

Stimularea investițiilor și antreprenoriatului, precum și asigurarea finanțării organizațiilor non profit sunt două dintre cele mai importante puncte ale ordonanței de urgență adoptate de Guvern, la propunerea Ministerului Finanțelor Publice

Finanțare pentru ONG – uri

Pentru susținerea ONG-urilor furnizori de servicii sociale prin asigurarea finanțării de care au nevoie, au fost luate două măsuri menite să încurajeze microîntreprinderile și persoanele fizice să facă sponsorizări și/sau acte de mecenat. Astfel, microîntreprinderile care fac sponsorizări pentru asigurarea finanțării activității organizațiilor nonprofit care sunt furnizori de servicii sociale acreditați cu cel puțin un serviciu social licențiat, vor putea beneficia de deducerea sumelor aferente din impozitul pe veniturile microîntreprinderilor până la nivelul de 20% din impozitul datorat pentru trimestrul în care au înregistrat cheltuielile respective.

Contribuabilii, persoane juridice, care fac sponsorizări/mecenat sau acordă burse private și scad aceste sume din impozitul pe profit sau pe venit, vor întocmi o

declarație informativă cu beneficiarii acestor sume pentru monitorizarea și controlul părții din impozitele alocate, astfel încât să se asigure cheltuirea fondurilor primite de beneficiari numai în scopul pentru care aceștia s-au înființat sau în scopul pentru care au fost alocate, după caz.

În cazul persoanelor fizice, se majorează de la 2% la 3,5% cota din impozitul pe venit care poate fi donată pentru susținerea entităților nonprofit și a unităților de cult, care sunt furnizori de servicii sociale acreditați cu cel puțin un serviciu social licențiat. Mai exact, acești contribuabili au posibilitatea să dispună cu privire la destinația unei sume reprezentând 2% sau 3,5% din impozitul anual, după cum urmează:

- în cotă de 2% pentru susținerea entităților nonprofit care se înființează și funcționează în condițiile legii și a unităților de cult, precum și pentru acordarea de burse private, conform legii, sau
- în cotă de 3,5% pentru susținerea entităților nonprofit și a unităților de cult, care sunt furnizori de servicii sociale acreditați cu cel puțin un serviciu social licențiat, în condițiile legii.

Măsuri pentru stimularea mediului de afaceri

Pentru sprijinirea microîntreprinderilor, ordonanța de urgență introduce o regulă fiscală, potrivit căreia microîntreprinderile pot să opteze pentru plata impozitului pe profit, dacă au un nivel de capital social minim de 45.000 lei (aprox. 10.000 euro) și cel puțin 2 salariați. În acest caz, microîntreprinderile au obligația să respecte în continuare condițiile privind capitalul minim social și numărul minim de angajați și pe perioada în care sunt plătitoare de impozit pe profit.

Microîntreprinderile care optează pentru plata impozitului pe profit vor beneficia de facilitățile de care se acordă plătitorilor de impozit pe profit, respectiv scutirea de la

plata impozitului pentru profitul reinvestit și scutirea de la plata impozitului pe profit în cazul în care desfășoară exclusiv activitate de inovare, cercetare-dezvoltare, ceea ce va încuraja investițiile în domeniile strategice, precum cercetarea-dezvoltarea. De asemenea, vor beneficia de recuperarea pierderilor fiscale.

Pentru transportatorii de mărfuri și persoane, se introduce o nouă măsură prin reducerea accizei la motorină. Se diminuează cu 183,62 lei/1.000 litri, respectiv cu 217,31 lei/tonă, nivelul accizei pentru motorina utilizată drept carburant pentru motor în sectorul transportului de mărfuri, respectiv de persoane. Reducerea nivelului accizelor se realizează prin restituirea sumelor reprezentând diferența dintre nivelul standard al accizelor și nivelul accizelor diferențiat către operatorii economici licențiați în Uniunea Europeană. Condițiile, procedura și termenele de restituire se vor stabili ulterior prin hotărâre a Guvernului.

Sunt introduse, totodată, măsuri care vizează:

- acordarea eșalonărilor la plată a obligațiilor fiscale
- simplificarea procedurilor de restituire pe cale administrativă a taxei auto/timbrului de mediu. Astfel, pentru restituirea pe cale administrativă a taxei auto/timbrului de mediu, se elimină obligativitatea contribuabilului de a anexa la cererea de restituire a documentelor privind plata taxei, certificatul de înmatriculare și cartea de identitate a mașinii, întrucât organul fiscal are posibilitatea de a verifica informațiile respective (înscrise de contribuabil în cerere) în baza de date pe care o deține sau la care are acces.

Reținere la sursă pentru veniturile obținute din activități sportive realizate de persoane fizice în baza contractelor de activitate sportivă

O altă măsură introdusă de ordonanță vizează reținerea la sursă a impozitului pe venit de către plătitorii veniturilor din activități independente realizate de persoane fizice în baza contractelor de activitate sportivă încheiate conform Legii educației fizice și sportului nr. 69/2000, cu modificările și completările ulterioare.

Măsura urmărește facilitarea colectării impozitului pe venit și a contribuțiilor sociale datorate de aceste categorii de persoane fizice, prin simplificarea obligațiilor declarative ale persoanelor fizice care realizează astfel de venituri.

De ce mai avem nevoie de Director de HR în era digitală

Comaniile, în multe cazuri, nu reușesc să depășească decalajul între "a ști ce este necesar" și de "a face ceea ce este necesar" pentru a continua să crească, sau să existe, în secolul 21. Unele companii își schimbă tehnologia și modelul de afaceri, în timp ce altele continuă pur și simplu să facă ce au mai făcut, fără a prelua controlul destinului lor în noua lume digitală.

Dar companiile nu sunt nimic fără oameni, cel puțin deocamdată. De aceea este oportun să ne întrebăm cum facem să punem împreună tehnologia, procesele și abilitățile relevante pentru a aduce funcția de HR în era digitală?

În companiile cu o funcție de HR avansată, drumul spre transformare înseamnă programe de talent management, implicare sistematică în creșterea brandului de angajator în interiorul și în exteriorul companiei, campanii de recrutare inovatoare,

programe de mentorship, de coaching, dar și asigurarea succesiunii pentru funcțiile cheie prin dezvoltarea viitorilor lideri. În celelalte, absența unei abordări strategice, proactive pentru a face transformarea funcției de HR, procesul transformațional devine din ce în ce mai riscant, mai ales pe măsură ce evoluțiile tehnologice continuă să redefinească piețele, modelele de afaceri, forța de muncă și relații cu clienții.

Rezultatele studiului Valoria "Tendințe și provocări în HR" arată că, în companiile din România, top managementul și directorii de HR au o perspectivă foarte diferită în ceea ce privește cele mai importante provocări strategice pentru funcția de HR.

