5°C și 2°C. Doar 11% dintre companiile respondente și-au luat un angajament de zero net.

Massimo Bettanin, Partener, Schimbări climatice și sustenabilitate: „Principala concluzie a ultimului sondaj EY ar putea părea surprinzătoare, deoarece adesea se consideră că acțiunile de combatere a schimbărilor climatice afectează negativ performanța financiară a companiilor. Dimpotrivă, există o serie de factori care au legătură cu sustenabilitatea și care, dacă sunt bine abordați, pot duce la crearea de valoare. Un rezultat comun al unei strategii solide de sustenabilitate este reducerea costurilor care rezultă din eficiența energetică și a resurselor, minimizarea deșeurilor și reformularea produselor, aspecte deosebit de relevante pentru acele organizații care au un consum intensiv de energie și/sau resurse. În egală măsură, înțelegerea și abordarea cererii și așteptărilor emergente ale clienților pot debloca noi oportunități de piață și pot crește vânzările și veniturile – sau le pot menține. O propunere solidă de sustenabilitate ajută, de obicei, întreprinderea să înțeleagă și să anticipeze mai bine reglementările în evoluție rapidă, preferințele clienților și riscurile fizice și, apoi, să aloce capitalul către oportunități mai promițătoare și mai profitabile pe termen lung. Prin urmare, nu ar trebui să fie o surpriză faptul că întreprinderile care sunt inovative și care integrează pe deplin «sustenabilitatea» în strategia lor de identificare a oportunităților și de atenuare a riscurilor au o pârghie mai bună pentru a obține performanțe financiare

superioare acum și în viitor“.

Studiu EY & Oxford: Factorul uman determinant pentru succesul transformării organizaționale

Peste 50% dintre cele mai mari companii din lume (parte din top Forbes Global 2.000) au bugetat investiții cu 20% mai mari pentru programe de transformare organizațională în următorii trei ani și 85% dintre lideri au trecut prin cel puțin două procese de transformare organizațională în ultimii ani, arată rezultatele studiului [Transformation Leadership: Humans@Center](#), derulat de EY în colaborare cu Universitatea Oxford – Saïd Business School, care a inclus interviuri cu peste 1.000 de executivi de top din 23 de țări.

„Gândindu-ne doar la schimbările alerte prin care am trecut în ultimii ani și la planurile de viitor ale celor mai mari companii din lume, abilitatea de a se transforma cu succes se dovedește a fi esențială pentru fiecare organizație și o condiție pentru durabilitate și creștere. Pe de altă parte, conform studiului derulat de EY și Universitatea Oxford, două treimi din executivii intervievați au declarat că au experimentat cel puțin o transformare organizațională nereușită, programul neatingându-și obiectivele stabilite. Pare, așadar, că ne confruntăm cu un paradox al transformării organizaționale, în care schimbarea devine o nouă normalitate și abilitățile organizaționale în acest domeniu se dovedesc a fi esențiale, în timp ce istoricul transformărilor anterioare

nu asigură premise optimiste pentru viitor”, menționează **Claudia Sofianu, Partener – People Advisory Services, EY România.**

Conform studiului, soluția pentru gestionarea acestui paradox al transformării organizaționale constă în plasarea factorului uman în centrul proceselor, într-o măsură mai mare decât până acum. Studiul relevă faptul că factorul uman este critic, deoarece angajații și liderii din organizațiile care trec prin transformări au de parcurs o adevărată călătorie cu o puternică valență emoțională în tot acest timp.

În mod obișnuit, la începutul unui proces de transformare, liderii și angajații pornesc cu o stare emoțională pozitivă, caracterizată prin curiozitate, interes și entuziasm.

