Studiu EY România: Erodarea puterii de cumpărare a românilor s-a văzut în cumpărăturile pentru sărbătorile de Paști. Calitatea și prețul – decisive în realizarea unei achiziții

Cei mai mulți dintre românii din marile orașe au fost dispuși să aloce între 200 și 500 lei anul acesta pentru cadourile de Paști, aceeași sumă fiind prevăzută și pentru masa festivă de Paști, arată cel mai recent studiu *Future Consumer Index*, realizat de EY România, la finalul lunii aprilie 2022 în rândul consumatorilor români din mediul urban, cu studii universitare și postuniversitare și venituri peste medie. Totodată, 2022 a fost un an în care nici biletele de avion, nici pachetele de vacanță nu au avut căutare. Din câte se pare, românii sunt, asemeni respondenților indexului global, îngrijorați de evoluția economică viitoare, astfel încât într-o proporție covârșitoare declară că intenționează să economisească sume mai mari (68%) și să investească în educație (22%).

Erodarea puterii de cumpărare s-a văzut în sumele alocate pentru sărbătorile de Paști de anul acesta. Astfel, deși 63% au declarat că nu au așteaptat o campanie de reduceri și nici nu au economisit pentru a face cumpărăturile pentru masa de Paști, majoritatea respondenților studiului EY România – 65%, au spus că au alocat între 200 și 500 lei anul acesta. Un

procent de 28,5% dintre ei au spus că au fost dispuși să cheltuiască între 500 și 1.000 lei. În același timp, 8,7 % au arătat că au prevăzut cheltuieli de sub 200 lei, același procent indicând și că au fost gata să scoată din buzunar peste 1.000 lei. Majoritatea au declarat că au cheltuit cu 30% mai mult decât anul trecut.

În ceea ce privește cadourile oferite anul acesta de Paști, 44% dintre respondenți au arătat că ele s-au situat între 200 și 500 lei, 21,5 % între 500 și 1.000 lei, 19,3 % sub 200 lei și doar 15 % au spus că au trecut de 1.000 lei. Totodată, cei care au completat răspunsurile pentru studiul *Future Consumer Index* au arătat că au resimțit în proporție de 37,3% o creștere a valorii cumpărăturilor de anul acesta de cel puțin 10-20%, în vreme ce 18% dintre respondenți au spus că au văzut o creștere și de 30% și peste anul acesta. De asemenea, este de remarcat și că un procent destul de important, 22%, a spus că sumele cheltuite au fost comparabile cu cele de anul trecut.



„De doi ani așteptăm o revenire la normalitate. Tocmai când părea că suntem aproape, ne-am apropiat de o nouă criză. Și, dacă studiul global EY Future Consumer Index a arătat cum, într-o perioadă de creștere a inflației și de tulburări globale, oamenii din întreaga lume au regândit fundamental felul în care își trăiesc viața și s-au întrebat ce relație își doresc cu adevărat cu consumerismul și valorile acestuia, și studiul EY România ne arată schimbări mari în comportamentul consumatorului român”, declară **Georgiana Iancu, Partener, liderul sectorului de Retail şi Produse de Consum, EY România**. *„Am trecut destul de brusc, aș zice, de la frenezia cumpărăturilor și euforia sumelor mari alocate sărbătorilor de la finalul anului trecut – peste 1.500 lei, la*

mai multă cumpătare în alocările bugetare. Ba, mai mult, românii încep să urmeze trendul global și să economisească, respectiv să investească în educație”, a mai spus Georgiana Iancu.

Studiul EY România arată că, în contextul economiei actuale, cele mai importante criterii în funcție de care se va lua decizia de cumpărare sunt: calitatea – 65,6%, prețul – 37,3%, sustenabilitatea produselor – 20%, posibilitatea de livrare la domiciliu – 19,7%, proveniența – produsele tradiționale în detrimentul unor produse de import – 18, 9%, proximitatea – 12,2%. Doar 10% dintre respondenți iau decizia de cumpărare în funcție de puterea brandului.

Când li s-a cerut să evalueze impactul situației actuale – criza geopolitică, sanitară, economică, majorarea inflației - asupra situației personale, cei mai mulți (68%) dintre respondenți au răspuns: *„Acum încerc să economisesc mai mulți bani decât în trecut*”, 48,3 % că au reușit să-și atingă (unele sau toate) obiectivele financiare, deoarece au economisit în timpul pandemiei, în vreme ce 19% au declarat că li se pare dificil să plătească pentru produse esențiale, cum ar fi alimente, îngrijire medicală și locuință. 60% dintre cei care au completat chestionarul au declarat că li s-au redus investițiile, 41% că li s-au redus dividendele, iar 22% că au suferit pierderi financiare. *„Incertitudinea privind gestionarea costurilor de trai în creștere a determinat 60% dintre respondenții globali să-și dorească să economisească mai mult în viitor, iar jumătate dintre ei au anunțat că deja adoptaseră acest comportament. Faptul că tendința se regăsește și în cazul consumatorilor români, dar și că aproape o cincime dintre ei se confruntă cu greutăți financiare nu arată decât o nouă diminuare drastică a încrederii consumatorilor, care împinge și mai departe în timp revenirea așteptată a consumului*”, crede Georgiana Iancu.

62% dintre respondenți sunt de părere că va dura cel puțin 1-2 ani până când situația economică provocată de creșterile de

prețuri la energie și de conflictul geopolitic nu ne va mai influența modul în care ne trăim viața, în vreme ce 18% cred că conflictul geopolitic și criza economică vor dura cel puțin 4-12 luni. De remarcat procentul mare al celor care spun că nu pot estima – 17,2%.

În ceea ce privește tendințele pe următoarele șase luni, românii estimează că vor aloca cele mai mari sume de bani pentru produsele alimentare, pentru economii și investiții, dar și pentru educație și experiențe – relaxare, divertisment și sport.

De asemenea, atunci când vor lua decizia de cumpărare, majoritatea respondenților (între 70-76%) declară că vor ține cont de reputația companiei, se vor ajuta de recenziile produselor, dar vor fi atenți și la grija companiei față de angajați. Pe următoarele locuri în luarea deciziei se află transparența de care dau dovadă companiile, dar și activitățile de susținere a comunității – afirmație valabilă pentru 59,2% dintre respondenți.

Românii au așteptări mari de la companii: „*Comportamentul companiei este la fel de important ca produsele/serviciile vândute*” cred cei mai mulți dintre consumatori, pe locurile următoare situându-se responsabilitatea în influențarea unor schimbări pozitive în lume și grija față de angajați care, potrivit respondenților studiului EY, ar trebui să vină înaintea profitului.

Studiul EY România evidențiază și preocupările față de mediu ale consumatorului român. Astfel, cei mai mulți s-au arătat îngrijorați față de nivelul mare de deșeuri cu care ne confruntăm, dar și de gradul de poluare al apei și al aerului. Schimbările climatice îngrijorează și ele un număr mare de respondenți, ca și respectarea drepturilor omului. Surprinzător, pe ultimul loc între preocupări se află inegalitatea bogăției.

Sistemul paneuropean de pensii e în vigoare. Va fi el un succes?