Priorități startegice pe agenda directorului de HR

Pe agenda directorilor generali sunt prioritare: crearea și menținerea unui mediu de învățare care răspunde rapid nevoilor de dezvoltare ale angajaților (4,68 din maxim 5), retenția angajaților cu potențial ridicat (4,53) și asigurarea competențelor de leadership (4,46). Pe agenda directorilor de HR se găsesc: retenția angajaților cu potențial ridicat (4,72), asigurarea competențelor de leadership (4,63) și implicarea angajaților (4,53).

Directorii de HR spun că sunt cel mai bine pregătiți pentru a răspunde provocărilor care, în topul importanței, sunt pe locul 4 și pe locul 8 – un indicator semnificativ a lipsei de corelare a importanței cu ariile de focus pentru pregătire. Mai mult, chiar provocarea pe care aceștia o plasează pe locul întâi ca importanță – retenția angajaților cu potențial ridicat – este abia pe locul al cincilea ca nivel de pregătire al companiilor. Rezultatul acestei nealinieri este dezastruos pentru firme și cere atenția imediată a top managementului și a liderilor de HR.

Provocări la nivelul practicilor de HR

În ceea ce privește cele mai mari provocări la nivelul practicilor de HR, perspectiva directorilor de HR și a directorilor generali coincide ca ordine, dar, cu excepția primelor două, este mai puțin pregnantă ca intensitate pentru reprezentanții din top management. Astfel pe locul întâi este găsirea de angajați cu competențe din ce în ce mai specializate pentru companie (22% HR vs. 23% directori generali), urmată de retenția angajaților (16% HR vs. 20% directori generali) și dezvoltarea următoarei generații de lideri ai companiei (15% HR vs. 13% directori generali).

La nivel de resurse esențiale disponibile pentru a răspunde cu succes provocărilor din HR, topul directorilor generali este următorul: susținerea solidă din partea top managementului pentru funcția de HR (4,39), competențele de specialitate solide ale personalului din echipa de HR (4,30) și utilizarea eficientă a tehnologiei de HR (4,15). Topul directorilor de HR este diferit: competențele de specialitate solide ale personalului din echipa de HR (4,30), colaborarea transparentă dintre HR și top management pentru alinierea strategiei (4,27) și susținerea solidă a conducerii pentru funcția de HR (4,10).

Practici eficiente de recrutare, retenție și recompensare a angajaților

Din punctul de vedere al directorilor generali cele mai eficiente practici în atragerea, retenția și recompensarea celor mai buni angajați sunt: siguranța locului de muncă (scor 4,56), stabilitatea financiară a companiei (4,56) și structurarea cerințelor fiecărui post astfel încât să ofere un sens al muncii pentru angajat (4,45). Topul directorilor de HR este unul diferit: structurarea cerințelor fiecărui post astfel încât să ofere un sens al muncii pentru angajat (4,35), stabilitatea financiară a companiei (4,33) și crearea oportunităților de progres în carieră (4,31).

Acțiuni pentru transformarea funcției de HR în era digitală

Directorii generali spun că funcția de HR va avea o dimensiune mai strategică dacă: angajații din HR ar avea cunoștințe mai bune de business (scor 4,65), conducerea companiei s-ar implica în dezvoltarea strategiei de HR (4,50) și apoi s-ar implica și în implementarea acesteia (4,43). Pentru directorii de HR, acțiunile care ar face această funcțiune mai strategică sunt: implicarea top managementului în dezvoltarea strategiei de HR (4,25), cunoștințe de business mai bune în echipa de HR (4,25) și implicarea mai intensă a conducerii în implementarea strategiei de HR (4,25).

Devine clar, așadar, din rezultatele [studiului](#) realizat de compania de consultanță și training [Valoria](#), de ce este esențial rolul Directorului de HR. O mentalitate nouă la nivelul funcției de HR, inclusiv la nivelul liderului acesteia, care înțelege de ce este importantă accelerarea vitezei de schimbare în era digitală și modul în care aceasta rescrie în mod dramatic șansele pentru succesul viitor.

Autor: Elena Badea, Managing Partner, Valoria Business Solutions

“Ne ajutăm clienții dacă ne aduc profit”

Consumatorul interesează companiile pentru că de la el vin banii. Este prospectat pe canalele relevante pentru el, ca să fie influențat să achiziționeze. I se propun game diverse, ca să decidă pentru produse mai scumpe sau volume mai mari. I se dau oferte speciale, ca să fie fidelizat și să consolideze cota de piață și profitul companiilor. Este central pentru că trebuie sedus. Companiilor le pasă de consumator pentru că le

pasă de ele.

Studiul [Valoria, Barometrul centrării pe client în companiile din România](#) arată în ce măsură organizațiile au o strategie care aliniază dezvoltarea și livrarea produselor companiei în jurul nevoilor consumatorilor cu scopul de a crește valoarea companiei. Realizat în noiembrie 2017, acest studiu a analizat un eșantion de 424 de răspunsuri și consemnează aspecte foarte importante referitoare la mediul de business din România. Selectez principalele concluzii:

1. Deși pentru 75% dintre companii cunoașterea nevoilor consumatorilor este pe primul loc, experiența consumatorilor este relevantă doar pentru 18% dintre companii.
2. Cultura organizațională nealiniată cu nevoile clienților este o provocare pentru 70% dintre companii, ceea ce este mai greu de rezolvat decât provocarea legată de lipsa tehnologiei adecvate semnalată de 89% dintre acestea.
3. Numai 15% dintre companiile din România au în prezent un buget dedicat pentru experiența clienților, în timp ce doar 29% dintre companii implică echipa de relații cu clienții în realizarea bugetului firmei.
4. Doar 42% dintre companii spun că oferă training angajaților pentru înțelegerea abordării centrate pe client, însă numai 33% operaționalizează valorile centrate pe client ale organizației.
5. Responsabilitatea elaborării criteriilor de prioritizare a inițiativelor de îmbunătățire a experienței consumatorului este în 40% dintre companii exclusiv a top managementului, ceea ce poate face demersul acesta doar un act de management, necuplat la realitate.
6. Comunicarea top-down, folosită în principal în

companiile din România pentru această temă, este puțin eficientă și cu greu poate genera autenticitate și implicare.

7. Din analiza comparativă a segmentelor de respondenți, reiese clar că numai companiile mari din România au cunoștințele, tehnologia și resursele necesare unei abordări coerente a centrării pe client.
8. Retenția consumatorului este o valoare importantă numai pentru 27% dintre companii, ceea ce conduce la costuri de oportunitate în multe companii, dar mai ales la o realizare insuficientă a potențialului bazei de clienți.