În transformările reușite, liderii investesc încă de la început timp și efort pentru a asigura mecanismele de suport pentru angajați, atât la nivel rațional (de exemplu, stabilirea și comunicarea procesului, a indicatorilor de succes, a resurselor necesare etc.), cât și la nivel emoțional (de exemplu, prin formularea scopului și implementarea unor mecanisme de gestionare a îngrijorărilor, întrebărilor angajaților). Pe măsură ce procesul de transformare progresează, deși presiunea și stresul cresc, acestea capătă valențe motivatoare pentru angajați, susțin ritmul accelerat de învățare și de performanță al oamenilor, pentru ca la final, transformarea să energizeze întreaga organizație. Iar acest deznodământ se datorează mecanismelor de suport rațional și emoțional implementate în debutul transformării.

Într-o transformare nereușită, procesul începe de la aceeași stare emoțională pozitivă. Din cauza investiției insuficiente în construirea mecanismelor raționale și emoționale de suport pentru angajați, stresul și presiunea inerente sunt potențate de emoții negative: nesiguranță, impredictibilitate, nervozitate, copleșire. Astfel, liderii se detașează de transformarea în curs, angajații își pierd încrederea în

proces, iar transformarea nu își îndeplinește obiectivele. Mai mult decât atât, o astfel de transformare are efecte pe termen lung: angajații asociază schimbările organizaționale cu reducerea de personal, amenințarea securității postului, astfel că schimbările viitoare sunt respinse.

Așadar, modul în care organizațiile acompaniază angajații în călătoria lor emoțională pe parcursul unui proces de transformare se dovedește esențial pentru succesul acestuia. Mai mult decât atât, pornind de la răspunsurile participanților la studiu și folosind modele avansate de analiză statistică, sunt evidențiați 6 factori de succes în această acompaniere:

- 1. Inspirația pe care liderii o transmit angajaților cu privire la nevoia de transformare.** În termeni practici, această inspirație este transmisă prin definirea și formularea răspunsului la întrebarea „De ce este nevoie să (ne) schimbăm?”. Cum este în natura noastră umană să ne conservăm confortul obișnuinței, cantitatea efortului pe care oamenii îl vor depune în procesul de transformare este direct proporțională cu calitatea răspunsului la această întrebare. Astfel, devine esențial ca răspunsul la această întrebare să fie clar, relevant deopotrivă pentru lideri și angajați și cât mai aliniat cu valorile organizației și cele individuale.
- 2. Grija, suportul emoțional pe parcursul transformării.** În termeni practici, acestea sunt manifestate prin stabilirea și comunicarea, în avans, a așteptărilor de la fiecare lider și de la fiecare angajat în contextul transformării și prin crearea unor mecanisme de comunicare prin care angajații și liderii își pot exprima opiniile, îngrijorările, nevoile etc. (de exemplu, discuții individuale sau discuții la nivel de echipă moderate de specialiști).
- 3. Utilizarea tehnologiei pentru a asigura ritmul adecvat al transformării.** Cu cât schimbarea durează mai mult sau

ritmul devine mai lent, cu atât se pierde entuziasmul și disponibilitatea angajaților pentru efort. Astfel, utilizarea tehnologiei devine o soluție pentru a asigura parcurgerea etapelor transformării cu agilitate. În același timp, este important ca liderii organizaționali să conștientizeze și să gestioneze corespunzător provocările generate de tehnologie: impactul emoțional asupra angajaților (fiind de cele mai multe ori asociată cu reduceri de personal) și nevoia de a investi în dezvoltarea abilităților necesare angajaților pentru a o utiliza.

4. **Claritatea rolurilor, a responsabilităților și a proceselor de lucru**, precum și modul în care acestea au fost definite, astfel încât să responsabilizeze angajații. Din punct de vedere practic, acest obiectiv poate fi îndeplinit prin implicarea activă a angajaților în designul noii realități.
5. **Abilitățile liderilor organizației de a lua decizii (inclusiv pe baza inputurilor membrilor echipei) și de a-și conduce echipele prin etapele și componentele transformării.** O companie, un departament, o echipă nu se pot schimba, dacă liderii lor nu sunt dispuși să se schimbe. Mai mult, comportamentele care exprimă curaj și disponibilitate de a lua decizii benefice pentru toți, curiozitatea față de opiniile celor din jur (inclusiv ale angajaților noi) și grija față de provocările prin care trec oamenii sunt specifice liderilor care au avut performanțe bune în procesele de transformare.
6. **Cultura organizațională bazată pe colaborare, pe încurajarea ideilor noi și pe noi paradigme și moduri de lucru.** Colaborarea asigură suportul emoțional necesar pentru perioade dificile, iar într-un context de transformare organizațională, aceasta dobândește două valențe: colaborarea dintre angajați și organizație, în ansamblu (asigurată prin consultarea sau, acolo unde este posibil, responsabilizarea oamenilor privind redesignul propriei munci) și colaborarea între echipe