Autori:

- ***Claudia Sofianu, Partener, liderul separtamentului de Impozit pe venit şi contribuţii sociale, EY România***
- ***Dan Răuţ, Manager, departamentul de Impozit pe venit şi contribuţii sociale, EY România***

Românii, alături de cetățenii și rezidenții statelor membre ale Uniunii Europene/Spațiului Economic European, ar putea accesa într-un viitor apropiat o nouă metodă de economisire, gândită, la nivel teoretic, să le asigure o pensie complementară la vârsta retragerii din activitate – produsul paneuropean de pensii personale (PEPP). Așa cum este conceput, PEPP ar putea deveni primul produs care să depășească granițele statale prin caracterul său de aplicabilitate extins la nivelul întregii comunități UE/SEE – orice persoană fizică, fie ea din UE sau non-UE va putea accesa PEPP, atât timp cât își are reședința într-unul dintre statele membre. Însă doar timpul și modul în care fiecare stat UE va reglementa produsul va arăta în ce măsură va deveni PEPP un produs atractiv și util pentru consumatori, dar și cât de sustenabil și profitabil poate fi pentru furnizorii care ar trebui să îl implementeze sau cât de mult se va dezvoltă oferta, în condițiile în care nu există o certitudine nici privind dimensiunea cererii și nici asupra facilităților fiscale cu care va veni PEPP, pentru o eventuală stimulare a ei.

PEPP există pe agenda Comisiei Europene încă din anul 2017 și a fost creat ca parte dintr-un Plan de întărire a piețelor de

capital din cadrul UE. Cum Comisia Europeană a oficializat recent punerea în aplicare a Regulamentului PEPP, în orice moment de acum înainte, ne putem aștepta să vedem primele mișcări în piață ale furnizorilor de specialitate din statele membre.

Aceștia pot fi întreprinderi financiare autorizate și înregistrate, adică instituții de credit, întreprinderi de asigurare directă de viață, instituții care furnizează produse de pensii personale, firme de investiții care oferă servicii de administrare de portofolii, societăți de investiții sau societăți de administrare de fonduri de investiții alternative. Ei ar trebui să înceapă procesul de autorizare, de prototipare și implementare a produselor PEPP la nivelul jurisdicțiilor locale. Și, cum vorbim despre un domeniu extrem de reglementat, putem presupune că PEPP nu va putea fi lansat în piață mai devreme de 2023.

Merită menționat și că CE a preferat adoptarea unui regulament, și nu a unei directive (deși Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene – TFUE permite adoptarea de acte atât sub formă de regulamente, cât și sub formă de directive), pentru punerea în aplicare. Putem presupune că a fost preferată această variantă, deoarece regulamentul este direct aplicabil în toate statele membre și va permite o adoptare cât mai rapidă, ceea ce ar contribui la consolidarea economiilor și a investițiilor pentru pensii în contextul uniunii piețelor de capital (directiva ar fi necesitat, în unele cazuri, și ratificare locală prin legi naționale – ceea ce ar fi rezultat într-un timp de implementare semnificativ mai mare).

În schimb, regulamentul permite ca fiecare stat membru să își contureze trăsăturile specifice de produs (de exemplu, condițiile pentru faza de acumulare). Pe scurt, regulamentul prevede cadrul general și liniile directoare ale PEPP, urmând ca autoritățile locale să dezvolte și să implementeze normele de aplicare la nivel național. PEPP va avea caracter voluntar, fiind necesară încheierea unui contract scris între

participantul persoană fizică și entitatea furnizoare autorizată. Va fi, astfel, un produs complementar pensiilor obligatorii de stat sau celor ocupaționale (după caz) existente, reprezentând o opțiune personală și voluntară, cu scop de economisire pe termen lung în vederea pensionării. Produsul prevede acumularea de capital pe termen lung cu obiectivul explicit de a furniza venituri la pensionare și cu posibilități limitate de retragere anticipată înainte de acest moment (deci fără posibilitate de rambursare anticipată sau cu posibilități strict limitate de rambursare anticipată, în anumite condiții), fiind structurat asemănător actualului sistem de pensii voluntare tip Pilon III.

Chiar dacă în prezent, în cadrul statelor membre UE există multiple astfel de planuri de pensii personale naționale, PEPP poate deveni primul produs care să depășească granițele naționale, prin caracterul său de aplicabilitate extins la nivelul întregii comunități, ceea ce ar trebui să aducă un și mai pregnant interes cel puțin pentru forța de muncă mobilă la nivel internațional. Nu în ultimul rând, poate fi atractiv și pentru „freelanceri” sau pentru acel tip de persoane fizice care nu ajung să contribuie regulat, din diferite motive, la sistemele de pensii de stat/publice. De asemenea, poate fi de interes și pentru tineri, aceștia putând beneficia, încă de la începutul carierei sau a vieții adulte, de un instrument de economisire pe termen lung stabil și predictibil.

Avantajos este și faptul că nu contează naționalitatea consumatorului care dorește să acceseze acest produs.

În plus, PEPP este „portabil” în întreaga Uniune, el venind în completarea sistemelor existente în statele membre. La acest moment, din varii cauze, Comisia Europeană a considerat că piața sa internă privind produsele de pensii personale nu funcționează tocmai optim. În unele state membre nu există încă o piață pentru ele. În altele, există deja oferte pentru produse de pensii personale, însă piețele naționale sunt puternic fragmentate. Prin urmare, produsele de pensii actuale

au un grad limitat de portabilitate. Din această cauză, persoanele pot avea dificultăți în ceea ce privește exercitarea libertăților fundamentale. De exemplu, acestea ar putea fi împiedicate să accepte un loc de muncă sau să se pensioneze în alt stat membru. În plus, există şi o anumită lipsă de standardizare a produselor de pensii personale în prezent.

De asemenea, Regulamentul PEPP nu împiedică înregistrarea unui produs de pensii personale existent şi care îndeplinește condițiile stabilite în prezentul regulament, ceea ce permite autorizarea/echivalarea unora deja existente.

Condițiile de plată a pensiei vor fi stabilite de fiecare stat membru în parte, între condiții putându-se regăsi limite în stabilirea vârstei minime pentru începutul fazei de plată a pensiei, perioada maximă înainte de împlinirea vârstei de pensionare de aderare la un sistem de PEPP, precum și condiții privind rambursarea înainte de vârsta minimă pentru începutul fazei de plată a pensiei, în special în cazul unor dificultăți deosebite.

La nivelul României, subiectul este deja pe agenda ASF care a comunicat încă de anul trecut că PEPP va fi unul dintre instrumentele susținute pentru stimularea și dezvoltarea infrastructurii piețelor financiare nebancare privind Piața Pensiilor Private,prin „Susținerea adoptării cadrului legal necesar introducerii produselor pan-europene de pensii”.

Conform obiectivelor setate de ASF pentru perioada cuprinsă între 2021-2023, reiese că elaborarea legislației secundare care vizează emiterea Normelor de aplicare a prevederilor Regulamentului privind Produsul Paneuropean de Pensii Personale (PEPP) va fi dusă la bun sfârșit până în anul 2023.

Fiindcă ne aflăm deja la jumătatea intervalului de timp asumat de ASF pentru realizarea acțiunilor și îndeplinirea obiectivelor sale strategice privind PEPP, publicarea Normelor

de aplicare PEPP ar trebui să se regăsească pe lista de priorități ale ASF până la finalul acestui an.

