

Sumele colectate în urma ofertelor publice inițiale (IPO) derulate în Europa au crescut în semestrul I din 2018 comparativ cu aceeași perioadă din 2017

- Cele 99 de IPO-uri de pe piețele europene au strâns 9,3 miliarde de Euro în trimestrul al doilea din 2018, ceea ce face ca sumele atrase de pe burse în prima jumătate din 2018 să totalizeze 21,8 miliarde de euro, cu 5% mai mult decât în perioada similară din 2017;
- Au fost mai puține IPO-uri lansate în trimestrul al doilea din 2018, volumele fiind mai reduse cu 7%, iar valorile acestora cu 43% mai reduse comparativ cu perioada similară a anului trecut;

Piața europeană a ofertelor publice inițiale (IPO) a finalizat prima jumătate din 2018 cu venituri totale de 21,8 miliarde de euro din 168 de IPO-uri. Cifrele marchează o creștere de 5% în ceea ce privește sumele atrase de pe burse și de 4% în privința listărilor realizate, comparativ cu perioada similară din 2017, când 161 de IPO-uri au atras 20,8 miliarde de euro. Această creștere față de perioada similară a anului trecut se datorează în mare parte evoluțiilor din primul trimestru din 2018, când valoarea IPO-urilor europene a fost impulsionată de cele două mari listări înregistrate pe Deutsche Borse, divizia Healthineers a Siemens și divizia DWS Group a Deutsche Bank.

În trimestrul al doilea din 2018 activitatea de IPO a fost mai redusă la nivel european, cele 99 de IPO-uri colectând sume totale de 9,3 miliarde de euro. Acest lucru se traduce într-o

scădere de 43% în ceea ce privește sumele atrase și de 7% ca număr de IPO-uri lansate, comparativ cu aceeași perioadă din 2017, când 106 IPO-uri au atras 16,2 miliarde de euro.

În Europa continentală, piețele de capital scandinave continuă să fie active în privința listărilor derulate având 24 de IPO-uri care au atras 1,8 miliarde de euro în acest al doilea trimestru. Cel mai mare IPO din regiune a fost Kojamo, o companie finlandeză cu afaceri în domeniul imobiliar. Cel mai mare IPO al trimestrului a fost Ceva Logistics care a atras 1,1 miliarde de euro pe bursa SIX Swiss Exchange, ceea ce reprezintă 12% din valoarea totală a IPO-urilor din trimestrul al doilea și a fost singurul *mega IPO* al trimestrului.

„Prima jumătate a anului s-a finalizat cu o creștere a sumelor colectate în urma IPO-urilor cu 5%, comparativ cu perioada similară a anului trecut, în principal datorită mega IPO-urilor din primul trimestru. Din cauza potențialului război comercial dintre Statele Unite ale Americii și partenerii săi, dar și a negocierilor pentru Brexit volatilitatea își poate face simțită prezența pe piețele bursiere, îngreunând eventualele listări anunțate în Europa. În ciuda unui trimestru doi mai discret și a situației politice și economice curente, piețele sunt în continuare deschise și se efectuează tranzacții. Prețurile de listare vor rămâne, cel mai probabil, o provocare, în timp ce investitorii sunt tot mai selectivi. Acestea fiind spuse, ne așteptăm să asistăm la o creștere a volumelor listărilor în cea de-a doua parte a anului”, spune **Sorin Petre, Partener, Servicii evaluare și analiză economică, PwC România.**

În trimestrul al doilea, London Stock Exchange a rămas prima piață de capital din Europa, atât din punct de vedere al volumului cât și a valorii IPO-urilor anunțate. Sumele colectate de 2,5 miliarde de lire sterline din cele 25 de listări sunt cu 25% mai mari comparativ cu cele din trimestrul al doilea de anul trecut, când 24 de IPO-uri au atras 2 de miliarde de lire sterline.

În ciuda incertitudinilor din jurul negocierilor pentru Brexit, Londra a arătat că este în continuare capabilă să atragă listări transfrontaliere. Două dintre cele mai mari cinci IPO-uri din trimestrul doi au fost lansate la Londra. Astfel, Avast plc din Cehia și Vivo Energy, o companie cu afaceri pe piețele din Africa, au atras 692 de milioane de lire sterline, respectiv 603 milioane de lire sterline.

Sectorul tehnologiei a dominat IPO-urile anunțate în Marea Britanie și deține o pondere de 40% din fondurile atrase în trimestrul doi. În Marea Britanie a fost lansat al treilea cel mai mare IPO al trimestrului, Avast plc, dar și cele ale companiilor de jocuri electronice Codemasters Group și Team 17, care au atras 185 de milioane de lire sterline, respectiv 108 milioane de lire sterline. Team 17 s-a listat pe piața secundară, AIM a London Stock Exchange.

„Putem caracteriza prima jumătate de an pe Bursa de Valori București drept una efervescentă, în condițiile în care indicele care include dividendele, BET-TR, a crescut cu 11% la finalul primelor șase luni. În același timp, furnizorul global de indici MCSI a revizuit pozitiv o parte dintre criteriile de accesibilitate ale României transmițând un semnal pozitiv atât investitorilor cât și potențialilor investitori. În acest context, ne așteptăm ca partea a doua a anului să mențină această traiectorie pozitivă, mai ales în condițiile în care la jumătatea lunii iulie pe Bursa de Valori București intră la tranzacționare 12 certificate emise de Erste Group Bank AG. Considerăm că semnalele primite până acum de pe piața de capital de la București sunt încurajatoare atât pentru investitori, cât mai ales pentru companiile care sunt tranzacționate pe Bursă”, spune Ileana Guțu, Senior Manager, Departamentul de Evaluare și analiză economică, PwC România.