Interfața cu consumatorul este importantă, dar și mai importantă este partea de back-end, de cultură organizațională. Chiar în cadrul fiecărei companii relațiile dintre colegi sunt relații între furnizori și clienți. Unii le dau suport celorlalți care la rândul lor contribuie și dau mai departe, fie altor colegi, fie chiar clientului final. Așadar cultura organizațională centrată pe client trebuie trăită chiar în organizație, pentru ca efectul ei să se vadă în relația cu clientul la care companiile se referă în comunicarea publică.

Training-ul angajaților este esențial în consolidarea unei astfel de culturi. Pregătirea funcțională cuplată cu abilități interpersonale de comunicare asertivă, vânzări sau leadership centrează compania pe nevoile consumatorului și îi oferă acestuia o experiență relevantă. Angajații pregătiți sunt fundația unei culturi a excelenței și o garanție de calitate a produselor și serviciilor unei companii.

Autor: Constantin Măgdălina, Expert, tendințe și tehnologii emergente

Noul sistem de impozitare a veniturilor din activități independente, prevăzut prin O.U.G. nr. 18/2018 | Andrei Iancu



Autor: Andrei Iancu – Avocat, D&B David și Baias SCA

Recent, a fost publicată în M. Of. nr. 260 din 23 martie 2018, Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 18/2018 privind adoptarea unor măsuri fiscal-bugetare și pentru modificarea și completarea unor acte normative, prin care a fost instituit un regim cu totul inedit, în materia **stabilirii și plății impozitului pe veniturile obținute din activități independente.**

Potrivit prevederilor art. IX din ordonanță, prin derogare de la dispozițiile art. 4 C.fisc., acest act normativ a **intrat în vigoare la data publicării (i.e. 23.03.2018)**. Singura excepție o constituie prevederile art. IV din ordonanță, care se referă

la modificările aduse legii pensiilor (Legea nr. 263/2010).

Modificarea substanțială adusă de noul regim fiscal este abandonarea sistemului plăților anticipate, urmate de o „regularizare” a obligației fiscale.

În acest sens, prin art. I pct. 18 și 19 din ordonanță au fost abrogate art. 74 și 75 C.fisc.¹, care prevedeau obligația de a realiza plăți anticipate (art. 74) și de a depune declarația finală prin care era stabilit cuantumul impozitului anual datorat (art. 75).

Ca o precizare prealabilă, mecanismul descris mai jos privește strict stabilirea și plata impozitului pe venituri obținute din activități independente, în cazul contribuabililor care determină venitul net în sistem real, pe baza datelor din contabilitate.

1. Stabilirea venitului estimat

O primă modificare adusă prin art. I pct. 38 din ordonanță vizează art. 120 C.fisc., care în trecut stabilea obligația contribuabililor de a declara venitul estimat și de a efectua plăți anticipate în contul impozitului pe venit obținut din activități independente.

Urmare modificărilor aduse de ordonanță, art. 120 C.fisc. stabilește, conform mecanismului actual, **obligația contribuabililor de a depune în fiecare an, până la data de 15 martie, declarația unică prin care se va estima venitul net pentru anul în curs** (e.g. în 15 martie 2019 se va depune declarația unică pentru estimarea venitului net anual ce ar urma să fie obținut în anul 2019).

Scadența impozitului pe venitul anual obținut din activități independente este stabilită, conform noului mecanism, pentru data de **15 martie a anului următor.**

2. Stabilirea venitului realizat efectiv în anul de

impunere

În redactarea lor actuală, ca urmare a modificărilor intervenite prin punctele 40 și 41 din ordonanță, art. 122 și 123 C.fisc. stabilesc, în esență, că **până la aceeași dată de 15 martie a anului următor celui în care se realizează venitul, tot prin declarația unică, contribuabilul va stabili și ce impozit și contribuții sociale datorează pentru anul anterior, pe baza venitului net efectiv realizat.**

Așadar, declarația unică ar urma să îndeplinească, concomitent, atât rolul fostei declarații 220, cât și pe cel al fostei declarații 200, prin intermediul ei efectuându-se deci atât estimarea venitului pentru anul în curs, cât și declararea venitului realizat pentru anul anterior.

3. Bonificația

Prin art. 121 C.fisc. (introdus prin pct. 40 din ordonanță) se stabilește, cu caracter de noutate absolută, că se va acorda o **bonificație**, pentru plata anticipată a impozitului, însă *atât termenul până la care trebuie să se efectueze plata, cât și procentul bonificației* urmează a fi stabilite prin **legile bugetare anuale.**

În mod cu totul inedit, o **bonificație se acordă și în privința contribuțiilor**, aspect ce rezultă din pct. 52 din ordonanță, respectiv art. 151 alin. (22) C.fisc. și pct. 57 din ordonanță, respectiv art. 174 alin. 22 C.fisc., care fac, la rândul lor, trimitere la art. 121 C.fisc., acesta din urmă fiind aplicabil în mod corespunzător și în privința contribuțiilor sociale. Așadar, *inclusiv contribuția de asigurări sociale de sănătate*, al cărei quantum a fost plafonat de la 1 ianuarie 2018 la suma de 2.280 lei/an, ar urma să fie redusă prin aplicarea unei bonificații.

Ceea ce este însă deosebit de important este că **bonificația urmează să fie calculată și aplicată chiar de contribuabil, prin înscrierea ei în declarație și determinarea quantumului**

ei, ceea ce presupune ca plata efectuată cu anticipație să vizeze doar diferența, rămasă după scăderea bonificației. Calcularea și aplicarea în concret a bonificației va fi însă subiect de verificare ulterioară, cu prilejul controlului fiscal.

4. Important pentru anul 2018

Fiind primul an în care se va aplica noul mecanism, așadar, un an de tranziție, există o serie de norme tranzitorii, importante mai ales în contextul în care anul trecut au fost efectuate plăți anticipate de către contribuabili, iar noul sistem de stabilire a impozitului intervine, *ab initio*, după data de 15 martie, preconizată pentru depunerea declarației unice în anii următori (e.g. 2019, 2020, etc.).