Un alt punct de discuție privind PEPP este tratamentul fiscal aplicabil, ținând cont de specificul comunitar al acestui produs. Astfel, autoritățile europene au considerat că, din punct de vedere fiscal, statele vor fi cele care vor decide tratamentul fiscal aplicabil, dar Comisia încurajează autoritățile fiscale naționale să confere un tratament fiscal cel puțin similar cu cel al celorlalte produse de pensii private/ocupaționale existente. Fără să avem informații concrete în acest sens de la oficialități, putem, prin analogie, să considerăm că la nivelul României, PEPP va putea fi reglementat și tratat din punct de vedere fiscal în aceeași manieră cu contribuțiile la fondurile de pensii facultative (așa cum sunt definite de legislație) – de exemplu, Pensiile Facultative de tip Pilon III – care sunt neimpozabile, atunci când contribuțiile la fondul de pensii facultative sunt suportate de angajator pentru angajații proprii, în limita a 400 euro anual pentru fiecare persoană; şi, în plus, sunt deductibile fiscal la calcularea bazei impozabile privind stabilirea impozitului pe venit, atunci când sunt suportate direct de angajați/contribuabil, tot în limita a 400 euro/echivalent în lei/an (facilitate aplicabilă atât salariaților, cât şi persoanelor care realizează venituri din activități independente).

Cu alte cuvinte, pentru ca PEPP să fie atractiv, este nevoie de un tratament fiscal mai bun, pentru a se detașa de restul produselor de pe piață. Nu în ultimul rând, PEPP trebuie să devină un produs viabil și pentru furnizori, care, în fapt, vor reprezenta, factorul de multiplicare și popularizare al acestui nou produs. În acest sens, se ridică unele semne de întrebare privind bonitatea reală pe care PEPP o poate aduce furnizorilor, având în vedere că, din punctul de vedere al costurilor, există deja anumite limitări prevăzute chiar de Regulament, ceea ce poate rezulta, finalmente, într-un produs

neprofitabil sși, prin urmare se poate traduce într-o potențială reticență a acestora în a promova un astfel de instrument către publicul larg (spre exemplu, costul de administrare pentru consumatori va fi plafonat la maximum 1% din valoarea acumulată anual, ceea ce ar putea fi nerentabil pentru companiile de resort).

În concluzie, succesul PEPP va depinde atât de tratamentul fiscal ce va fi stabilit de autorități, cât, în egală măsură, și de modul în care furnizorii vor reuși să promoveze produsul. Scopul a fost ca PEPP să aibă o acoperire cât mai largă la nivelul întregii Uniuni Europene, dar există riscul ca furnizorii de asigurări și pensii private să își îndrepte atenția doar către anumite state membre și, astfel, acoperirea PEPP să fie disproporționată, iar în unele state membre (spre exemplu, statele vestice) să fie mai mare, pe când în altele (spre exemplu, statele estice) să fie mai puțin sau deloc dezvoltată. Doar timpul și experiența practică post-implementare vor oferi răspunsurile așteptate, iar piața se va regla și se va diversifica pe măsură ce noul produs va câștiga încrederea utilizatorilor.

EY România anunţă o nouă ediție a competiției EY Entrepreneur Of The Year™

EY România lansează cea de-a VI-a ediție EY Entrepreneur Of The Year. Programul descoperă antreprenorii locali cu viziune, lideri agili care abordează inovator provocările prezentului și văd în situații de criză

oportunități de a se dezvolta.

Antreprenorul care va fi desemnat câștigător va reprezenta România în cadrul competiției globale EY World Entrepreneur Of The Year, a cărei gală va avea loc la Monaco, în iunie 2023.

În cadrul celei de a VI-a ediții a competiției locale, juriul va alege în mod independent câştigătorul **EY Entrepreneur Of The Year** şi al **EY Emerging Entrepreneur Of The Year in Technology**.

În plus, anul acesta, EY România va acorda premii pentru alte două categorii: **Family Business Award**, un premiu de excelență acordat unei afaceri de familie din România, care va dovedi că este pregătită pentru o tranziție armonioasă către o nouă generație și către un business sustenabil, şi **Inspiring Woman Award**, unei antreprenoare de succes, care inspiră noile generaţii.



„Competiţia EY Entrepreneur Of The Year, cu o tradiţie de 36 de ani în 60 de ţări, promovează antreprenorii locali la scară națională și internațională, conectându-i la o comunitate globală de lideri de business. În ediţia din acest an, ne propunem să descoperim antreprenorii care creează valoare pe termen lung pentru clienții lor, pentru angajați și pentru societate în ansamblul ei, antreprenori care au rezistat pandemiei şi văd o oportunitate în adversitate”, 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**.

Ediția EY Entrepreneur Of The Year – România 2022 va avea

următorul calendar:

- înscrierea candidaților: 8 iulie – 30 septembrie 2022;
- interviuri cu antreprenorii candidați: 1-31 octombrie 2022;
- prima și a doua rundă de jurizare: 8 decembrie 2022 și 26 ianuarie 2023;
- gala de premiere EY Entrepreneur Of The Year din București: 16 martie 2023;
- gala EY World Entrepreneur Of The Year din Monaco: iunie 2023.

Juriul independent este alcătuit din 3 antreprenori și 3 executivi de top: Iulian Stanciu, Executive Chairman EMAG (Președintele juriului), Christina Verchere – CEO OMV Petrom, Zdenek Romanek – CEO Raiffeisen Bank, Vargha Moayed – Business Advisor & Ex UiPath Chief Strategy Officer, Adrian Mihai, CEO & Co-founder Fan Courier şi Fady Chreih – CEO, Regina Maria.

Candidatul se poate înscrie singur sau poate fi nominalizat, cu acordul său, de către o altă persoană (un partener, consultant, client, furnizor, angajat, membru al familiei etc.).

Condițiile de eligibilitate pentru programul EY Entrepreneur Of The Year sunt următoarele:

- antreprenorul trebuie să aibă o afacere care să fie înființată de cel puţin 3 ani;
- să aibă flux constant de venituri de cel puțin 2 ani;
- un număr minim de 10 angajați;
- candidatul trebuie să joace un rol activ în afacere şi să deţină o parte semnificativă din capitalul subscris al firmei (minim 20%);
- naționalitatea română nu condiționează participarea în competiție.

Sponsorul oficial al programului EY Entrepreneur Of The Year este **LGT Private Banking and Asset Management şi este susținut**

de Bursa de Valori Bucureşti, Romanian Business Leaders şi Ziarul Financiar.

Pentru mai multe detalii despre program și pentru înscrieri, vă rugăm să accesați eoy.eyromania.ro.

Noi obligații în materia prevenirii și combaterii spălării banilor și finanțării terorismului

Autori:

- ***Cosmin Ştefănescu, Managing Partner, Duncea, Ștefănescu & Associates***
- ***Alexandra Leaua, Associate, Duncea, Ștefănescu & Associates***



În Monitorul Oficial al României nr. 394 din 21 aprilie 2022 a fost publicată **Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 53/2022** („OUG 53/2022”) privind modificarea și completarea Legii nr. 129/2019 („Legea 129/2019”) pentru prevenirea și combaterea spălării banilor și finanțării terorismului, precum și pentru modificarea și completarea unor acte normative.