Crearea unei noi culturi organizaționale bazată pe self-leadership

Leadership-ul nu este un joc cu suma nulă. Leadership-ul este o artă, un exercițiu de voință și, de ce nu, un pariu cu tine însuți pentru a aduce la viață un potențial favorabil, chiar și în situațiile cele mai dificile. Nu este despre "uitați-vă la mine și luați aminte", ci despre construirea împreună a viitorului dorit. Este despre responsabilitate și curaj în asumarea rezultatelor, este despre respectul față de oameni, față de echipa cu care traversezi momentele dificile sau din viața unei organizații.

Responsabilizarea angajaților prin self-leadership

Când vine vorba despre modelele de leadership din companii, o direcție tot mai clară este responsabilizarea fiecărui angajat pe fiecare nivel ierarhic prin self-leadership. Tranziția la o organizație a viitorului se face prin încurajarea inițiativei și mecanismelor de auto-reglare în toată compania. Cu alte cuvinte cedarea treptată a controlului la fiecare nivel de conducere și preluarea unor responsabilități, în mod relevant de fiecare angajat în parte, la celelalte niveluri ierarhice. Numai că aceste intenții sunt ușor de spus, greu de implementat.

Depășirea promovărilor bazate pe conformitate

Fiecare nou pas în carieră pune angajatul într-un nou context. Ori de câte ori schimbă angajatorul, noul angajament presupune subordonare față de noua conducere, loialitate și uneori sacrificii în schimbul securității locului de muncă, recunoașterii profesionale și recompenselor tangibile și intangibile.

Promovarea este o promisiune și uneori chiar un motiv puternic să lucrezi într-o organizație mare. Numai că această promovare cere aprobarea unui superior. Aprobarea acestuia determină comportamentele acceptate și recompensate de către acesta. În aceste condiții se naște o relație de dependență, când angajatul își ajustează ce spune și ce face ca o strategie de supraviețuire, acceptare și promovare.

Trecerea de la conformitate la sens, integritate și curaj

Dacă leadership-ul înseamnă curaj, atunci cum îl reconciliezi cu conformitatea? Dilema se complică și mai tare atunci când „conformitatea ca strategie de promovare” intră în coliziune cu căutarea sensului activității pe care o faci. Dacă libertatea de a gândi autonom, viziunea despre ce lucrezi și pasiunea cu care o faci sunt incompatibile cu siguranța locului de muncă și promovarea atunci trebuie să faci o alegere. Alegerea pe care o faci determină natura și anvergura leadership-ului pe care îl promovezi.

Când angajații sunt provocați să depășească această dilemă schimbarea nu mai eșuează, iar câteva dintre cele mai des întâlnite comportamente care dispar sunt următoarele:

1. Angajații nu mai sunt preocupați exclusiv de modul în care fac ceea ce fac. Ei au curajul să facă lucrurile corecte.
2. Managerii nu mai fac micro-management, chiar dacă intenția lor era de a responsabiliza, și își depășesc nevoia de control.
3. Oamenii nu mai evită conflictul pentru că nu vor să-și periclitizeze promovarea și spun care sunt problemele reale ce trebuie abordate.
4. Oamenii nu mai spun în ședințe ceea ce se așteaptă de la ei, pentru ca apoi să aibă conversațiile adevărate în pauză, la cafea.
5. Angajații nu se mai așteaptă ca top managementul să aibă toate răspunsurile și să organizeze procesele – astfel

încât să nu fie ei nevoiți s-o facă.

Până la urmă, reprezentările noastre de siguranță și sens depind de harta noastră identitară. De aceea atunci când gândești ca un lider și vrei să schimbi o organizație de la o structură ierarhică cu reflexe autocratice la una bazată pe consultare participativă cu colegii e bine să-ți identifice fricile aduse de o asemenea schimbare, să ți le asumi și să fii pregătit să le învingi. Dacă faci diferența între temerile percepute și riscurile reale, ai găsit calea de rezolvare a acestei dileme.

Autor: Florentina Șuşnea, Managing Partner, PKF Finconta

* * *

Despre PKF Finconta

De peste 23 de ani, PKF Finconta este una dintre principalele 10 firme de servicii profesionale din România. Ca membri ai PKF International Ltd. suntem parte dintr-o rețea internațională de firme independente din punct de vedere legal, care oferă consultanță și audit oriunde în lume. Grupul PKF Finconta este format din patru societăți cu capital românesc: PKF Finconta, PKF Finconta Consultanță, PKF Finconta HR și Finconta Consulting SPRL, membre ale organismelor profesionale naționale CECCAR, CAFR, CCFR și UNPIR. Prin intermediul acestora oferim servicii de audit financiar, analiză financiară corporativă, consultanță fiscală, întocmirea dosarului prețurilor de transfer, servicii de contabilitate, salarizare, resurse umane, insolvență, auditarea fondurilor nerambursabile și due diligence de achiziții.