(asigurată prin implicarea mai multor echipe în designul soluțiilor vizate de transformare).

Factorii de succes ai unei transformări organizaționale pun, așadar, în centrul lor factorul uman, dintr-o perspectivă rațională (de exemplu, utilizarea tehnologiei sau claritatea rolurilor) sau dintr-o perspectivă emoțională (de exemplu, grija/suportul emoțional, inspirația transmisă de lideri).

„Este esențial ca fiecare proces de transformare – indiferent de scop și specific să aibă în centrul său angajatul, pe lângă componenta tehnică – ce anume se schimbă și cum. Din experiența noastră practică în proiecte ample de transformare organizațională, acest lucru presupune o schimbare esențială a modului în care organizațiile obișnuiau să se schimbe, începând și învățând, în primul rând, să se raporteze la oameni nu ca la un «stream» al planului de proiect, ci ca la punctul focal al transformării vizate. Iar aceasta pentru că oamenii, angajații, sunt cei de la care compania așteaptă adoptarea rezultatului oricărei transformări organizaționale”, menționează **Nicoleta Dumitru, Manager Senior People Advisory Services – EY România.**

ANAF obligată la despăgubiri pentru blocarea nelegală a contului bancar al contribuabilului

Avocații de la **Băncilă, Diaconu și Asociații (BDA)**, casă de avocatură asociată **EY România**, au reușit o victorie importantă asupra autorităților fiscale, instanțele

România: randamentele așteptate de investitori au continuat tendința de creștere, însă cu un avans mai temperat

- Pentru marea majoritate a industriilor analizate, randamentele s-au menținut pe tendința de creștere observată încă de la mijlocul anului trecut și au înregistrat noi valori maxime

Costul capitalului a continuat o tendință crescătoare în cel de-al treilea trimestru al anului curent, conturată încă din a doua parte a anului 2021, conform analizei sectoriale EY România.

Din perspectiva evoluțiilor față de aceeași perioadă a anului trecut, cele mai mari creșteri ale costului capitalului s-au înregistrat la nivelul sectorului de servicii medicale (+7,5 p.p.) și cel al proprietăților imobiliare (+6,3 p.p.). Excepții notabile fac sectorul materiilor prime și cel al serviciilor financiare, unde scăderile de randament comparativ cu trimestrul al doilea al anului curent sunt de 1,5 p.p. (puncte procentuale), respectiv 3,2 p.p. O evoluție trimestrială negativă a fost înregistrată și în cazul bunurilor de larg consum (-0,1 p.p. față de trimestrul anterior), consemnată după o creștere solidă în trimestrele anterioare.

În prezent, climatul investițional este semnificativ influențat de presiunile inflaționiste, pe fondul creșterii continue a prețurilor cu energia și materiile prime, generate în principal ca urmare a invaziei militare declanșate de Rusia

în Ucraina, eveniment ce a avut impact direct asupra lanțurilor de aprovizionare și producție. Coroborând aceste aspecte cu înăsprirea curentă a politicilor monetare de către băncile centrale și tendința de menținere a conduitei de creștere a dobânzilor de politică monetară și în viitorul apropiat, se observă că balanța înclină tot mai mult spre o încetinire a creșterii economice la nivel global pentru perioada următoare.