În acest sens:

- în anul 2018, **declarația unică va fi depusă până la data de 15 iulie**, urmând ca prin intermediul ei să se declare venitul impozabil efectiv realizat pentru anul 2017, dar **și** estimarea veniturilor ce va fi realizat în cursul anului 2018 [pct. 48 din ordonanță, respectiv art. 133 alin. (13) și (14) C.fisc.];
- dacă declarația este depusă prin mijloace electronice de comunicare la distanță (a se citi „*online*” pentru brevitățe), se va acorda o bonificație de **5%** aplicată la **impozitul anual DATORAT** [adică impozitul datorat conform veniturilor efectiv realizate) – conform pct. 48 din ordonanță, respectiv art. 133 alin. (15) lit. a) C.fisc.];
- dacă impozitul pe venitul anual estimat este plătit până la data de 15 decembrie, se va acorda o bonificație de **5% din impozitul astfel ESTIMAT** – conform pct. 48 din ordonanță, respectiv art. 133 alin. (15) lit. b) C.fisc.;
- cele două bonificații **se cumulează**, conform pct. 48 din ordonanță, respectiv art. 133 alin. (16) C.fisc.;

- **bonificațiile de mai sus, în aceleași condiții și același procent, se aplică și pentru contribuțiile sociale** – conform pct. 52 din ordonanță, respectiv art. 151 alin. (22) C.fisc. și pct. 57 din ordonanță, respectiv art. 174 alin. (22) C.fisc., care fac ambele trimitere la aplicarea corespunzătoare a pct. 48 din ordonanță, respectiv art. 133 alin. (15) și (16) C.fisc.;
- **regularizarea plăților anticipate efectuate în anul 2017 se va face pe baza declarației unice** (*care, spre deosebire de declarația 200, nu se va depune până în 25 mai, ci până în 15 iulie*). Astfel, după cum rezultă din pct. 48 din ordonanță, respectiv art. 133 alin. (13) lit. b) C.fisc., se va determina impozitul pe venit anual, care, pentru ultima dată, va fi stabilit prin decizie de impunere comunicată de organul fiscal. *Eventualele diferențe de impozit de restituit ar urma să fie restituite din oficiu, pe baza deciziei de impunere, emise potrivit art. 168 alin. (4) lit. a) C.proc.fisc., în termen de 60 de zile de la primirea ei.*

5. Cele mai importante aspecte procedurale

În logica noului mecanism, organul fiscal nu va mai emite nicio decizie de impunere, întrucât declarația unică, fiind o declarație de impunere [în sensul art. 102 alin. (2) C.proc.fisc., coroborat cu art. 82 alin. (4) C.proc.fisc.], este **titlu de creanță fiscală** (*atât pentru impozit, cât și pentru contribuții*) și pe baza ei se va plăti, iar, în caz de neplată, tot pe baza ei se poate începe executarea silită [pct. 52 alin. (19) și pct. 57 alin. (19) din ordonanță].

Eventualele bonificații ce vor fi acordate în anii următori vor putea fi identificate din legea bugetului, iar tot din acest act normativ vom afla și termenele de plată până la care trebuie stinsă obligația fiscală, pentru a se beneficia de ele, sau alte condiții ce trebuie îndeplinite pentru acordarea lor (e.g. depunerea online a declarației unice).

Conform prevederilor ordonanței, se va emite un **ordin ce ar urma să conțină modelul declarației și instrucțiunile pentru completarea sa în termen de 30 de zile, termen care a început să curgă din data de 23.03.2018.**

Desigur, termenul de 30 de zile este o veritabilă declarație de intenție, în privința căreia îmi exprim fără rezerve scepticismul, dar modelul declarației și instrucțiunile sale de completare cred (sau sper mai degrabă) că ne vor oferi indicii prețioase în privința interpretării normelor ordonanței, care, cel puțin la acest moment, sunt pe alocuri neclare.

[\[1\]](#) În continuarea materialului, referirile se vor face dublat, atât la articolul și punctul din ordonanță, cât și la textul din Codul fiscal, așa cum arată acesta după modificare.

*

Prezentul material are caracter strict informativ și descriptiv și nu pretinde a conține opinii ori comentarii cu privire la noul regim fiscal al impozitului pe venit. Intenția redactării sale a fost aceea de a aduce în atenție anumite modificări recente ale legislației fiscale. Pentru o analiză detaliată, însoțită de aprecieri și comentarii, dar și evidențierea unor probleme ce ar putea fi generate de noua reglementare, vă recomandăm materialul ce va fi pregătit de autor și va fi publicat într-o ediție viitoare a Tax Magazine.

Ministerul Finanțelor Publice

supune dezbaterei publice un proiect de ordonanță de urgență pentru stimularea investițiilor, sprijinirea entităților nonprofit și alte măsuri de eficientizare

Proiectul de act normativ aduce modificări Codului fiscal, Codului de procedură fiscală, precum și OUG nr.62/2011 privind stabilitatea cadrului financiar general pentru utilizarea Contribuției financiare elvețiene nerambursabile acordate României prin intermediul Programului de cooperare elvețiano-român vizând reducerea disparităților economice și sociale din cadrul Uniunii Europene extinse.

Măsurile propuse vizează, în principal, următoarele:

- stimularea investițiilor și antreprenoriatului, instituindu-se posibilitatea pentru microîntreprinderi de a opta pentru aplicarea impozitului pe profit, cu îndeplinirea concomitentă a unor condiții legate de valoarea capitalului social și a numărului de salariați;
- asigurarea finanțării activităților nonprofit și a unităților de cult, care sunt furnizori de servicii sociale acreditați cu cel puțin un serviciu social licențiat, prin stimularea microîntreprinderilor de a efectua sponsorizări pentru susținerea acestor entități;
- aplicarea sistemului de impozitare cu reținere la sursă a veniturilor realizate din contracte de activitate sportivă încheiate conform Legii educației fizice și sportului nr. 69/2000, cu modificările și completările ulterioare;

- sprijinirea entităților nonprofit și unităților de cult care sunt furnizori de servicii sociale acreditați cu cel puțin un serviciu social licențiat, în condițiile legii, prin majorarea la 3,5% a cotei care poate fi distribuită din impozitul pe venit datorat;
- asigurarea tratamentului fiscal unitar din punct de vedere al TVA în cazul operațiunilor efectuate în cadrul proiectelor de cercetare – dezvoltare și inovare;
- menținerea competitivității transportului de mărfuri și persoane, dar și considerente de ordin social, respectiv menținerea unui nivel optim al costurilor de transport;
- corelarea condițiilor de autorizare a antrepozitelor fiscale cu cele referitoare la revocarea autorizației de antrepozit fiscal;
- simplificarea procedurii administrative de restituire a taxei speciale pentru autoturisme și autovehicule, a taxei pe poluare pentru autovehicule, a taxei pentru emisiile poluante provenite de la autovehicule, precum și a timbrului de mediu pentru autovehicule. A fost eliminată obligația anexării documentelor doveditoare a plății, a copiilor cărții de identitate a vehiculului, precum și a certificatului de înmatriculare, iar pentru restituirea sumelor va fi de ajuns doar depunerea unei cereri, fără alte documente;
- stabilirea cadrului financiar pentru utilizarea contribuției financiare elvețiene nerambursabile acordată României prin intermediul Programului de Cooperare Elvețiano-Român vizând reducerea disparităților economice și sociale în cadrul Uniunii Europene extinse, pentru asistența acordată în cadrul abordării aferente fondurilor tematice;
- taxa instituită în municipiul București pentru promovarea turistică se va face venit la bugetul local al municipiului București pentru facilitarea unei mai bune promovări turistice și utilizarea mai eficientă a sumelor colectate din cazarea turiștilor;
- simplificarea acordării eşalonării la plată a

- obligațiilor fiscale;
- eliminarea disfuncționalităților în activitatea de administrare a contribuabililor mijlocii.