Primele 100 de companii la nivel mondial au o valoare de piață de 20.000 de miliarde de dolari arată o analiză PwC

Comaniile din China reduc avansul față de cele din Statele Unite

- Valoarea totală de piață a celor mai mari 100 de companii globale a crescut cu 15% comparativ cu anul trecut și a ajuns la 20.000 de miliarde de dolari. Acest lucru reflecta o creștere de 11.5% a Indexului Global MCSI. Statele Unite ale Americii revendică prima poziție cu 54 de companii în Top 100, ceea ce înseamnă un total de 61% din capitalizarea de piață.
- Companiile din China, clasate pe poziția a doua, au avut o creștere de 57% a capitalizării de piață comparativ cu 2017, totalizând 2822 de miliarde de dolari
- Top 10 al celor mai valoroase companii include 8 companii din SUA și două din China, în timp ce Top 10 de anul trecut era compus doar din companii americane
- Europa este reprezentată de 23 de companii în Top 100, cu una mai mult față de anul trecut. Ponderea în Top 100 a capitalizării companiilor europene rămâne neschimbată la 17%.
- După ce a distribuit dividende de 31 de miliarde de dolari acționarilor, Apple rămâne, pentru al șaptelea an consecutiv, cea mai valoroasă companie din top, în ciuda faptului că Alphabet, care ocupă poziția secundă, a redus ecartul.
- Sectorul tehnologiei este cel mai mare în ceea ce privește valoarea de piață, urmat de cel financiar și al bunurilor de larg consum.

Valoarea de piață a primelor 100 de companii la nivel global a crescut semnificativ în ultimul an cu aproximativ 2597 de miliarde de dolari, sau 15%, comparativ cu 31 martie 2017, reiese din datele studiului PwC Global Top 100. Această creștere se adaugă celei de 12% înregistrată în 2017, iar capitalizarea bursieră continuă să crească anual, de la criza financiară globală.

48% din creșterea ultimului an a fost asigurată de companiile americane, pe fondul unor condiții economice solide și bazată pe poziția dominantă pe care o au în sectorul tehnologic. Europa înregistrează o creștere a capitalizării bursiere pentru al doilea an la rând, dar cu o pondere neschimbată în clasamentul primelor 100 cele mai mari companii din lume în funcție de valoarea de piață.

Pentru al patrulea an consecutiv, Statele Unite dau peste jumătate din companiile care alcătuiesc Top 100 (54 de companii anul acesta, în scădere de la 55 în 2017). De asemenea, valoarea companiilor americane reprezintă 61% din totalul topului, în scădere de la 63% anul trecut.

Amazon este compania cu cea mai solidă creștere a capitalizării, câștigând, ca valoare de piață, aproximativ 278 de miliarde de dolari sau 66% comparativ cu anul 2017. Pe locurile următoare sunt două companii din China, Tencent, cu o creștere a valorii de 224 de miliarde de dolari, sau 82% față de anul trecut, și Alibaba, cu o creștere de 201 miliarde de dolari sau 75%. Următoarele trei companii cu cea mai bună performanță bursieră, în termeni absoluți, vin din Statele Unite – Microsoft, Alphabet și Apple.

În ciuda faptului că se află pe locul 6 în termeni ai creșterii valorii de piață, Apple rămâne în *pole-position* în ceea ce privește capitalizarea bursieră pentru al șaptelea an consecutiv. Cu toate acestea, avansul față de Alphabet, care se află pe locul al doilea, s-a redus cu 25%, la aproximativ 132 de miliarde de dolari, de la 175 de miliarde în 2017.

Apple a plătit, în 2017, 31 de miliarde de dolari drept dividende investitorilor și pentru răscumpărarea de acțiuni, față de 29 de miliarde în 2016, cea mai mare sumă dintre toate companiile din top. JP Morgan Chase se situează pe locul al doilea în ceea ce privește valoarea distribuită acționarilor, cu 24 de miliarde, în creștere de la 18 miliarde în anul precedent.

Dacă analizăm topul din punct de vedere al sectoarelor și al capitalizării bursiere, cel al tehnologiei continuă să conducă în fața celui financiar pentru al treilea an consecutiv, iar cel al bunurilor de larg consum se află pe locul trei. Primele trei companii la nivel global sunt în continuare din sectorul tehnologiei – Apple, Alphabet, Microsoft – urmate, pe locul cinci de Tencent și Facebook pe locul opt, în scădere de pe locul șase anul trecut.

Companiile europene au fost serios afectate de criza financiară globală de acum un deceniu, ceea ce le-a indus de atunci fluctuații în capitalizarea bursieră. Cu toate acestea, anul trecut Europa a reușit să-și consolideze recenta revenire, prin creșterea numărului de companii din Top 100 de la 22 la 23. De asemenea, a crescut și capitalizarea bursieră consolidată a companiilor europene cu aproximativ 331 de miliarde de dolari. Cu toate acestea, numărul companiilor de pe bătrânul continent prezente în Top 100 este sub cele 33 pe care le avea în 2010, iar cota de piață în Top 100, 17% la nivelul anului 2018 – deși neschimbată din 2017 – este mai mică decât cea de 27% din 2009.

Capitalizarea bursieră a companiilor din China prezente în Top 100 crește spectaculos cu 57% comparativ cu 2017. Anul acesta 12 companii chinezești sunt în Top 100, cu 10 mai mult față de anul trecut. Hong Kong contribuie cu alte două, după ce anul trecut a avut una singură. În termeni de creștere absolută a capitalizării bursiere, Tencent, care este, pentru al doilea an la rând, compania chineză cu cea mai solidă dezvoltare, și-a crescut valoarea cu 82% ajungând la 496 de miliarde de

dolari. În termeni globali, creșterea acesteia este a doua cea mai mare după cea înregistrată de Amazon. Alibaba este a doua companie chineză în termeni de creștere și a treia în topul global, cu un salt de 75% peste anul trecut, ajungând la 470 de miliarde de dolari. Aceste salturi au dus companiile chineze în Top 10 al capitalizării bursiere, Tencent fiind clasată pe locul 5 și Alibaba pe locul 7.