Începând cu data de 21 aprilie 2022, OUG 53/2022 a completetat Legea 129/2019, reglementând o nouă obligație de a notifica Oficiul Național de Prevenire și Combatere a Spălării Banilor

(„**ONPCSB**”), exclusiv electronic, cu privire la începerea, suspendarea sau încetarea activității următoarelor entități raportoare:

- furnizorii de servicii pentru societăți sau fiducii, **alții decât**:
  - auditorii, experții contabili și contabilii autorizați, evaluatorii autorizați, consultanții fiscali, persoanele care acordă consultanță financiară, de afaceri sau contabilă, alte persoane care se angajează să furnizeze, direct sau prin intermediul altor persoane cu care persoana respectivă este afiliată, ajutor material, asistență sau consiliere cu privire la aspectele fiscale, financiare, ca activitate economică sau profesională principală;
  - notarii publici, avocații, executorii judecătorești și alte persoane care exercită profesii juridice liberale, în cazul în care acordă asistență pentru întocmirea sau perfectarea de operațiuni pentru clienții lor privind cumpărarea ori vânzarea de bunuri imobile, acțiuni sau părți sociale ori elemente ale fondului de comerț, administrarea instrumentelor financiare, valorilor mobiliare sau a altor bunuri ale clienților, operațiuni sau tranzacții care implică o sumă de bani sau un transfer de proprietate, constituirea sau administrarea de conturi bancare, de economii ori de instrumente financiare, organizarea procesului de subscriere a aporturilor necesare constituirii, funcționării sau administrării unei societăți, constituirea, administrarea ori conducerea unor astfel de societăți, organismelor de plasament colectiv în valori mobiliare sau a altor structuri similare, precum și în cazul în care participă în numele sau pentru clienții lor în orice operațiune cu

caracter financiar ori vizând bunuri imobile; crearea, funcționarea sau administrarea de fiducii, societăți, fundații sau structuri similare;

- furnizorii de servicii de schimb între monede virtuale și monede fiduciare;
- furnizorii de portofele digitale;
- agenții și dezvoltatorii imobiliari, inclusiv atunci când acționează în calitate de intermediari în închirierea de bunuri imobile, dar numai în ceea ce privește tranzacțiile pentru care valoarea chiriei lunare reprezintă echivalentul în LEI a 10.000 EUR sau mai mult;
- alte persoane care, în calitate de profesioniști, comercializează bunuri, numai în măsura în care efectuează tranzacții în numerar a căror limită minimă reprezintă echivalentul în LEI a 10.000 EUR, indiferent dacă tranzacția se execută printr-o singură operațiune sau prin mai multe operațiuni care au o legătură între ele;
- persoanele care comercializează opere de artă sau care acționează ca intermediari în comerțul de opere de artă, inclusiv atunci când această activitate este desfășurată de galerii de artă și case de licitații, în cazul în care valoarea tranzacției sau a unei serii de tranzacții legate între ele reprezintă echivalentul în LEI a 10.000 EUR sau mai mult;
- persoanele care depozitează sau comercializează opere de artă sau care acționează ca intermediari în comerțul cu opere de artă, atunci când această activitate este desfășurată în zone libere, în cazul în care valoarea tranzacției sau a unei serii de tranzacții legate între ele reprezintă echivalentul în LEI a 10.000 EUR sau mai mult.

Entitățile raportoare menționate au obligația de a transmite notificarea către **ONPCSB**, în termen de 15 zile de la data

începerii, suspendării sau încetării activității.

Începând cu data de 21 mai 2022, nerespectarea acestei obligații va constitui contravenție și va fi sancționată cu avertisment sau cu amendă de la 5.000 LEI la 10.000 LEI.

Forma și conținutul notificării se vor stabili prin Ordin al Președintelui **ONPCSB** („**Ordinul**”), care se va emite în termen de 30 de zile de la intrarea în vigoare a OUG 53/2022 (*i.e.* 21 aprilie 2022) și se va publica în Monitorul Oficial al României, Partea I.

Entitățile raportoare au obligația de a transmite notificarea **ONPCSB** în termen de cel mult 30 de zile de la data intrării în vigoare a Ordinului.

Începând cu data de 21 mai 2022, nerespectarea acestei obligații va constitui contravenție și se va sancționa cu avertisment sau amendă de la 5.000 LEI la 10.000 LEI.

Studiu EY: Schimbare majoră pe piața muncii – 43% dintre angajați dispuși să renunțe la locul actual de muncă pentru un salariu mai mare, condiții mai bune și

flexibilitate

Schimbare majoră în echilibrul de putere de pe piața muncii – balanța începe să se încline, din nou, către angajat – două cincimi (43%) dintre respondenți declară că sunt dispuși să renunțe în următoarele 12 luni la locul de muncă actual, pe fondul unei inflații în creștere, o piață a forței de muncă în scădere și o creștere a locurilor de muncă care oferă flexibilitate.

Practic, vorbim despre o creștere semnificativă – în 2021, doar 7% dintre angajați au declarat că sunt dispuși să plece. Acestea sunt principalele concluzii ale sondajului global EY – *Reîntoarcerea la muncă. Noile condiții de anul acesta.* Angajații sunt determinați să întreprindă o mutare în principal din dorința de a obține un salariu mai mare, dar și oportunități de carieră mai bune sau munca flexibilă.

Studiul „Reîntoarcerea la muncă. Noile condiții" arată că, pe măsură ce multe țări ies din pandemia COVID-19, angajații câștigă o influență semnificativă asupra angajatorilor și că „lista de dorințe" pe care le au de la potențialii angajatori se schimbă. Astfel, sondajul EY – unul dintre cele mai mari de acest gen, care analizează opiniile a peste 1.500 de lideri de afaceri, peste 17.000 de angajați din 22 de țări și 26 de sectoare industriale, vorbește despre un procent important dintre angajați (42%) care spun că sunt necesare creșteri salariale pentru a aborda fluctuația personalului, opinie cu care doar 18% dintre angajatori sunt de acord. Și în ceea ce privește revenirea la birou, studiul arată o opoziție clară între ceea ce își doresc angajatorii și ceea ce sunt dispuși să facă angajații. Astfel, 22% dintre angajatori anunță că își doresc ca angajații să revină la birou cinci zile pe săptămână; în schimb angajații, într-o proporție covârșitoare, de 80%, declară că își doresc să lucreze de la distanță cel puțin două zile pe săptămână.



Claudia Sofianu, Partener, Liderul departamentului Impozit pe venit și contribuții sociale, EY România: *„Pe parcursul pandemiei, interesul prioritar al candidaților atunci când își căutau o slujbă nouă sau al angajaților în păstrarea locului de muncă existent a migrat de la stabilitatea angajatorului la actualizarea/transformarea pachetului de beneficii și, ulterior, la flexibilitatea muncii. Acest ultim sondaj arată că, pe măsură ce angajatorii au oferit în ultimii 2 ani din ce în ce mai multe modalități flexibile de lucru, salariile mai mari reprezintă acum cea mai mare motivație pentru schimbarea locului de muncă, în special având în vedere inflația în creștere și rolurile neocupate disponibile*”.

Salariul mai mare bate dezvoltarea profesională. Principala motivație pentru angajații în căutarea unor noi locuri de muncă, potrivit sondajului, este acum dorința de a obține un salariu mai mare. Cu o inflație record în multe țări din lume, mai mult de o treime dintre cei care prospectează piața (35%) spun că au ca obiectiv principal o creștere a salariului, în vreme ce 25% dintre ei spun că își doresc o creștere profesională. Aranjamentele flexibile de lucru – care au fost de departe unul dintre cei mai importanți factori în mobilitatea angajaților, conform sondajului de anul trecut – și-au pierdut tracțiunea. Astfel, doar 19% dintre angajați caută flexibilitate la un nou loc de muncă, în timp ce 17% spun că ceea ce i-ar determina să se mute ar fi beneficiile care promovează sănătatea și starea de bine la birou. Dacă privim răspunsurile primite și din unghiul vârstei respondenților, am vedea că angajații generației Z și milenialii din SUA sunt cei cu cea mai mare probabilitate de a renunța la locul de muncă în acest an (53%), în vreme ce, o analiză prin prisma sectoarelor în care activează respondenții ne arată că cei mai dornici de plecare sunt angajații din

tehnologie și hardware – 60%.