Proiectul de act normativ poate fi consultat [aici](#).

PwC România lansează procesul de recrutare destinat juniorilor

Procesul este destinat atât tinerilor absolvenți și celor cu 1-2 ani de experiență

PwC România lansează campania de recrutare de juniori (studenți, proaspăt absolvenți, dar și persoane cu 1-2 ani de experiență) pentru birourile sale din București, Cluj-Napoca, Timișoara, Iași și Chișinău. Cei aproximativ 150 de noi colegi se vor alătura din toamnă echipelor de audit și taxe.

Procesul de recrutare este compus din pași care vin în întâmpinarea flexibilității în comunicare a tinerei generații. Totul începe pe pwc.com/beagamechanger de unde candidații își vor alege nivelul de pentru care vor aplica și vor urma pașii de pe platformă.

„PwC România a cunoscut o creștere foarte rapidă a cifrei de afaceri în ultimii doi ani, depășind pragul de 200 de milioane de lei, concomitent cu creșterea substanțială a numărului de consultanți. În acest moment avem peste 750 de profesioniști, în 6 birouri din România și din Republica Moldova. Avem totodată planuri ambițioase de a continua să atragem cele mai promițătoare talente de pe piață și a le oferi oportunități

excepționale de carieră. Suntem conștienți că oamenii sunt activul cel mai valoros al firmei și investim substanțial în dezvoltarea continuă și în procesul de învățare pe tot parcursul carierei. Nu în ultimul rând, ne concentrăm pe crearea unei culturi organizaționale bazată pe valori, specifică PwC, dându-le consultanților noștri posibilitatea de a fi implicați în proiecte complexe, care contribuie la rezolvarea unor probleme importante, atât pentru clienții noștri, cât și pentru societate în ansamblul său”, a declarat Ionuț Simion, Country Managing Partner, PwC România.

„Pentru că trăim într-un secol al vitezei, am simplificat procesul de recrutare și tot ce înseamnă preselecția candidaților se va face online, începând cu un test de aptitudini și un video interviu. Căutăm candidați care să aibă capacitate de sinteză, care pot privi lucrurile în profunzime, care sunt ambițioși și își doresc să lucreze în echipe pentru proiecte complexe și de impact. Căutăm oameni cu background academic divers care poate fi dezvoltat în interiorul firmei”, spune Raluca Gâdiuță, Manager Human Capital, PwC România.

5 activități pentru un manager performant

Leadership-ul și management-ul, chiar dacă constituie roluri diferite, devin complementare în asumarea activității de conducere. Managerul maximizează valoarea pentru companie, echipă și pentru sine când este pasionat de ceea ce face, implicat în realizarea tuturor activităților și arată hotărâre în urmărirea rezultatelor care apropie compania de obiectivele-cheie. Managerul își implică echipa, colegii, clienții și simplifică procesele de care este responsabil. Ca

toate acestea să fie posibile, următoarele activități sunt cele care contribuie decisiv la succes:

- **Comunicarea internă eficientă, cu scop și cu rezultate** – Managerul trebuie să comunice deschis și constant cu echipa. O comunicare structurată (cu agendă, durată prestabilită, etc) este de preferat unei comunicări informale, având în vedere faptul că fiecare dintre noi este mai înclinat să respecte obiective/sarcini/termene pe care le-a acceptat în scris sau într-un cadru formal. Deschiderea la ideile tuturor membrilor echipei este o calitate a oricărui manager performant, iar facilitarea unei implicări active a fiecărui membru al echipei în cadrul discuțiilor legate de proiect poate aduce beneficii importante atingerii și depășirii obiectivelor.
- **Fixarea de obiective clare pentru echipă și organizație** – Transparența comunicării arată limpezimea gândirii. Oamenii își fac cel mai bine treaba atunci când înțeleg și văd imaginea de ansamblu în care se încadrează eforturile lor. De aceea, managerul trebuie să acorde o atenție specială reamintirii în mod regulat a obiectivelor-cheie și monitorizării progresului pe care-l înregistrează echipa. Este esențial ca fiecare membru al echipei să poată măsura progresul pe care îl face către îndeplinirea obiectivelor individuale, dar și care este statusul echipei în ceea ce privește realizarea obiectivelor la care contribuie cu toții.
- **Transformarea problemelor în oportunități de îmbunătățire** – Activitățile operaționale curente au ca numitor comun, de cele mai multe ori, asigurarea respectării procedurilor implicate de procesele-cheie. Simplificarea proceselor complexe sau ineficiente cu scopul de a îmbunătăți calitatea și furnizarea de servicii către clienții interni și externi este o oportunitate pentru optimizarea resurselor. Echipa va aprecia eforturile depuse de manager pentru

îmbunătățirea continuă a proceselor și simplificarea acestora, ori de câte ori acest lucru este posibil.

- **Asigurarea de traininguri relevante pentru dezvoltare personală și profesională a fiecărui membru al echipei** – Performanța fiecărui coleg depinde atât de motivare, cât și de actualizarea și operaționalizarea cunoștințelor. O echipă pregătită obține randamente superioare. Mai mult, una dintre cele mai eficiente modalități de motivare și creștere a implicării este dezvoltarea continuă, prin asigurarea dezvoltării profesionale și personale. Managerul este cel care trebuie să se asigure că, în fiecare an, toți membrii echipei sale au un plan de traininguri bine pus la punct, structurat și cunoscut din timp. Mai mult, la momentul potrivit, participarea la cursuri este bine să fie apreciată în organizație (nu considerată o concesiune venită din partea "binevoitorului manager"). Studii de implicare a angajaților realizate pentru piața muncii din România arată că 79% dintre aceștia se așteaptă ca angajatorul să le asigure cursuri ca parte a programelor de dezvoltare.
- **Livrarea unei experiențe remarcabile clienților** – Fie că este vorba despre clienți externi sau clienți interni, managerul ar trebui să aibă ca obiectiv oferirea de servicii remarcabile cu fiecare ocazie. Generarea experiențelor memorabile contribuie la construirea reputației profesionale și la consolidarea echipei pe care o conduce.