„Dacă este să privim și pe plan local, capitalizarea bursieră a companiilor românești listate pe Bursa de Valori București era, după primele șase luni din acest an de aproximativ 20 de miliarde de euro, în timp ce capitalizarea tuturor companiilor de pe piața reglementată era de 36 de miliarde de euro. Per ansamblu, în primele șase luni ale anului 2018, piața de capital din România a avut o evoluție pozitivă, marcată de două listări (una tehnică și un IPO) și două emisiuni de obligațiuni. Cele aproximativ 40 de milioane de euro pe care Purcari Wineries le-a atras de pe bursă dau un semnal de încredere atât pentru investitori și potențiali investitori, cât și pentru companiile care au în plan atragerea de finanțare de pe piața de capital”, spune Ileana Guțu, Senior Manager, Servicii de evaluare și analiză economică, PwC România.

Introducerea posibilității de distribuire trimestrială a dividendelor

Legea nr. 163/2018 pentru modificarea și completarea Legii contabilității nr. 82/1991, modificarea și completarea Legii societăților nr. 31/1990, precum și modificarea Legii nr.

1/2005 privind organizarea și funcționarea cooperăției („Legea 163/2018”)

Conform prevederilor Legii 163/2018, publicată în Monitorul Oficial nr. 595/12.07.2018, începând cu data de 13 iulie 2018 societățile pot distribui trimestrial dividende.

Repartizarea trimestrială a profitului către acționari sau asociați se efectuează opțional, în limita profitului contabil net realizat trimestrial, plus eventualele profituri reportate și sume retrase din rezerve disponibile în acest scop, suma permisă la distribuire fiind ulterior diminuată cu eventualele pierderi reportate din anii anteriori și cu rezervele obligatorii de constituit (ca, de exemplu, rezerva legală).

Regularizarea sumelor repartizate în cursul exercițiului financiar trebuie să aibă loc după aprobarea situațiilor financiare anuale, iar dividendele repartizate și plătite în plus în cursul exercițiului financiar se restituie în termen de 60 de zile de la data aprobării situațiilor financiare anuale.

Societățile care optează pentru repartizarea trimestrială de dividende au obligația să întocmească situații financiare interimare. Aceste situații financiare sunt supuse auditului, în situația în care persoanele care le întocmesc au obligația de auditare statutară a situațiilor financiare anuale sau optează pentru auditarea acestora.

Editori

Țuca Zbârcea & Asociații Tax S.R.L. este divizia de consultanță fiscală a Țuca Zbârcea & Asociații, organizată ca o structură societară de sine stătătoare cu o echipă formată din consultanți fiscali autorizați, având o vastă experiență în domeniu. Serviciile oferite acoperă: planificarea tranzacțiilor, consultanță fiscală operațională, structuri de eficientizare (scheme de optimizare fiscală), analize fiscale și audit, audituri ale autorităților fiscale și soluționarea

litigiilor (inclusiv combaterea riscurilor și a eventualului impact al unor litigii de lungă durată cu autoritățile fiscale), conformare și reprezentare fiscală, precum și stabilirea prețurilor de transfer.

Experții fiscali din cadrul Țuca Zbârcea & Asociații Tax S.R.L. colaborează îndeaproape cu avocații firmei cu experiență în gestionarea diverselor problematici de procedură și contencios fiscal, asistând și reprezentând clienți dintr-o varietate de industrii cu privire la toate tipurile de taxe, obligații fiscale, facilități fiscale ori contribuții de orice natură la bugetele de stat. Țuca Zbârcea & Asociații Tax S.R.L. este societate membră a A.R.S.I.T. – Asociația pentru Reformarea Sistemului de Impozite și Taxe.

Declarația Unică se depune online prin accesarea <https://declunica.anaf.ro/>

Pentru a simplifica completarea și depunerea online a Declarației Unice, Ministerul Finanțelor Publice – ANAF pune la dispoziția contribuabililor o aplicație informatică dedicată, care poate fi accesată la adresa <https://declunica.anaf.ro/>. Declarația Unică se poate completa și depune de la adresa <https://declunica.anaf.ro/> dacă se utilizează numele de utilizator și parola contului personal din Spațiul Privat Virtual.

Se recomandă utilizarea din timp a aplicației dedicate completării și depunerii online a Declarației Unice, pentru a se evita îngreunarea procedurii de depunere de către un număr mare de utilizatori înregistrați simultan în sistem.

Contribuabilii care depun electronic Declarația Unică beneficiază de bonificația de 5% din impozitul pe venit plătit integral până la 15 martie 2019 inclusiv, reprezentând obligațiile fiscale anuale pentru anul 2018. O bonificație de 5% se acordă, de asemenea, și pentru contribuțiile sociale datorate potrivit legii.

Termenul de depunere a declarației unice a fost extins până la 31 iulie 2018.

Managementul generației cu internetul în buzunar

“Fac ce-mi spui dacă recunoști cine sunt”. Acesta pare să fie motto-ul după care se ghidează nouă generație de angajați. Cei născuți după 1980 și consacrați în literatura de business drept Generația Y, sau millenials, au trăit liberi de prejudecăți ierarhice și sunt motivați de recunoașterea muncii lor. În topul elementelor care îi motivează cel mai mult este stilul de management. Recunoașterea individuală a muncii lor îi definește ca persoane și în calitatea lor de contribuitori.