Se schimbă percepția asupra culturii companiei, dar și asupra productivității. Interesant este că dorința angajaților de a căuta noi roluri persistă, în ciuda faptului că aceștia au opinii relativ optimiste privind cultura companiei. Numărul angajaților care văd îmbunătățiri în cultura organizației lor a crescut de la începutul pandemiei COVID-19 de la 48%, la 61%. Pe de altă parte însă, a scăzut încrederea angajatorilor în cultura companiei – de la 77%, la 57%. În plus, în timp ce angajații cred că noile moduri de lucru au crescut productivitatea, încrederea companiilor în propria productivitate este erodată de creșterea cifrei de afaceri – doar 32% dintre angajatori spun că au reușit să sporească productivitatea și cultura, prin muncă hibridă și investiții în facilități și tehnologie la locul de muncă.

Cresc decalajele de competențe. 58% dintre respondenții angajatori sunt de acord că este important să existe o strategie pentru a alinia resursa umană și abilitățile cu nevoile viitoare ale afacerii, iar 74% spun că sunt pregătiți să angajeze angajați din alte țări și să le permită să lucreze de oriunde, dacă abilitățile lor sunt critice sau limitate. Puțin mai mult de o cincime dintre respondenții din partea angajatorilor (21%) consideră că îmbunătățirea oportunităților de a dezvolta competențe le va ajuta și la realizarea cifrei de afaceri.

În concluzie, flexibilitatea și munca hibridă sunt noua normalitate, așa cum anticipam încă de anul trecut. Angajaților nu le mai este frică să-și părăsească locurile de muncă pentru a profita de oportunitățile extinse de carieră și au rupt ecuația dintre salariu și rol, punând presiune pe piața muncii. Cu toate acestea, angajatorii sunt reticenți în a reseta salariile și oportunitățile de carieră pentru a reține angajații, fiind îngrijorați, la rândul lor, de creșterea inflației/a costului forței de muncă și a complexității structurilor organizaționale vechi.

Economia circulară devine parte din definiția viitorului în business. Conceptul celor 10 R

Autor: Florian Burnar, Senior Consultant, EY România

Pe fondul accesului tot mai limitat la resurse naturale și al provocărilor generate în întreaga lume de efectele schimbărilor climatice, tema unei economii mai atente la mediu și mai sustenabile este tot mai prezentă atât în discursul autorităților – decidenți de politici publice, cât și al operatorilor economici. Asociat dezvoltării durabile, conceptul economiei circulare este tot mai des privit ca o pârghie de progres sustenabil care devine dominant în segmentul de business și, totodată, în tiparele de consum către care se îndreaptă consumatorii moderni. Economia circulară a devenit parte din definiția viitorului în business.

Componentă de bază a dezvoltării durabile, economia circulară implică o serie de concepte, precum partajarea, închirierea, reutilizarea, repararea, recondiționarea și reciclarea materialelor și a produselor. Această abordare are ca efect extinderea ciclului de viață al produselor și optimizarea consumului de materii prime și energie, precum reducerea la minimum a cantității de deșeuri generate, reducerea amprentei de carbon și un demers mai prietenos cu mediul.

Ce este conceptul 10 R și unde îl găsim deja aplicat în modelele de business?

În cazul economiei circulare, vorbim de un model integrativ, bazat pe ecoinovare și ecoproiectare, caracterizat prin conceptul 10 R: R1 – Refuzare; R2 – Regândire; R3 – Reducere; R4 – Reutilizare; R5 – Reparare; R6 – Refacere; R7 – Refabricare; R8 – Reorientare; R9 – Reciclare și R10 – Recuperare.

R1 – **Refuzarea** se referă la a face un produs redundant prin renunțarea la funcția pe care acesta o oferă. De exemplu, opțiunea de a refuza să folosești mașina proprie în deplasările urbane sau în naveta zilnică spre și dinspre serviciu, optând pentru transportul în comun sau un serviciu de sharing. Acest concept a generat modele de business disruptive, precum Uber, WeWork și, în general, tot ecosistemul corporativ colaborativ. Sau un alt exemplu din industria ospitalității – AirBnb sau modelul propus de ByHours, care maximizează utilizarea capacității de cazare nefolosite în hoteluri.

R2 – **Regândirea** se referă la intensificarea utilizării unui produs, spre exemplu, prin partajarea produsului. Îl regăsim ca model în trendurile din industria alimentară, de exemplu, la demersul colaborativ menit să reducă utilizarea ambalajelor de unică folosință și migrarea spre ambalajele reutilizabile, pentru a reduce cantitățile de deșeuri.

R3 – **Reducerea** se referă la creșterea eficienței în producerea sau utilizarea produsului, consumând mai puține resurse naturale. E un exemplu pe care îl întâlnim în industria auto unde presiunea pe reducerea consumului de carburanți a intensificat inovația și lansarea cu succes a modelelor electrice. E un concept folosit, de asemenea, în automatizarea proceselor de producție care duc la eficientizare și un consum mai redus de energie sau de materii prime. Îl regăsim în construcții, în conceptul clădirilor pasive, pe segmentul rezidențial și de birouri.

R4 – **Reutilizarea** se referă la orice operațiune prin care

produsele sau componentele care nu au devenit deșeuri sunt utilizate din nou, în același scop pentru care au fost concepute. E un model aplicat, de exemplu, în dotarea anumitor unități de producție de diverse bunuri prin achiziționări de echipamente second-hand în stare bună.

R5 – Repararea se referă la recondiționarea sau întreținerea produsului defect, astfel încât acesta să poată fi utilizat cu funcția sa inițială. Un model pe care îl găsim aplicat de la zona de retail vestimentar, în demersul de re-fashion creativ, la cel de utilizare tot mai extensivă a imprimării 3D, care permite repararea unor lucruri vechi care nu mai au piese de schimb disponibile.

R6 – Refacerea se referă la restaurarea unui produs vechi și actualizarea lui. Cele mai bune modele de aplicare pot fi găsite tot în sectorul auto, unde un design de bază adecvat permite unei mașini diesel sau pe benzină să poată fi transformată tehnic în mașină electrică.

R7 – Refabricarea se referă la încorporarea unor părți ale produsului aruncat în alt produs cu aceeași funcție. Din laptopurile și calculatoarele vechi sunt recuperate piese pentru a crea produse renovate care pot fi donate ulterior școlilor.

R8 – Reorientarea se referă la încorporarea produsului aruncat sau a unor părți din el într-un nou produs, cu funcție diferită. De exemplu, hârtia, plasticul, metalul, lemnul și alte materiale rămase din procesele de fabricație pot fi reutilizate pentru a fabrica diverse alte obiecte, de la mobilier, la ambalaje și recipiente sau produse creative, în loc să ajungă la gunoi.

R9 – Reciclarea se referă la orice operațiune de valorificare prin care deșeurile sunt transformate în produse, materiale sau substanțe pentru a-și îndeplini funcția lor inițială sau pentru alte scopuri. Îl găsim în industria de reciclare a

deșeurilor electrice și electronice (DEE), a PET-urilor, a sticlei și hârtiei etc.