Managerul de succes se concentrează pe rezultate și se străduiește să creeze experiențe excelente pentru echipă, colegi și clienți. Acesta simplifică sarcinile complexe, se asigură că sunt luate măsurile potrivite pentru a evalua progresul, își asumă responsabilitatea și își pune în valoare capacitatea de a-i învăța pe alții cum să facă același lucru. Practicarea acestui tip de atitudine crește reputația managerului și oferă un bun exemplu celor care aspiră să fie

lideri.

Autor: Alina Făniță, CEO, PKF Finconta

3 elemente-cheie pentru o creștere sustenabilă, ca start-up

În fiecare zi se lansează sute de startup-uri. Unele dintre ele sunt norocoase și au rapid succes în piață. În consecință decid destul de devreme, față de ciclul normal de dezvoltare al afacerii, să angajeze mai mulți agenți de vânzări. De ce nu? Cererea e mare și trebuie deservită.

Dar această abordare trece peste câteva faze importante de creștere și poate afecta permanent performanța companiei. Deci, înainte de a construi o armată de vânzări, este bine să vă asigurați că strategia de vânzări este repetabilă, profitabilă și scalabilă. Iată 3 pași pe care îi puteți avea în vedere pentru a realiza acest lucru.

1. Etapizați creșterea companiei

Fiecare antreprenor are în vedere anumite etape de dezvoltare a companiei sale. Este important să urmăriți clar și trasabil progresul de la o etapă la alta pe baza unui plan. Măsurați tot ceea ce se poate măsura, mai ales în vânzări: număr de prezentări trimise, număr de întâlniri obținute, număr de refuzuri primite, număr de contracte încheiate. Dacă afacerea este online, atunci statisticile din Google Analytics se vor dovedi de mare ajutor. Puneți la punct o foaie de parcurs complet bugetată, care vă va permite să planificați din timp

resursele necesare pentru a trece la etapa următoare fără impact negativ asupra numerarului, echipei sau afacerii.

2. Învățați să gestionați riscurile

Reducerea riscurilor indică o creștere sănătoasă. Orice atribut al companiei care reduce riscul pentru investitori sau clienți este binevenit. De exemplu, comunicați bianual evoluția numărului de clienți sau a altor date despre performanța companiei. De asemenea, comunicați în mod relevant planurile de deschidere de noi segmente de clienți sau zone geografice de piață. Aceste informații vor arăta potențialilor investitori că reușiți să gestionați perioadele mai dificile sau că știți să beneficiați de potențialul pieței.

3. Faceți profilul clientului ideal (buyer persona)

Identificarea profilului clientului ideal (buyer persona) va dura ceva mai mult timp. Dar acest pas va conduce afacerea către o creștere durabilă și clienți loiali. Pentru a identifica profilul clientului ideal este bine să vindeți doar spre câteva segmente țintă. După ce înțelegeți profilul clientului ideal veți putea să selectați o modalitate repetabilă, profitabilă și scalabilă de a vinde. Este foarte important să înțelegeți care sunt problemele pe care le rezolvă fiecare segment țintă de clienți prin alegerea de a cumpăra produsul sau serviciul pe care îl produceți.

În concluzie

Nici o afacere nu există fără clienți (B2B sau B2C). Procesul esențial al unei afaceri antreprenoriale, dincolo de cel de generare a unui produs sau serviciu, este acela de vânzare. Dacă partea de producție a produsului sau serviciului este perfect pusă la punct, dar nimic nu se vinde, afacerea nu va supraviețui prea mult timp. Așadar, cele trei elemente-cheie de mai sus sunt de avut în vedere pentru a putea demara cu succes un business antreprenorial sustenabil.

Alex Milcev, EY: Patru aspecte fiscale de luat în considerare înainte de lansarea unei oferte ICO

Ofertele inițiale de monede (ICO-urile) reprezintă fără îndoială cea mai nouă tendință în finanțarea companiilor – peste 3 miliarde USD au fost atrase astfel doar în 2017. Acest nivel este mai ridicat decât în toți anii precedenți laolaltă, în ciuda interdicției ofertelor ICO în China continentală și Coreea de Sud.

Oficialii din multe țări recomandă investitorilor precauție, în plus față de avertizările care se emit de lideri din domeniul criptomonedelor. „Navigarea” prin ofertele ICO este complexă din multe motive, ca urmare a faptului că majoritatea jurisdicțiilor nu au decis încă modalitatea de reglementare sau impozitare a emitenților sau a investitorilor.

Ce sunt ofertele ICO?

Ofertele ICO, numite și „token-uri” de vânzări, sunt folosite pentru a strânge fonduri pentru o companie nouă, similar finanțării prin intermediul ofertelor publice inițiale. În loc de a acorda investitorilor acțiuni ale noii companii, ofertele ICO acordă investitorilor token-uri în criptomonede. Acestea nu conferă o cotă-parte la capitalul propriu; în schimb, de exemplu, token-urile pot fi comercializate, utilizate pentru a achiziționa ceva de la companie sau pot acorda un drept de

acces la o platformă.

Persoanele fizice sau companiile pot avea idei grozave de afaceri și se pot avânta în oferte ICO, fără să știe să pună întrebarea care trebuie, în special în ceea ce privește implicațiile fiscale. Aspectele detaliate în continuare merită o atenție deosebită pentru a reduce riscul de erori fiscale, altfel, investiția poate deveni nerentabilă.

1. Alegeți cu atenție țara emiterii ofertelor ICO

În ciuda unei neînțelegeri larg răspândite, este inadecvat să spunem că anumite jurisdicții “nu impozitează” ofertele ICO. În orice caz, scopul unei oferte ICO de a realiza o rată a impozitului zero sau foarte scăzută la emitere și chiar în timpul tranzacționării sau operațiunilor ulterioare nu este o fantezie. În realitate, în timp ce majoritatea țărilor nu prevăd reglementări clare cu privire la ofertele ICO, multe au făcut declarații oficiale care dau indicii cu privire la reglementările care ar putea fi adoptate.

Situația schimbătoare poate crea oportunități pentru ofertele ICO planificate cu atenție. Obiectivul este găsirea unei structuri corespunzătoare pentru strângerea de fonduri care să diminueze costurile cu impozitele directe și indirecte, iar alegerea jurisdicției/domiciliului pentru entitatea care emite ofertele ICO este foarte importantă. Trebuie să fie un domiciliu corespunzător din punct de vedere al reglementărilor, și, de asemenea, eficient din punct de vedere fiscal.