Obişnuiți ai tehnologiei, cei din generația millenials au aşteptări de la manageri și își doresc ca feedback-ul pe care îl obțin de la aceștia să fie similar cu cel de la dispozitivele folosite: personalizat și instant, chiar în urma acțiunilor lor.

Stau foarte mult conectați și par să dezvolte comportamente ce îmbină nevoia de socializare și de distracție, cu nevoia de sens în ceea ce fac. Iar această nevoie de conectare și sens îi face neînțeleși pentru generația managerilor formați într-un alt context și într-o altă școală de gândire, pentru care a

fi responsabil înseamnă a fi sobru și neinterogativ.

Millenials vorbesc la persoana întâi singular și la diateză activă, ceea ce-i face să pară desprinși dintr-un selfie la locul de muncă. De fapt, ei vor recunoaștere din partea managerilor, într-o lume monotonă a angajaților care fac în mod repetitiv aceeași activitate.

Pentru această generație, crearea unui mediu motivant de lucru este un aspect foarte important. Prin urmare, pentru a crește coeficientul de motivație pentru Generația Y, managerii trebuie să-i provoace pe acești angajați, să-i implice în activități și proiecte cât mai diverse și să fie deschiși la ideile și propunerile venite din partea lor.

Tinerii Generației Y sunt motivați de libertatea de a lucra după cum le place, având în permanență în vizor obiectivul fixat de manager. Ei nu vor un manager care să le sufle în ceafă și să le spună secundă de secundă ce au de făcut, ci preferă un feedback periodic, care să valideze că sunt pe direcția bună.

În versiunea lor, managerul direct este mai degrabă un antrenor de talente de la care vor să știe dacă au lucrat bine sau nu. Iar dacă se întâmplă ca managerul să nu fie mulțumit de calitatea muncii lor, acesta are libertatea să îi pregătească profesional și să-i motiveze să performeze la adevăratul lor potențial.

Din cauza capacității lor reduse de a se concentra, millenialii au nevoie să fie motivați și recompensați imediat.

Astfel, pentru o facilă integrare în companie și pentru asigurarea transferului de experiență, o soluție ar fi ca managerii să creeze rețele interne de mentorat. În acest fel, tinerii din Generația Y vor primi sfaturi și consiliere pentru a performa în noul mediu de lucru. În plus, prin mentorat, ei capătă o direcție care îi orientează către un scop al muncii pe care o fac. De aceea, un factor important în managementul

relației cu tinerii din această generație este comunicarea eficientă. Dacă își extrag semnificație din munca pe care o prestează, atunci ei vor fi motivați și deschiși să fie ghidați de către mentori.

Este esențial ca managerii să înțeleagă că cei din Generația Y doresc să se educe continuu și să învețe de la colegii lor. Acești tineri caută sarcini provocatoare și au o dorință de a câștiga cunoștințe prin colaborarea cu cei din jur.

Autor: Alina Făniță, CEO, PKF Finconta

* * *

Despre PKF Finconta

De peste 23 de ani, PKF Finconta este una dintre principalele 10 firme de servicii profesionale din România. Ca membri ai PKF International Ltd. suntem parte dintr-o rețea internațională de firme independente din punct de vedere legal, care oferă consultanță și audit oriunde în lume. Grupul PKF Finconta este format din patru societăți cu capital românesc: PKF Finconta, PKF Finconta Consultanță, PKF Finconta HR și Finconta Consulting SPRL, membre ale organismelor profesionale naționale CECCAR, CAFR, CCFR și UNPIR. Prin intermediul acestora oferim servicii de audit financiar, analiză financiară corporativă, consultanță fiscală, întocmirea dosarului prețurilor de transfer, servicii de contabilitate, salarizare, resurse umane, insolvență, auditarea fondurilor nerambursabile și due diligence de achiziții.

Guvernanța corporativă, factor de competitivitate

Ultimii ani au consemnat o amplificare a nevoii de transparență în mediul de business din România. Acționari, factori interesați și terțe părți și-au exprimat din ce în ce mai mult dorința de a spori, mai ales, transparența informațiilor nefinanciare. Aceste evoluții se reflectă, parțial, în noua legislație UE, în reglementările privind cerințele de informare nefinanciară al entităților de interesul public și Directiva privind drepturile acționarilor.

Din perspectiva factorilor interesați, informațiile credibile privind structurile guvernantei, funcțiile și procesele unei companii au devenit o zonă de interes major în acest context. Acest lucru nu constituie doar baza pentru o gestionare și monitorizare adecvată a companiilor (private sau de stat), dar și un puternic indicator că acestea sunt expuse unui mediu dinamic și complex într-o realitate în evoluție rapidă.

Ca urmare a creșterii cererii părților interesate pentru o mai mare transparență, conducerea companiilor ar trebui să furnizeze informații cu privire la nivelul de maturitate al structurilor de guvernare, funcțiilor și proceselor. Consiliile de conducere ar trebui să explice, de asemenea, eficiența acestor sisteme și modul în care acestea răspund așteptărilor părților interesate. Cultura guvernării corecte a unui business joacă, din ce în ce mai mult, un rol important în integrarea bunei guvernante corporative într-o organizație.