R10 – **Recuperarea** se referă la incinerarea de materiale și recuperarea de energie. Întâlnim modelul în industria cimentului, unde arderea deșeurilor este folosită în procesul de fabricație sau în arderea materialelor nereciclabile pentru a obține energie. Alte exemple ar fi folosirea ferestrelor pentru a colecta energie termică sau a pavajelor cinetice, care pot fi instalate în stațiile de metrou pentru a colecta energie de la oamenii care trec pe acolo.

Florian Burnar, Senior Consultant, EY România: „*Implementarea modelului economiei circulare în România, un concept tot mai dezvoltat în Uniunea Europeană, este abia la început, noțiunea nefiind încă înțeleasă în mod corespunzător la nivelul societății românești. Cu toate acestea, există un potențial important de a dezvolta proiecte de economie circulară în următorii ani, în special prin prisma necesității aplicării reglementărilor europene în domeniu și a prevederilor Strategiei Naționale a României privind Economia Circulară*”.

Analiza locală a pieţei de fuziuni şi achiziţii în primul trimestru din 2022

Piața românească de fuziuni și achiziții (M&A) a înregistrat 48 de tranzacții (1) în primele trei luni ale anului 2022, în creștere cu 17% față de primul trimestru al anului 2021. În pofida volumului mai mare de tranzacții, valoarea estimată a activității locale de fuziuni și achiziții a fost mai mică de la an la an, de 1,8 miliarde USD (2) în T1 2022, față de 2,1

miliarde USD în T1 2021. Nivelul de activitate reflectă încetinirea globală a fuziunilor și achizițiilor, după un an record în 2021.



Iulia Bratu, Partener Asociat, Strategie și Tranzacții, EY România: *„Piața de fuziuni și achiziții din România a dat dovadă de reziliență constantă în primele trei luni ale anului 2022. În pofida contextelor geopolitice și macroeconomice dificile, activitatea de fuziuni și achiziții rămâne semnificativă, aproapiată de nivelurile record*”.

Cea mai mare tranzacție din acest trimestru a fost achiziția producătorului auto Ford România de către Ford Otosan Olanda, pentru 785 milioane USD, urmată de achiziția parcului eolian Beta Wind de către Energias de Portugal, prin subsidiara sa EDP Renovaveis, pentru 136 milioane USD.

Investitorii strategici continuă să fie actorii dominanți ai pieței de fuziuni și achiziții din România, reprezentând 92% din tranzacțiile consumate. Jucătorii străini și-au sporit activitatea pe piața românească, numărând 28 de tranzacții și reprezentând o creștere de 56% față de T1 2021, în timp ce tranzacțiile interne au înregistrat o scădere de 10% (18 tranzacții), în comparație cu aceeași perioadă. Din punctul de vedere al originii geografice, cei mai activi investitori au fost Olanda (5 tranzacții), Statele Unite și Belgia (câte 3 tranzacții), urmate de Polonia, Austria, Ungaria și Gibraltar (câte 2 tranzacții).

Cele mai active sectoare în funcție de volumul tranzacțiilor de intrare au fost tehnologia și sectorul imobiliar (7 tranzacții fiecare), urmate de produse industriale diversificate (5 tranzacții), telecomunicații, media și

divertisment (3 tranzacții), energie și utilități și sănătate (2 tranzacții fiecare).

Deși sunt excluse din calculul nostru privind valoarea de piață (3), observăm, de asemenea, alte două tranzacții în primele trei luni ale anului 2022. În martie, MBC Group, compania media cu sediul în Emiratele Arabe Unite, a achiziționat 30% din Antenna Group, firmă de televiziune și producție cu sediul în Grecia, inclusiv operațiunile sale din România. În aceeași lună, Econergy International Limited a achiziționat de la PNE AG două proiecte fotovoltaice în România și SUA. Ambele tranzacții se fac pentru o sumă nedeclarată.

Notă: (1) Baza de date M&A a EY pentru România exclude tranzacțiile cu participații achiziționate mai mici de 15%, (2) include o estimare a valorii tranzacțiilor în cazul în care nu au fost divulgate anterior date de către părți sau nu sunt disponibile în bazele de date ale unor terțe părți și/sau raportate de surse media și (3) tranzacțiile multinaționale care includ companii sau operațiuni în România sunt incluse în numărul de tranzacții, dar sunt excluse din valoarea M&A în cazul în care alocarea valorii tranzacției nu este disponibilă.

Zece căi prin care companiile își pot reduce costurile cu energia și gazele naturale.

Care sunt scutirile și exceptările de la plata accizelor pe care le pot aplica?

Autori:

- ***Mihai Petre, Director, Consultanță Vamală, EY România***
- ***Daniela Neagoe, Senior Manager, Comerţ Internaţional, EY România***

Inflația a atins, mai devreme decât se estimase, două cifre – 10%, gazele scumpindu-se cu 46%. Presiunea pe costuri, atât pentru agenții economici, cât și pentru consumatorii finali este din ce în ce mai mare. Cu alte cuvinte, este momentul să reamintim agenților economici că există anumite situații prevăzute clar atât de normele europene – Directiva de accize, dar și de legislația noastră (Codul fiscal), în care pot aplica pentru exceptări sau scutiri de la plata accizelor pentru produse energetice (motorină, benzină), gaze, energie electrică și, astfel, își pot optimiza costurile. Care sunt acestea și cum trebuie să procedeze companiile?

Codul fiscal prevede, cum spuneam, situații în care companiile pot apela fie la scutirea directă sau indirectă (mai întâi, compania plătește accizele, care sunt restituite ulterior) la plata accizelor. Iată, în continuare, care sunt cazurile concrete:

1. dacă agenții economici folosesc produsele energetice, gazele sau energia electrică pentru producția de energie electrică sau pentru menținerea capacității de a produce energie electrică;
2. dacă utilizează produsele energetice, gaze sau energie electrică pentru producția combinată de energie

electrică și energie termică;
3. dacă injectează gaze sau produse energetice în furnale sau în alte agregate industriale în scop de reducere chimică, ca aditiv la cocsul utilizat drept combustibil principal;

În aceste situații, companiile pot aplica scutirea directă de la plata accizelor, cu respectarea mai multor condiții, între care, cea mai importantă, presupune ca beneficiarul scutirii să solicite eliberarea unei autorizații de utilizator final.

4. dacă utilizează produsele energetice, gazele sau energia drept combustibil pentru încălzire de către spitale, sanatorii, aziluri de bătrâni, orfelinate și alte instituții de asistență socială, instituții de învățământ și lăcașuri de cult. În această situație, companiile trebuie să știe că, pentru a putea beneficia de scutirea directă de la plata accizelor, este necesar să notifice autoritatea vamală teritorială, notificare ce va fi ulterior transmisă și furnizorilor;
5. dacă energia electrică este produsă din surse regenerabile de energie (de exemplu, eoliană, solară, geotermală);

Scutirea, în această situație, ca și în cele prezentate la punctele următoare mai jos, se acordă tot în baza notificării transmise de producătorul de energie electrică la autoritatea vamală teritorială. Consumatorii casnici producători de energie electrică nu au obligația de a notifica autoritatea vamală teritorială pentru a beneficia de scutire.