Totuși, chiar dacă efectele evenimentelor recente asupra lanțurilor de aprovizionare sunt resimțite încă puternic și afectează activitatea economică, presiunea începe să se atenueze, prin diminuarea impactului constrângerilor privind producția și activitatea economică. În acest sens, pentru trimestrul al treilea s-a înregistrat o creștere a randamentului așteptat de investitori în sectorul produselor industriale (comparativ cu scăderea înregistrată în trimestrul al doilea, față de primul trimestrul al anului curent). În plus, pe fondul creșterilor temerilor statelor europene în ceea ce privește securitatea energetică, Uniunea Europeană își focalizează tot mai mult atenția asupra eforturilor de sprijinire a tranziției către economia verde, prin sprijinirea investițiilor sustenabile și încurajarea raportărilor non-financiare de către companii, cu precădere în domeniul ESG (*environment, social, governance*) și al finanțărilor de tipul „obligațiunilor verzi” (*green bonds*).

„Contextul macroeconomic și geopolitic a determinat continuarea tendinței de creștere a randamentelor așteptate de investitori, conturată încă de anul trecut. Un astfel de mediu are însă potențialul să genereze și fructificarea de oportunități, cu perspective pe termen mediu și lung, cum ar fi atragerea fondurilor nerambursabile și investiții în proiectele de sustenabilitate cu impact cumulat la nivelul comunităților și al societății în ansamblul său. Exceptând sectorul bunurilor de larg consum, al materiilor prime și cel al serviciilor financiare, toate celelalte sectoare analizate

au continuat să înregistreze creșteri ale costului capitalului și în acest trimestru, ajungând la un maxim al perioadei de 7 ani analizate”, declară **Ileana Guțu, Partener și Coordonator al departamentului de Evaluare, modelare financiară și analize economice, EY România.**

La finalul trimestrului al treilea, se constată menținerea tendinței din trimestrul anterior, respectiv înregistrarea celor mai scăzute randamente la nivelul sectoarelor de telecomunicații și tehnologia informației, în timp ce sectorul proprietăților imobiliare se află, din nou, la nivel maxim.

În trimestrul trei al anului curent, costul capitalului propriu a depășit pragul psihologic de 10% pentru toate sectoarele analizate, marcând astfel o nouă etapă din perspectiva apetitului investitorilor.

Analiza se bazează pe datele financiare disponibile la sfârșitul celui de-al treilea trimestru (T3) al anului 2022, publicate de companiile listate din 10 sectoare: bunuri de consum și de larg consum, energie, servicii financiare, servicii medicale, produse industriale, tehnologia informației, materii prime, proprietăți imobiliare și servicii de telecomunicații.

- **Majoritatea multiplicatorilor financiari au consemnat o tendință de scădere, fiind angrenate chiar și sectoarele care au înregistrat creșteri semnificative în perioadele anterioare**

Pe fondul temperării estimărilor pentru perioada următoare, generate de contextul macroeconomic și geopolitic, multiplicatorii aferenți sectorului de proprietăți imobiliare, respectiv materii prime (care au înregistrat anterior creșteri), se alătură tendinței generale de scădere. Valorile aferente multiplicatorilor au fost influențate inclusiv de evoluția pieței bursiere care a consemnat o scădere în ultimul an a principalilor indici la nivel global, piața din România

urmând același trend.

Coroborat cu estimările sumbre în ceea ce privește nivelul ridicat al inflației și scenariul politicilor monetare agresive, sectorul proprietăților imobiliare a suferit cea mai mare scădere a multiplicatorului EBITDA (cu 5,1x), ajungând la cel mai scăzut nivel din ultimii 7 ani (11,9x), urmat de cel al serviciilor financiare (scădere cu 3,7x), și el la minimul aceleiași perioade. Aceste evoluții pot determina reminiscențe din perspectiva sectoarelor care au fost cele mai afectate ca urmare a crizei financiare mondiale din anul 2008, impunându-se astfel o atenție sporită asupra acestora în perioada următoare, precum și asupra potențialului impact cumulat la nivelul celorlalte sectoare.