Provocări

Provocările tipice cu care se confruntă consiliile de administrație și alte organisme de conducere, pe măsură ce revizuiesc și abordează cultura lor de guvernare corporativă, pot include:

1. Lipsa de transparență în ceea ce privește nivelul de maturitate al guvernantei existente privind structurile, funcțiile și procesele companiei
2. Incertitudinea cu privire la adecvarea structurilor, funcțiilor, proceselor de guvernare corporativă existente și a culturii organizaționale, având în vedere dimensiunea și calitatea juridică a organizației
3. Incertitudinea cu privire la funcționarea eficientă și eficace a structurilor, funcțiilor, proceselor de guvernare și culturii organizaționale existente
4. Structurile de guvernare actuale nu corespund așteptărilor conducerii, investitorilor și altor părți interesate
5. Procese inconsistente, incomplete sau redundante, linii de raportare ineficiente și documentația privind guvernarea corporativă inexistentă

Potențiale beneficii

1. Transparență îmbunătățită față de nivelul actual de maturitate al structurilor, funcțiilor și proceselor de guvernare, cât și în ceea ce privește adecvarea structurii organizației, precum și eficacitatea operațională
2. Abordarea modularizată privind entitățile și domeniile de guvernare corporativă în domeniul de aplicare, metodele utilizate și profunzimea analizei (identificarea diferențelor dintre starea actuală și cea dorită)
3. Criterii de evaluare personalizate, care reflectă standardele internaționale (principiile OCDE) precum și cerințele de reglementare naționale și ale companiei
4. Recomandări detaliate și plan de acțiune pentru a elimina diferențele față de nivelul de maturitate dorit
5. Facilitarea demarării unui dialog privind guvernarea corporativă cu investitorii, clienții și alte părți interesate

Concluzie

Îmbunătățirea climatului de afaceri nu este o opțiune, ci o necesitate, dacă România vrea să-și atingă potențialul de competitivitate. Adoptarea cadrului de reglementare și implementarea elementelor de bază ale guvernancei corporative sunt mijloacele care conduc la acest obiectiv.

În consecință importanța guvernancei corporative va trebui să crească în următorii ani, iar procesul trebuie să fie susținut, pentru companiile cu capital majoritar de stat, atât prin organul legislativ cât și prin cel executiv. Pe de altă parte societățile comerciale nelistate la Bursa de Valori București (BVB) ar trebui să treacă, în număr tot mai mare, la implementarea structurilor de guvernare corporativă, având în vedere beneficiile acesteia.

Provocarea companiilor din România de a fi competitive pe o piață mereu în schimbare le va orienta către un sistem de guvernare corporativă eficient, dacă vor să atragă capital financiar și uman.

Autor: Florentina Șuşnea, Managing Partner, PKF Finconta

* * *

Despre PKF Finconta

De peste 23 de ani, PKF Finconta este una dintre principalele 10 firme de servicii profesionale din România. Ca membri ai PKF International Ltd. suntem parte dintr-o rețea internațională de firme independente din punct de vedere legal, care oferă consultanță și audit oriunde în lume. Grupul PKF Finconta este format din patru societăți cu capital românesc: PKF Finconta, PKF Finconta Consultanță, PKF Finconta HR și Finconta Consulting SPRL, membre ale organismelor profesionale naționale CECCAR, CAFR, CCFR și UNPIR. Prin intermediul acestora oferim servicii de audit financiar, analiză financiară corporativă, consultanță fiscală,

întocmirea dosarului prețurilor de transfer, servicii de contabilitate, salarizare, resurse umane, insolvență, auditarea fondurilor nerambursabile și due diligence de achiziții.

Tax Magazine nr. 3 mai-iunie 2018

- **Ciprian Păun**

0 reformă care se lasă așteptată
Evoluții fiscale recente

- **Bianca Danciu**

Costurile excendentare ale îndatorării – reguli fiscale noi începând cu 1 ianuarie 2018. De la teorie la practică

- **Mirela Păunescu**

Impozitarea tranzacțiilor cu monedă virtuală în cazul societăților românești care aplică IFRS

- **Gabriel Biriș**

Paper Consult sau cum nu poți repara un rău cu un alt rău

- **Luisiana Dobrinescu**

Taxarea inversă, facilitate și responsabilitate

- **Ioana Maria Costea, Despina Martha Ilucă**

Buna-credință în colectarea TVA. Noi dimensiuni rezultate din hotărârea pronunțată în cauza Paper Consult

- **Andrei Ștefănescu**

Rolul facturii fiscale în cadrul raporturilor juridice contractuale

- **Horățiu Sasu**

Cooperarea administrativă în materie fiscală la nivelul UE și (ne)respectarea Regulamentului GDPR

- **Ionița Cochintu**

Tariful de utilizare și tariful de trecere pe rețeaua de drumuri naționale din România – cadrul legal și aspecte jurisprudențiale

- **Jurisprudență fiscală națională**

Viorel Terzea – Sinteză de jurisprudență fiscală națională privind angajarea răspunderii solidare în materie fiscală (partea a II-a)

- **Jurisprudență fiscală a instanțelor europene**

Sinteza hotărârilor în materie fiscală pronunțate de Curtea de Justiție a Uniunii Europene în perioada mai – iunie 2018

PwC România promovează trei noi Parteneri

PwC România anunță extinderea echipei, de la 1 iulie 2018, cu trei noi Parteneri în cadrul departamentelor de audit și consultanță fiscală și juridică.

Cu o experiență de peste 14 ani, **Manuela Guia** devine Partener și coordonator al echipelor de concurență, industria farmaceutică, protecția datelor și a consumatorilor, proprietate intelectuală și sector public în cadrul Departamentului de Consultanță Fiscală și Juridică al PwC România.