6. dacă utilizează gazele și energia în alte scopuri decât în calitate de combustibil pentru motor sau combustibil pentru încălzire;
7. dacă există utilizare dual – atât în calitate de combustibil pentru încălzire, cât și în alte scopuri decât pentru motor sau pentru încălzire. Utilizarea produselor energetice pentru reducerea chimică și în

procesele electrolitic și metalurgic se consideră, de pildă, a fi utilizare dual;
8. dacă utilizează energia electrică în principal în scopul reducerii chimice și în procesele electrolitice și metalurgice;
9. dacă utilizarea energiei electrice reprezintă mai mult de 50% din costul unui produs;
10. dacă utilizează gazele sau energia în procese mineralogice (de exemplu fabricarea sticlei, cimentului, varului și ipsosului).

Recomandăm agenților economici care au utilizări de energie electrică și gaze naturale ce se regăsesc în descrierile de mai sus să analizeze și să ia în considerare implementarea acestei facilități. Faptul că ele există, că sunt prevăzute atât la nivel național, cât și european, înseamnă că acestea pot sau au fost deja implementate de alți jucători de pe piață. Neutilizarea acestora poate provoca dezavantaje financiare pentru agenții economici care nu le folosesc.

Recomandăm companiilor să revizuiască lista tratatelor de evitare a dublei impuneri

Companiile trebuie să revizuiască lista de bază a tratatelor de evitare a dublei impuneri ce li se aplică și să analizeze modificările pe care le implică noul *Instrument multilateral de modificare a tratatelor pentru evitarea dublei impuneri* (așa-numitul „**MLI**”). Motivul? În loc să elimine dubla impunere, așa cum s-ar putea crede chiar din titlu, prevederile ce vor intra în vigoare încă de la 1 iunie 2022 și

vor produce efecte de la 1 ianuarie 2023 ar putea aduce, de fapt, incertitudine, complexitate, costuri de timp și chiar dispute fiscale. Aceasta a fost principala recomandare făcută de specialiștii EY agenților economici în cel mai recent eveniment online pe tema MLI.

Instrumentul multilateral este derivat din planul BEPS (*base erosion profit shifting* – „erodarea bazei impozabile și transferul profiturilor") al Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică – OCDE. Acesta urmăreşte neutralizarea unor potențiale strategii de planificare fiscală a multinaționalelor, care să exploateze lipsurile şi neconcordaţele din legislaţiile fiscale naţionale, cu scopul de a transfera în mod artificial profituri către jurisdicţii cu un nivel de impozitare scăzut sau de a eroda baza impozabilă la nivel de grup.



„România, împreună cu alte 98 state, a aderat deja la acest instrument multilateral, care este în curs de implementare, însă lucrurile nu sunt nici pe departe simple. De aceea, companiile trebuie să cunoască implicațiile care pot apărea", a declarat **Raluca Popa, Partener Asociat, Departamentul Impozite directe, EY România**. În plus, la fel ca toate instrumente derivate din BEPS, și MLI este extrem de tehnic. *„Cum planul de acțiune BEPS vizează tocmai acele situații complexe prin care este erodată baza impozabilă și se realizează transferurile de profituri, pentru a-și putea atinge scopul, și Instrumentul multilateral este extrem de tehnic și complex*", a arătat partenerul EY.

Concret, MLI modifică tratatele fiscale încheiate între două sau mai multe părți. El nu va funcţiona precum un protocol de modificare a unui singur tratat existent, care să amendeze în mod direct textul Acordului Fiscal ce îi intră sub incidenţă.

Cu alte cuvinte, scopul MLI este de a implementa rapid măsurile BEPS în materie de tratate fiscale – o singură modificare în locul a peste 3.000 câte tratate bilaterale sunt. Astfel, MLI se va adăuga la tratatele fiscale curente, modificând modul lor de aplicare – dar aceste modificări pot să difere de la caz la caz. În scopuri interne, unele țări pot dezvolta versiuni consolidate ale propriilor Acorduri Fiscale ce intră sub incidența MLI, acest demers nu este însă o condiție indispensabilă pentru aplicarea instrumentului, iar până atunci statele, printre care și România, vor trebui să apeleze la un instrument pus la dispoziție chiar de OCDE (*matching tool*), pentru a stabili modul în care un tratat de evitare a dublei impuneri este impactat de MLI.

Ca prim pas, MLI impune statelor să modifice în tratatele lor fiscale preambulul, pentru a sublinia în mod expres că, deși scopul tratatelor este evitarea dublei impuneri, aplicarea acestora nu poate în niciun caz crea oportunități de neimpozitare, impozitare redusă sau de evitare a impozitării, dar și să refuze acordarea beneficiilor acordate contribuabilului printr-un tratat fiscal de eliminare a dublei impuneri, dacă se va constata că scopul sau unul dintre scopurile principale pentru încheierea oricărui aranjament sau tranzacții de către contribuabil a fost tocmai obținerea respectivelor beneficii. Aceste modificări nu fac altceva decât să sublinieze încă o dată aplecarea către substanța economică a tranzacțiilor, aspect cu care suntem deja familiari de ceva vreme.

Doar că, așa cum sublinia Raluca Popa, MLI nu înseamnă un set de reguli pe care toată lumea trebuie să le aplice, așa cum este cazul DAC 6 (un alt instrument derivat din BEPS). Statele sunt libere să își aleagă anumite opțiuni în modificarea tratatelor, ba, mai mult, majoritatea opțiunilor necesită simetrie între țări pentru a se putea aplica. Cum ar fi, de pildă, noile reguli de rezolvare a conflictelor de rezidență fiscală. Concret, MLI va produce efecte dacă: ambele state

contractante au semnat și ratificat MLI – acesta este încă un proces în derulare – din 99 de state semnatare, doar 70 au ratificat până la acest moment instrumentul (US nefăcând parte din aceasta listă); dacă fiecare stat contractant a inclus celălalt stat în lista de tratate MLI (adică Acordurile fiscale acoperite) – notabil că România nu a inclus tratatul cu Germania în listă, deci acesta nu este afectat de MLI – pe de altă parte, deși a selectat tratatul cu Elveția, întrucât aceasta din urmă nu a ales la rândul său să aplice MLI pentru tratatul cu România, nici acest din urmă tratat nu va suferi modificări (listele pot fi însă oricând revizuite în mod unilateral); dacă există concordanță în ceea ce privește modificările ratificate de cele două state (adică ambele jurisdicții optează pentru aceleași modificări). În cazul în care nu există concordanță cu modificările ratificate de cele două state, MLI nu produce niciun efect (cu unele excepții).



„Pentru anumite țări, MLI reprezintă o modalitate nouă de stabilire a rezidenței fiscale a companiilor – nu în funcție de locul conducerii efective, ci prin negociere amiabilă între autoritățile fiscale”, avertizează și **Răzvan Ungureanu, Director, Departamentul de impozite directe, EY România**. Tendința este, în plus, aceea de a se da din ce în ce mai multă importanță procedurilor amiabile, ceea ce *„ar trebui să pună în gardă companiile atunci când stabilesc locul unde se iau deciziile sau se desfășoară activitatea de management”*, a explicat Răzvan Ungureanu. Cum statele sunt într-o competiție permanentă și acerbă pentru colectarea de impozite, devine evident că interesele pentru stabilirea rezidenței sunt contrare, ceea ce va duce la un proces de lungă durată și anevoios. Mai mult, pe parcursul derulării discuțiilor „amiabile”, tratamentul fiscal rămâne incert, compania plătind

impozit în două state pentru aceleași activități.