Singurele sectoare care nu au înregistrat stagnări trimestriale sau evoluții negative din perspectiva multiplicatorului EBITDA sunt cel al telecomunicațiilor (creștere cu 0,3x, la nivelul de 9,4x) și al bunurilor de larg consum (creștere cu 0,3x, la nivelul de 11,4x).

„În ciuda scăderii produsului intern brut al României, consemnată în prima parte a anului curent, previziunile privind creșterea economică pentru anul 2022 au fost îmbunătățite cu 0,6 p.p. (de la 2,9%, la 3,5%), pe fondul evoluțiilor peste așteptări în sectoare precum cel al transporturilor, serviciilor informatice, serviciilor pentru întreprinderi, precum și a accelerării creșterii activității în construcții în cel de-al doilea semestru al anului curent. Acestea au fost stimulate și de măsurile privind implementarea PNRR, cât și de programele privind ajutoarele de stat. Totuși, chiar dacă estimările privind evoluția economiei pentru perioada următoare sunt revizuite în creștere, potențialul economic este frânat de presiunile inflaționiste și contracția sectorului industrial în Europa, pe fondul disruptiv al problemelor aferente lanțurilor de aprovizionare și creșterii prețurilor la energie”, declară **Ileana Guțu, Partener și Coordonator al departamentului de Evaluare, modelare**

financiară și analize economice, EY România.

Instrumentul de analiză sectorială este dezvoltat de Echipa de evaluare, analiză economică și modelare financiară (*Valuation, Modelling and Economics – VME*) din cadrul departamentului de Strategie și Tranzacții al EY România, iar analiza sectorială poate fi accesată în secțiunea site-ului EY [„Valuation Insights”/„Perspective de Evaluare”](#), baza de date fiind actualizată trimestrial.

Noi reguli: încadrarea în muncă și detașarea străinilor în România

Autori:

- ***Cosmin Ștefănescu, Managing Partner, Duncea, Ștefănescu & Associates***
- ***Florina Voicu, Associate, Duncea, Ștefănescu & Associates***

În Monitorul Oficial al României nr. 1049 din 28 octombrie 2022 a fost publicată Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 143/2022 pentru modificarea art. 17 din Ordonanța Guvernului nr. 25/2014 privind încadrarea în muncă și detașarea străinilor pe teritoriul României și pentru modificarea și completarea unor acte normative privind regimul străinilor în România („OUG 143/2022”).

Modificările aduse art. 17 din OG 25/2014 vizează condițiile în care un lucrător străin, cu excepția lucrătorilor sezonieri, poate ocupa un nou loc de muncă, (i) la același angajator sau

(ii) la alt angajator, pe perioada de valabilitate a permisului unic ori a Cărții albastre a Uniunii Europene.

I. Eliberarea unui aviz de muncă la același angajator. Condiții

În cazul în care lucrătorul străin schimbă locul de muncă, dar rămâne la același angajator care a obținut avizul de angajare inițial, pentru eliberarea noului aviz angajatorul este scutit de la îndeplinirea anumitor condițiilor generale și, după caz, anumitor condiții speciale ce trebuie, de regulă, îndeplinite pentru eliberarea unui astfel de document în cazul lucrătorilor permanenți sau stagiați.

Într-o atare situație, angajatorul nu mai trebuie să dovedească următoarele:

- faptul că a achitat obligațiile către bugetul de stat pe ultimul trimestru, anterior depunerii cererii;
- faptul că a depus diligențe pentru ocuparea locului de muncă vacant de către un cetățean român, de către un cetățean al unui alt stat membru al Uniunii Europene sau al Spațiului Economic European, de către un cetățean al Confederației Elvețiene sau de către un străin titular al dreptului de ședere pe termen lung pe teritoriul României;
- faptul că contingentul anual pe tipuri de lucrători nou admiși pe piața forței de muncă nu trebuie să fi fost epuizat ori
- faptul că lucrătorul străin:

(a) posedă un document valabil de trecere a frontierei de stat, care este acceptat de statul român;

(b) pe numele acestuia nu sunt introduse semnalări în Sistemul informatic național de semnalări în scopul refuzului intrării pe teritoriul statului român sau privind refuzul eliberării vizei în Sistemul informatic integrat pe probleme de migrație, azil și vize;

(c) nu este semnalat de autoritățile competente că prezintă un pericol pentru apărarea și securitatea națională, ordinea și sănătatea publică;

(d) nu este semnalizat de organizații internaționale la care România este parte, precum și de instituții specializate în combaterea terorismului că finanțează, pregătește, sprijină în orice mod sau comit acte de terorism, nu există indicii că face parte din grupuri infracționale organizate cu caracter transnațional sau că sprijină în orice mod activitatea acestor grupuri, respectiv nu există motive serioase să se considere că a săvârșit sau a participat la săvârșirea unor infracțiuni contra păcii și omenirii ori a unor crime de război sau crime contra umanității, prevăzute în convențiile internaționale la care România este parte.



II. Eliberarea unui aviz de muncă la alt angajator. Condiții

În cazul în care lucrătorul străin schimbă atât locul de muncă, cât și angajatorul, pentru obținerea unui nou aviz de angajare noul angajator trebuie să îndeplinească toate condițiile generale sau speciale, după caz, prevăzute de OG 25/2014.

Oricând pe perioada de valabilitate a permisului unic ori a Cărții albastre a Uniunii Europene, un lucrător străin, care a încheiat și înregistrat un contract individual de muncă cu angajatorul anterior de mai puțin de un an, va putea ocupa un nou loc de muncă la un alt angajator doar în baza acordului scris exprimat de angajatorul inițial.

Documentul trebuie depus de noul angajator la Inspectoratul General pentru Imigrări. Aceste prevederi nu se aplică în cazul în care încetarea contractului individual de muncă a intervenit (i) din inițiativa angajatorului anterior sau (ii) ca urmare a acordului părților ori (iii) prin demisia străinului.

Intrare în vigoare

Modificările aduse de OUG 143/2022 au intrat în vigoare începând cu data de 28 octombrie 2022.

Sondaj EY România: Controalele fiscale – unde se termină normalitatea și unde începe abuzul?

Aproximativ 70% dintre contribuabilii chestionați în cadrul unui sondaj EY România despre controalele fiscale se plâng de volumul mare de documente solicitat de către inspectori și peste 57% consideră că acestea nu sunt analizate cu atenția necesară. Acest sondaj realizat de EY România a inclus 75% mari contribuabili, 15% contribuabili mijlocii și 10% contribuabili mici.

Controlul fiscal în România rămâne o temă de mare actualitate oricând. Anunțat sau nu, mai rar sau frecvent, cu o tematică anume sau fără, procedură de altfel absolut necesară și obligatorie în orice sistem fiscal, rămâne o „sperietoare” pentru contribuabil.

Motivul este simplu și ține de premisa de la care pornesc autoritățile de control în verificarea contribuabilului român: este imposibil ca toate documentele, înregistrările, încasările și plățile acestuia să fie corecte, astfel că este inevitabilă impunerea de taxe și impozite suplimentare.

De-a lungul timpului, contribuabilii români s-au confruntat cu

fel și fel de situații, generic denumite „nereguli de procedură”, atunci când au trecut prin controalele ANAF. De la neavizarea unei activități de inspecție fiscală, la suspendarea repetată a controlului și de la necomunicarea delegării de competență, la neacordarea unui termen rezonabil pentru a pregăti discuția finală, fiecare s-a confruntat cu o situație sau alta, ori chiar cu mai multe în același timp.

Sub imperiul actualului Cod de procedură fiscală – în vigoare din 1 ianuarie 2016 –, asemenea nereguli nu au încetat să apară, deși poate mai puțin frecvent și sub alte forme, unele dintre acestea chiar surprinzătoare.