Recomandată de principalele publicații internaționale de specialitate ca expert de top în domeniile sale de activitate (e.g. clasata în Band 1 de Chambers and Partners pentru domeniul Concurență, recomandată ca expert în domeniul

Telecom, Sector Public etc.), Manuela este recunoscută pentru ampla sa experiență în ceea ce privește aspecte complexe ale mediului de afaceri, în interacțiunea cu domenii reglementate și cu autoritățile naționale competente în aceste domenii, în gestionarea unor proiecte de anvergură și cu impact direct asupra mediului de afaceri. Manuela este singurul avocat din România recunoscut în topul 100 Femei din Lume în Practica Antitrust”, alcătuit de Global Competition Review.

Pe parcursul carierei sale, Manuela a publicat numeroase articole de specialitate și a susținut prezentări, cursuri, seminarii (inclusiv seminarii de dreptul concurenței la Masterul de Dreptul Afacerilor al Facultății de Drept din cadrul Universității București) și training-uri. A participat la redactarea de acte normative în materia dreptului concurenței, ajutorului de stat, achizițiilor publice sau reglementărilor privind aviația.

Începând cu 1 iulie **Andreea Mitiriță** este Partener în cadrul Departamentului de Consultanță Fiscală și Juridică al PwC România. În decursul celor 15 ani de când activează în domeniul consultanței fiscale, Andreea a acumulat o bogată experiență în proiecte de restructurări de modele de afaceri atât la nivel local cât și internațional, proiecte de due-dilligence, fuziuni și achiziții sau litigii fiscale. Andreea a activat timp de un an și în divizia de restructurare fiscală internațională din cadrul biroului PwC din Amsterdam, ceea ce a contribuit semnificativ la dezvoltarea experienței sale internaționale.

În acest nou rol, Andreea se va concentra în special pe dezvoltarea clienților din sectorul energetic. De asemenea, Andreea este noul lider al diviziei fiscale de M&A a PwC România și va coordona birourile regionale din Timișoara și Iași.

Andreea s-a alăturat echipei PwC România în 2003, imediat după absolvirea Academiei de Studii Economice din București, fiind

licențiată în *Administrarea Afacerilor*. În 2007 a devenit membru al Camerei Consultanților Fiscali. În iunie 2016 a absolvit cursurile Chartered Institute of Taxation (CIOT) și a obținut *Advanced Diploma in International Taxation – ADIT*, una dintre cele mai importante certificări profesionale în domeniu.

Ea este membru activ al comitetelor de fiscalitate din cadrul Camerei de Comerț Americane și Consiliul Investitorilor Străini, rol în care va continua să contribuie la modernizarea și dezvoltarea sistemului fiscal din România.

Începând cu 1 iulie **Monica Movileanu** devine Partener în cadrul departamentului de Audit unde va coordona practica de consultanță financiară și contabilă (CMAAS). Monica va avea un rol semnificativ în dezvoltarea unei strategii robuste în abordarea serviciilor de consultanță financiară și contabilă, atât la nivelul României cât și a altor teritorii din Europa de Sud-Est.

Monica s-a alăturat echipei PwC în 2004, având o vastă experiență, atât în audit financiar, cât și în consultanță financiară, deservind numeroși clienți (companii locale și multinaționale) din domeniul retail, agricultură, produse industriale și piața imobiliară. Din anul 2015, Monica s-a dedicat dezvoltării serviciilor de consultanță financiară și contabilă, construind o practică durabilă și o echipă de profesioniști recunoscută pe piața din România.

Monica este membră a Asociației Experților Contabili Autorizați din Marea Britanie (ACCA-UK) și a Camerei Auditorilor Financiară din România (CAFR).

„Afacerea noastră s-a dezvoltat în ritm susținut în ultimii ani, iar asta s-a tradus și în creșterea echipei de parteneri. Cel mai important activ al PwC România sunt oamenii și, de aceea, dorim să oferim oportunități excepționale de carieră consultanților noștri. Reușita profesională a Manuelei,

Andreei și Monicăi este o consecință firească a dedicării, pasiunii și rezultatelor excelente obținute de-a lungul timpului, în care au avansat de la pozițiile de juniori până la cea de parteneri în cea mai solidă și mai reputată echipă de consultanți de pe piața locală de servicii profesionale. Sunt foarte mândru de evoluția lor și le doresc mult succes în noile roluri”, a declarat Ionuț Simion, Country Managing Partner, PwC România.

Ce spun directorii generali despre digitalizare

Planul digitalizării unei companii trebuie mai întâi să existe, după aceea să fie aprobat de lideri și ulterior să fie implementat. Liderii unei companii au rolul de conectori între oameni și de ordonatori de resurse. Dacă aceștia decid că un proiect se suspendă, atunci totul se oprește. Important este ca liderii să înțeleagă beneficiile digitalizării companiei și riscurile care apar dacă nu digitalizează compania.

Relevante, din acest punct de vedere, sunt răspunsurile directorilor generali referitoare la digitalizarea companiilor lor în 2017 și în 2018 colectate de studiul [Barometrul Digitalizării companiilor din România](#), realizat de compania de consultanță [Valoria](#). Astfel, studiul identifică cu precizie perspectiva top managementului companiilor din România cu privire la digitalizare.

Comparativ cu anul 2017, când 30% dintre decidenți spuneau că afacerea condusă de ei a fost foarte influențată de digitalizare, în 2018, 51% spun acest lucru (+21pp). Se vede clar că top managementul este tot mai conștient de impactul pe

care digitalizarea îl are asupra companiei.