Hong Kong este un astfel de exemplu de jurisdicție fără reglementări fiscale specifice privind ofertele ICO și, prin urmare, principiile fiscale generale și jurisprudența oferă îndrumare. Cu toate că majoritatea ofertelor ICO sunt emise în scopul strângerii de fonduri, diferite de ofertele IPO convenționale care conferă cote-parte la capitalul propriu celor care subscriu la acțiuni, ofertele ICO pot da naștere la

diferite drepturi și obligații pentru investitori.

Exemple de întrebări pe care le iau în considerare autoritățile fiscale atunci când decid cum să trateze o ofertă ICO:

- Care sunt motivele/ intențiile contribuabilului?
- Cum vor fi utilizate fondurile obținute din lansarea ICO?
- Care sunt drepturile și obligațiile părților?
- Unde vor fi localizate persoanele care vor desfășura activitățile relevante?
- Care este tratamentul contabil al câștigurilor din ICO?

În mod normal, documentația precum *white paper*, memorandum-ul de vânzare a token-urilor și alte documente legale sunt un punct de pornire în determinarea răspunsurilor la aceste întrebări, dar în cele din urmă, autoritățile fiscale vor lua decizia finală.

2. Planificați pe îndelete structura companiilor și prețurile de transfer

La fel de importantă ca alegerea domiciliului este și hotărârea privind structura companiilor, în special în cazurile în care sunt entități diferite în cadrul grupului de companii care întreprind activități diferite, cum ar fi emiterea token-urilor, dezvoltarea platformelor, vânzări/marketing, funcții suport, etc.

Obiectivul este reducerea costurilor fiscale legate de dividendele și câștigurile de capital obținute și limitarea riscului de a crea o prezență impozabilă în țări în care s-ar putea desfășura anumite activități de dezvoltare și altele auxiliare. Factori de luat în considerare:

- Rezidența fiscală și cetățenia fondatorilor/ acționarilor
- Substanța în ceea ce privește alegerea locației în

contextul întregii companii

- Modelele de contract utilizate pentru angajarea furnizorilor de servicii
- Activitățile desfășurate de societate după lansarea ICO
- Relația între părțile afiliate

3. Nu subestimați natura complexă a impozitelor pe proprietatea intelectuală

Scopul cel mai des întâlnit al unei oferte ICO este dezvoltarea platformei, care generează adesea și proprietate intelectuală (PI). În aceste cazuri, obiectivul este creșterea utilizării stimulentele fiscale disponibile pentru domeniul cercetării și dezvoltării (R&D) și, presupunând că este păstrată proprietatea intelectuală, minimizarea costurilor fiscale legate de profiturile care decurg din utilizarea sa viitoare.

Considerații relevante la stabilirea unei structuri PI eficiente din punct de vedere fiscal:

- Tipul și natura PI create
- Locația unde are loc crearea, dezvoltarea, întreținerea, protecția și exploatarea, precum și locația entității ce controlează aceste funcții
- Deținerea legală a PI și orice drepturi contractuale legate de aceasta
- Tratamente fiscale favorabile pentru cercetare/ dezvoltare/ PI
- Tratatamentul fiscal al redevențelor, inclusiv impozit reținut la sursă și tratamentele favorabile din tratatele de dublă impunere

4. Priviți în viitor pentru a cântări cu atenție cerințele fiscale “de rutină”

Ofertele ICO au adeseori drept rezultat distribuirea către investitori a unei alte criptomonede, cum ar fi Ethereum sau Bitcoin. Planificatorii ofertelor ICO trebuie să ia în

considerare modul în care mișcarea ulterioară a valorii de piață a unei astfel de criptomonede poate să fie impozitată.

Întrebări de răspuns:

- Vor fi cheltuielile angajate în activitățile de dezvoltare deductibile din punct de vedere fiscal?
- Cum vor fi organizate, tarifate și documentate tranzacțiile părților afiliate?
- Vor crea activitățile viitoare de dezvoltare, dacă sunt întreprinse în jurisdicții diferite, o prezență/sediu permanent impozabil?
- Vor declanșa activitățile unei companii obligații fiscale indirecte, cum ar fi impozite pe bunuri și servicii sau taxa pe valoare adăugată?
- Care vor fi cerințele de depunere ale declarațiilor fiscale pentru entitățile din grupul de companii?

Toate aceste cerințe fiscale de impozitare vor afecta nu doar obligațiile administrative ale contribuabilului, dar și costurile aferente desfășurării afacerii. Deoarece ofertele ICO reprezintă modalități de finanțare noi și încă nereglementate, considerațiile fiscale pentru acestea sunt de fapt mai complexe și au nevoie de consultanți cu experiență în administrațiile fiscale nu doar ale țării fondatorilor și ale țării de emiterie a ofertei ICO, dar și ale multor altor țări unde fondatorii sau investitorii pot avea rezidența sau pot fi prezenți.

În timp ce ofertele IPO continuă să fie mai ample decât ofertele ICO, impactul semnificativ pe care fenomenul ICO îl are asupra peisajului de servicii financiare continuă să ofere *fintech* -urilor și investitorilor oportunități semnificative de explorat.

Autor: Alex Milcev, Partener, Liderul departamentului de Asistență Fiscală, EY România

Impozitarea economiei digitale: Comisia propune noi măsuri menite să garanteze că toate companiile plătesc impozite corecte în UE

Comisia Europeană a propus miercuri, 21 martie, noi norme menite să garanteze că activitățile comerciale digitale sunt impozitate într-un mod corect și favorabil creșterii economice în UE. Prin adoptarea acestor măsuri, UE va deveni lider mondial în ceea ce privește conceperea unor reglementări fiscale adaptate la economia modernă și la era digitală.

Creșterea explozivă din ultimii ani a numărului de companii din sectorul digital, precum societățile care gestionează platforme de comunicare socială, platformele colaborative și furnizorii de conținut online, a contribuit foarte mult la creșterea economică din UE. Normele fiscale actuale nu au fost concepute însă pentru a răspunde nevoilor companiilor care își desfășoară activitatea pe scară mondială sau în mediul virtual ori care au o prezență fizică neglijabilă sau doar o prezență digitală. Schimbarea a fost dramatică: nouă din companiile aflate în top 20 la nivel mondial în funcție de capitalizarea bursieră sunt în prezent digitale, față de o companie din 20 în urmă cu zece ani. Provocarea constă în a fructifica din plin această tendință, asigurând totodată o contribuție corectă la impozite din partea companiilor din sectorul digital. În caz contrar, există un risc real la adresa veniturilor publice ale statelor membre: companiile din sectorul digital sunt supuse în prezent unei cote de

impozitare medii efective egală cu jumătate din cea aplicată economiei tradiționale din UE.