Sondajul și-a propus să identifice aspectele activității de inspecție fiscală ce creează probleme și nemulțumiri contribuabililor. Cu alte cuvinte, ce elemente din actul de control îi stresează pe aceștia și cum ar putea autoritățile fiscale să ducă la un nivel superior calitatea activității de control a creanțelor fiscale.

Sondajul a identificat o serie de vicii care au dus, de altfel, la erodarea încrederii contribuabilului român în buna-credință a inspectorilor ce desfășoară activitatea de control.

Rea-credință din partea autorităților. Faptul că, în aproape 40% dintre cazuri, contribuabilii au avut inspecții începute în luna decembrie, fără nicio intenție reală din partea inspectorilor de a desfășura realmente activitatea de control. Practic, după o primă vizită, aceștia au revenit abia în anul următor, în ianuarie sau chiar mai târziu, singurul motiv pentru începerea controlului fiind acela de a nu se prescrie dreptul de a stabili creanțe fiscale pentru o anumă perioadă.

Nerespectarea termenului de preaviz. În aproape 20% dintre cazuri, acest termen nu a fost respectat de către autoritățile de control ceea ce creează, din start, animozități între inspectorii și contribuabilul care, neavând la dispoziție acest termen pentru a se pregăti (a strânge documentele și

informațiile pentru control), este supus presiunii de a furniza rapid ce documente și informații îi sunt solicitate de inspectorii.

Faptul că, în aproape 40% dintre cazuri, inspectorii nu au prezentat legitimația, ordinul de serviciu și/sau actul de delegare de competență, iar atunci când le-au prezentat, 43% dintre aceștia, nu au permis contribuabilului să le facă copii – acest lucru denotă neîncredere și generează suspiciuni, afectând relația dintre contribuabil și inspector.

Un alt aspect grav identificat de sondaj este că, în 38% dintre cazuri, nu s-a permis contribuabililor să fie însoțiți de consultanți fiscali externi, iar în 44% dintre cazuri nu li s-a permis să aducă avocați la discuțiile cu echipa de inspecție. În Codul de procedură fiscală este prevăzut expres dreptul contribuabilului de a beneficia de asistență de specialitate, prin urmare, încălcarea acestui drept, cu bună știință, aduce evident atingere dreptului de apărare. De multe ori, conform răspunsurilor la întrebările din sondaj, inspectorii fiscali s-au declarat surprinși neplăcut sau chiar furioși de intenția contribuabilului de a veni însoțiți de consultanți externi sau cu avocați.

În 24% dintre cazuri, echipa de inspecție nu a ținut cont de rezultatele din controlul sau controalele anterioare și nici nu au argumentat de ce nu fac acest lucru, deși prin Codul de procedură inspectorii fiscali sunt obligați să țină cont de rezultatele anterioare, iar, în caz contrar, să argumenteze de ce nu se conformează acestei obligații.

În 75% dintre inspecții, deși a fost vorba despre un control prin sondaj (nu se verifică toate operațiunile și documentele contribuabilului), inspectorii nu au stabilit împreună cu contribuabilul un prag de semnificație pentru tranzacțiile ce urmau să fie analizate – spre exemplu, stabilirea ca verificarea să se efectueze asupra operațiunilor mai mari de o anumită valoare. Astfel, desfășurarea inspecției este

îngreunată și se pierde timp cu investigarea unor aspecte ce pot fi nerelevante.

Majoritatea contribuabililor (aproape 70% dintre cei întrebați) se plâng de volumul de documente solicitat de către inspectorii și li se pare că oricum nu sunt analizate cu atenția necesară (peste 57%). Este evident că aici lipsește o procedură agreată, pentru a stabili ce tranzacții să fie verificate, astfel că se merge haotic, în toate direcțiile, până se găsește ceva, se cer multe documente pentru orice fel de tranzacție, ceea ce este extrem de împovăraător și cronofag.