Față de anul trecut, în 2018 crește, de la 48% la 51% (+3pp), încrederea directorilor executivi că au cunoștințele necesare la nivel de companie ca să valorifice digitalizarea în business. Consolidarea cunoștințelor la nivelul personalului și înțelegerea mai clară a relevanței digitalizării pentru companie au dat, și acestea, un plus de 3 puncte procentuale (pp) la încrederea directorilor în capacitățile acestora.

În continuare se remarcă creșteri (+9pp) privind măsura în care noile modele de business digital schimbă industrii. În 2017, 15% dintre directori spuneau că modelele de business digital au schimbat industria în care operează companiile pe care le conduc. În 2018, procentul ajunge la 26% dintre top manageri care spun același lucru.

Instrumentele, canalele și/sau modelele de business digitale considerate componentă centrală a strategiei de business înregistrează o creștere de +3pp între 2017 și 2018, în timp ce părerea top managementului companiilor cu privire la măsura mare în care modelele digitale de business vor schimbă industria lor în următorii 1-3 ani rămâne constant la 38% în 2017 și 2018.

În 2018, pentru 15% dintre respondenții aflați în roluri de conducere (+14pp), modelele de business digital reprezintă o amenințare pentru compania pe care o conduc față de numai 1% câți erau de aceeași părere în 2017.

Companiile din România par să ia măsuri privind delegarea responsabilității unui lider din top management privind dezvoltarea digitală a afacerii. Față de anul trecut când 28% dintre companii spuneau că au dat această responsabilitate unui lider din top management procentul crește la 36% în 2018 (+10pp).

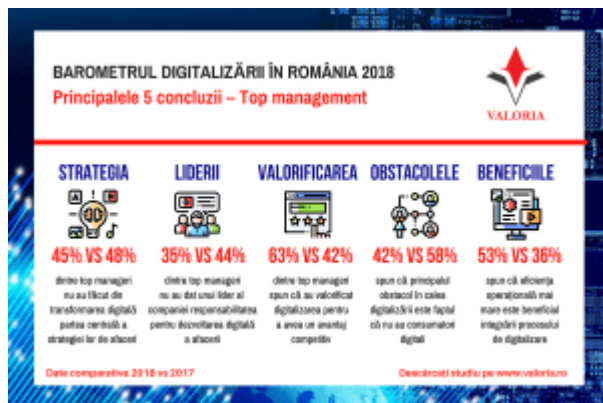
O creștere importantă se remarcă și în privința valorificării digitalizării ca avantaj competitiv. Față de anul trecut, când

doar 42% dintre liderii companiilor spuneau că au valorificat digitalizarea pentru a avea avantaj competitiv, în 2018, 63% dintre lideri fac această afirmație (+21pp).

Pentru directorii generali principalele obstacole în calea digitalizării sunt rezistența la schimbare și faptul că firmele lor nu au consumatori digitali. Vestea bună este că în ambele cazuri ponderea acestor două obstacole scade de la 58% în 2017 la 42% în 2018 (-16pp). În același timp, beneficiile digitalizării văzute de aceștia includ simplificarea proceselor, 53% în 2018 vs. 31% în 2017, și eficiența operațională, 53% în 2018 vs. 36% în 2017.

Față de 2017, când 27% dintre directorii generali spuneau că se așteaptă la o creștere a profitului de 10%-30% în următorii 3 ani ca urmare a digitalizării, anul acesta 32% dintre respondenți (+5pp) se așteaptă la o creșterea a profitului în acest interval.

Pentru top managementul companiilor din România digitalizarea devine tot mai concretă. Liderii companiilor au început să ia măsuri pentru corelarea digitalizării cu dezvoltarea afacerii. Numirea unui responsabil din rândul top managementului însărcinat cu dezvoltarea digitală a afacerii deocamdată alimentează așteptări privind evoluția profitului. Configurarea unei direcții clare privind transformarea digitală și depășirea rezistenței interne vor consolida expertiza și crește acceptanța acestui proces la nivelul companiilor. Viitorul este al liderilor care schimbă modelele de afaceri tradiționale cu cele digitale.



[Studiu_Barometrul_digitalizarii_2018_RO_DG](#)

Autor: Constantin Măgdălina, Expert, Tendințe și tehnologii emergente

* * *

Despre Constantin Măgdălina

Constantin Măgdălina are o experiență profesională de 8 ani, timp în care a lucrat la companii multinaționale, atât în țară cât și în străinătate. Constantin are un Master în Marketing și Comunicare la Academia de Studii Economice București. Este certificat Lean Six Sigma și ITIL (IT Information Library®) ceea ce-i facilitează o bună înțelegere a proceselor și transformărilor din cadrul organizațiilor. Pe de altă parte certificarea obținută de la Chartered Institute of Marketing îi completează expertiza de business. În cei peste 4 ani de activitate în cadrul unei companii din Big 4 a inițiat și

coordonat studii ce analizau aspecte legate de mediul de afaceri din România. Printre acestea se află previziunile economice de creștere ale firmelor în 2013-2016, managementul cunoștințelor, experiența de cumpărare în era consumatorilor digitali, social media și mediul de afaceri românesc, utilizarea dispozitivelor mobile în România. Este autor a numeroase articole cu teme legate de inovație, eficientizarea proceselor de afaceri, social media, transformarea digitală, tendințe și tehnologii emergente. Este invitat ca vorbitor la numeroase evenimente și conferințe de business.