Spre deosebire de poziția inițială a României la semnarea MLI în 2017, când optase pentru preluarea modificărilor legate de determinarea existenței unui sediu permanent, acum România a renunțat la această opțiune. În mod specific, fiecare jurisdicție participantă la MLI își poate rezerva dreptul ca anumite prevederi ale MLI să nu i se aplice, iar România a ales ca prevederile privind modificările legate de determinare a sediului permanent să nu se aplice tratatelor la care România este parte. Cu toate acestea, în principiu, MLI nu schimbă regulile jocului în definirea criteriilor de stabilire a sediului permanent existente deja în legislația OCDE – însă se apleacă asupra modului de definire în tratate a unor criterii importante.

O companie are un sediu permanent în altă țară atunci când desfășoară o parte din activități în țara respectivă și, prin urmare, trebuie să plătească impozit pe profit în acea țară pentru aceste activități. Este de la sine înțeles că, dacă această structură nu este stabilită de la bun început, va da naștere la dublă impozitare – mai precis, compania va plăti impozit pe profit pentru aceste activități atât în statul sau de rezidență, cât și în statul unde se desfășoară activitățile respective.



„Noi, în practică, vedem o atenție sporită a autorităților fiscale pe tema sediu fix/sediu permanent. Nu de puține ori sunt imputate sume importante companiilor în urma unor acțiuni de control, de aceea ne surprinde că România a renunțat între timp să preia aceste măsuri prin MLI. Vom urmări cu interes dacă în viitor vor apărea din nou modificări asupra acestei poziții”, a mai adăugat **Cristina Muntean, Manager, Departamentul de Impozite**

directe, EY România.



„Total inexplicabil, România a ales să nu aplice nici prevederile Convenției referitoare la arbitraj, cele la care contribuabilii pot apela atunci când consideră că au fost impozitați contrar prevederilor unui tratat de către jurisdicțiile contractante, iar autoritățile fiscale statale nu reușesc să ajungă la un acord amiabil în acest sens", a avertizat și **Alex Slujitoru, avocat, Băncilă, Diaconu și Asociații**. Alegerea României creează un dezavantaj considerabil contribuabililor, care se văd, astfel, lipsiți de un sprijin real în constrângerea statelor în aplicarea unui tratament fiscal corect și coerent. *„Practic, fără arbitraj, dacă jurisdicțiile contractante nu reușesc să se înțeleagă amiabil, așa cum se întâmplă frecvent în practică, nu există altă modalitate de deblocare a situației, contribuabilul fiind singurul prejudiciat*", a mai comentat Alex Slujitoru.

Amenzi pentru nedepunerea declarațiilor fiscale și neplata impozitelor aplicate în cadrul inspecției fiscale.

Ce trebuie să știe contribuabilii?

Autori:

- ***Răzvan Brătilă, Avocat, Băncilă, Diaconu și Asociații***
- ***Emanuel Băncilă, coordonator Controverse și Inspecții fiscale, Băncilă, Diaconu și Asociații***

Nu de puține ori, în cadrul inspecțiilor fiscale sunt stabilite atât obligații fiscale suplimentare în sarcina contribuabililor, cât sunt aplicate şi amenzi contravenționale, pentru neîndeplinirea unor obligații declarative sau de plată. Este însă legală amendarea contribuabililor, mai ales în condițiile în care există un interval mare de timp (câțiva ani) între momentul neîndeplinirii obligațiilor și aplicarea amenzii? Ce pot face contribuabilii?

Într-un exemplu recent, un operator economic a fost amendat contravențional în urma unei inspecții fiscale cu privire la perioada 2015-2018, pentru nedeclararea și neplata impozitului aferent veniturilor obținute de nerezidenți. Este legală amenda primită?

Pentru a răspunde la această întrebare, trebuie avute în vedere două aspecte esențiale: dacă există un termen legal în cadrul căruia contribuabilul avea obligația de a îndeplini respectiva obligație și dacă au trecut mai mult de 6 luni de la împlinirea acestui termen. Dacă răspunsul la cele două întrebări este „da”, atunci dreptul organelor de inspecție fiscală de a amenda contravențional contribuabilul este prescris, astfel cum vom arăta în cele ce urmează.

Baza legală pentru aplicarea amenzilor contravenționale în materie fiscală se regăsește în Titlul XI al Codului de procedură fiscală. De exemplu, potrivit art. 336 C.pr.fisc., reprezintă contravenție fapta de neîndeplinire la termen a obligațiilor declarative prevăzute de lege, fapta de nereținere de către plătitorii obligațiilor fiscale a sumelor reprezentând impozite și contribuții cu reținere la sursă, sau fapta de neraportare a aranjamentelor transfrontaliere. În plus, cuantumul amenzilor contravenționale nu este deloc neglijabil, el fiind situat între 1.000 lei și 100.000 lei.

Sancționarea contravențională în materie fiscală nu urmează un regim special, ci se supune acelorași reguli generale reglementate de Ordonanța Guvernului nr. 2/2001. Acestea prevăd că dreptul aplicării amenzii contravenționale se prescrie în termen de 6 luni de la data săvârșirii faptei, în cazul contravențiilor care se săvârșesc dintr-o dată (*i.e.* instantanee), respectiv în termen de 6 luni de la data încetării săvârșirii contravențiilor în cazul contravențiilor continue (*i.e.* contravențiile care durează în timp).

Atunci când contribuabilul nu și-a îndeplinit, spre exemplu, obligația de a reține la sursă un anumit impozit, este esențial de reținut că nu ne aflăm în prezența unei contravenții continue, ci în prezența unei contravenții instantanee. Mai exact, fapta s-a epuizat atunci când s-a împlinit termenul legal până la care contribuabilul trebuia să declare și să rețină impozitul la sursă, de la acest moment curgând termenul de prescripție de 6 luni.

În exemplul nostru, legea prevedea că impozitul datorat de nerezidenți se declară și se plătește în luna următoare celei în care s-a plătit venitul, respectiv pentru luna ianuarie, până la data de 25 februarie 2015, pentru luna februarie 2015, până la data de 25 martie 2015 ș.a.m.d. Astfel curge un termen de prescripție de 6 luni pentru fiecare lună în parte, de la data de 25 a lunii următoare celei în care era datorat venitul. Prin urmare, la sfârșitul anului 2021, când

contribuabilul a fost sancționat contravențional, intervenise deja prescripția extinctivă cu privire la posibilitatea de a aplica amenda pentru toată perioada în discuție.

Cu alte cuvinte, dacă au trecut 6 luni de la momentul la care contribuabilul trebuia să își îndeplinească obligația legală (lunară, semestrială, anuală etc.), acesta nu mai poate fi amendat, întrucât, așa cum arătam, depășirea termenului legal este echivalent cu stingerea dreptului organului de control de a amenda contribuabilul.

De asemenea, este irelevant momentul la care organele fiscale au constatat neîndeplinirea obligației legale de către contribuabil. Să presupunem că neîndeplinirea obligației fiscale a fost constatată cu ocazia inspecției fiscale, care, de regulă, verifică legalitatea și conformitatea îndeplinirii obligațiilor fiscale în urmă cu cel mult 5 ani (*i.e.* termenul de prescripție a dreptului de a stabili creanțe fiscale). Însă termenul până la care poate fi amendat contravențional contribuabilul rămâne cel de 6 luni de la data neîndeplinirii obligației sale și nu este suspendat ca urmare a efectuării inspecției fiscale.

În consecință, recomandăm contribuabililor ca, în momentul în care sunt amendați în urma unei inspecții fiscale, să analizeze împreună cu specialiștii în domeniu dacă respectiva amendă este legală, mai ales din perspectiva momentului la care s-a săvârșit presupusa faptă contravențională.