Rezultatele sondajului relevă clar și problema documentelor netraduse – în 74% dintre cazuri inspectorii nu au acceptat documente în alte limbi decât limba română. Este adevărat că legea (Codul de procedură fiscală) prevede că limba oficială este româna, dar inspectorii ar putea accepta, în cazul în care cunosc limba străină respectivă, să se uite mai întâi la documentele respective, cel puțin la aspectele care contează în tema de control, iar dacă este cu adevărat nevoie, contribuabilul să le traducă. În caz contrar, se pierde timp și se cheltuiesc bani cu traducerea unor documente sau informații ce se dovedesc, în final, nerelevante ori, mai rău, nici nu sunt luate în seamă de echipa de inspecție.

Alte aspecte care au rezultat din sondaj:

- în 37% dintre cazuri, contribuabilii consideră că inspecția a fost suspendată nejustificat de către inspectorii;
- în 24% dintre cazuri, inspecția a fost suspendată pentru ca inspectorii să analizeze dosarul prețurilor de transfer, ceea ce este nelegal, pentru că analiza respectivă nu se poate face decât în timp ce inspecția se află în desfășurare;
- în 24% dintre cazuri, inspecția a fost suspendată după împlinirea termenului maxim de desfășurare a inspecției, ceea ce din nou nu este legal deoarece suspendarea poate

interveni doar în timp ce inspecția se află în desfășurare, nu după ce ea ar trebui să înceteze;

- în 50% dintre cazuri, contribuabilii au semnalat că activitatea de inspecție nu a fost reluată imediat, ci după o perioadă de timp, ceea ce a prelungit nejustificat durata controlului. În practică, inspecția durează extrem de mult – deși termenul maxim este de 180 de zile, 47% dintre contribuabili susțin că inspecția asupra lor a durat 1-2 ani, ceea ce le afectează activitatea economică, întrucât sunt nevoiți să fie permanent la dispoziția inspectorilor.

Un alt aspect îngrijorător este că 25% dintre contribuabili afirmă că li s-au cerut documente și informații de către echipa de inspecție în timp ce controlul era suspendat, deși legea o interzice.

În aproape jumătate dintre cazuri (46%), nu s-a ținut cont de jurisprudența națională sau europeană, în general cu motivarea că nu este vorba despre spețe identice, iar în peste jumătate (52%) dintre cazuri, discuția finală a fost doar o formalitate și nu a existat un dialog adevărat cu echipa de control, ci doar un monolog al acesteia – și asta doar atunci când există, deoarece în multe cazuri doar se face referire la faptul că deja contribuabilul a văzut concluziile controlului, întrucât a avut timp să citească proiectul de raport de inspecție.

Nu în ultimul rând, în 73% dintre cazuri, deși contribuabilul a depus un punct de vedere, concluziile expuse în proiectul de raport de inspecție au rămas neschimbate. Cu alte cuvinte, și de această dată se dovedește că punctul de vedere exprimat de contribuabil la finalul actului de control este doar o formalitate, inutil, la fel ca discuția finală, întrucât aproape niciodată nu se ține cont de acesta.

„Este evident că ceva trebuie să se schimbe radical în sistemul de control din România, ca mentalitate și unghi de abordare a contribuabilului de către autoritățile române, la

care să se adauge componenta de prevenție, educație și sfat, pentru ca acesta să știe, pe viitor, cum să se conformeze regulilor fiscale. Exemple ca Germania, UK, țările nordice, dar și SUA, unde contribuabilul este mai întâi înștiințat cu privire la control și cum să se pregătească, lăsându-i-se la dispoziție un timp suficient de mare, încât să fie la zi cu absolut tot în momentul în care inspectorii ajung la ușa lor, ar trebui să fie modele de urmat și în România. Aceasta pare a fi totuși și intenția autorităților române care recent au lansat în spațiul public un proiect de modificare a Codului de procedură fiscală ce conține asemenea propuneri. Așteptăm cu interes forma finală a acestora și, bineînțeles, intrarea în vigoare”, a declarat **Alex Slujitoru, Avocat în cadrul Băncilă, Diaconu și Asociații.**