Propunerile prezentate răspund eforturilor depuse de statele membre pentru a găsi soluții permanente și durabile care să asigure o contribuție corectă la veniturile fiscale din partea companiilor care își desfășoară activitatea în mediul online, dând astfel curs și [apelului urgent al liderilor UE din luna octombrie 2017](#). Normele fiscale actuale nu reglementează profiturile realizate din activități profitabile precum vânzarea datelor și a conținuturilor generate de utilizatori. Statele membre au început încet-încet să caute, în mod unilateral, soluții rapide de impozitare a activităților digitale, ceea ce creează probleme juridice și incertitudine fiscală pentru mediul de afaceri. Numai printr-o abordare coordonată se poate garanta că economia digitală este impozitată într-un mod corect, sustenabil și favorabil creșterii economice.

Două propuneri legislative distincte prezentate astăzi de Comisie vor avea ca rezultat o impozitare mai corectă a activităților digitale în UE:

- Prima inițiativă urmărește să facă o **reformă a normelor în materie de impozit pe profit**, astfel încât profiturile să fie înregistrate și impozitate acolo unde companiile au o interacțiune semnificativă cu utilizatorii prin canalele digitale. Aceasta este soluția pe termen lung preferată de Comisie.
- Cea de-a doua propunere răspunde apelurilor primite din partea mai multor state membre în ceea ce privește instituirea unui **impozit intermediar** care să acopere principalele activități digitale care, în prezent, nu sunt deloc impozitate în UE.

Pachetul prezentat astăzi prevede o abordare coerentă a UE în privința unui sistem de impozitare a economiei digitale care sprijină piața unică digitală și care va servi drept punct de

pornire pentru discuțiile internaționale menite să soluționeze problema la nivel mondial.

Valdis Dombrovskis, vicepreședintele pentru moneda euro și dialog social, a declarat: *„Digitalizarea aduce nenumărate beneficii și oportunități, însă necesită și o adaptare a normelor și a sistemelor noastre tradiționale. Am prefera să dispunem de norme convenite la nivel mondial, inclusiv la nivelul OCDE. Însă valoarea profiturilor care scapă în prezent neimpozitate este de neacceptat. Trebuie să ne aducem de urgență normele fiscale în secolul al XXI-lea, recurgând la o nouă soluție cuprinzătoare și orientată către viitor”*.

Pierre Moscovici, comisarul pentru afaceri economice și financiare, impozitare și vamă, a adăugat: *„Economia digitală este o mare oportunitate pentru Europa, iar Europa este, la rândul său, o mare sursă de venituri pentru firmele din domeniul digital. Această situație reciproc avantajoasă ridică însă probleme juridice și fiscale. Normele noastre care datează de dinainte de apariția internetului nu permit statelor membre să impoziteze companiile din domeniul digital care își desfășoară activitatea în Europa atunci când acestea nu sunt prezente fizic aici sau când prezența lor fizică este neglijabilă. Această situație este ca o gaură neagră tot mai mare pentru statele membre, întrucât baza fiscală se deteriorează. Toate acestea sunt motivele pentru care propunem astăzi un nou standard juridic, dar și un impozit intermediar pe activitățile digitale.”*

Propunerea 1: O reformă comună a normelor UE în materie de impozit pe profit pentru activitățile digitale

Această propunere va permite statelor membre să impoziteze **profiturile** generate pe teritoriile lor, chiar și în cazul în care o companie nu are o prezență fizică acolo. Noile norme vor garanta o contribuție la finanțele publice din partea companiilor online egală cu cea a companiilor tradiționale cu prezență fizică.

Se va considera că o platformă digitală are o „prezență digitală” impozabilă sau un sediu permanent virtual într-un stat membru dacă îndeplinește **unul** dintre următoarele criterii:

- veniturile anuale ale companiei într-un stat membru depășesc pragul de 7 milioane de euro;
- compania are peste 100 000 de utilizatori într-un stat membru într-un an fiscal;
- într-un an fiscal, se încheie peste 3 000 de contracte comerciale de servicii digitale între compania respectivă și utilizatorii comerciali.

Noile norme vor schimba și **modul în care sunt repartizate profiturile către statele membre**, astfel încât să se reflecte mai bine felul în care companiile pot crea valoare online: de exemplu, în funcție de locul în care se află utilizatorul în momentul consumului.

În fine, noul sistem asigură o legătură reală între locul în care sunt realizate profiturile digitale și locul în care sunt impozitate. Măsura ar putea fi inclusă, în cele din urmă, în sfera bazei fiscale consolidate comune a societăților (CCCTB) – inițiativa propusă deja de Comisie pentru repartizarea profiturilor marilor grupuri multinaționale într-un mod care să reflecte mai bine locul unde se creează valoarea.

Propunerea 2: Un impozit intermediar pe anumite venituri provenite din activități digitale

Acest impozit intermediar garantează că activitățile care în prezent nu sunt impozitate efectiv vor începe să genereze venituri imediate pentru statele membre. Astfel, se va putea evita luarea unor măsuri unilaterale de impozitare a activităților digitale în anumite state membre, situație care ar putea conduce altfel la o mare diversitate de soluții naționale în prejudiciul pieței unice.

Spre deosebire de reforma comună, la nivelul UE, a normelor fiscale de bază, acest impozit indirect ar urma să se aplice **veniturilor** obținute din anumite activități digitale care nu intră deloc sub incidența actualului cadru fiscal. Acest sistem se va aplica doar cu titlu provizoriu, până la finalizarea reformei globale și până la integrarea deplină a unor mecanisme care să reducă posibilitatea dublei impunerii.

Acest impozit se va aplica veniturilor obținute din activități în cazul cărora utilizatorii joacă un rol major în crearea de valoare și care sunt cel mai greu de reglementat prin normele fiscale actuale, cum ar fi veniturile obținute din:

- vânzarea de spațiu publicitar online;
- activități de intermediere digitală care permit utilizatorilor să interacționeze cu alți utilizatori și care pot mijloci vânzarea de bunuri și servicii între aceștia;
- vânzarea de date generate pe baza informațiilor furnizate de utilizatori.

Veniturile fiscale vor fi colectate de statele membre în care sunt situați utilizatorii și se vor aplica numai companiilor cu venituri totale anuale de 750 de milioane de euro la nivel mondial și de 50 de milioane de euro la nivelul UE. În acest mod se poate asigura că întreprinderile mai mici nou înființate și în curs de extindere rămân scutite de această sarcină. Dacă impozitul se va aplica la o cotă de 3 %, se estimează că statele membre ar putea obține venituri anuale de 5 miliarde de euro.

Următoarele etape

Propunerile legislative vor fi înaintate Consiliului spre adoptare și Parlamentului European spre consultare. În același timp, UE va continua să participe în mod activ la discuțiile purtate la nivel mondial pe tema impozitării economiei digitale în cadrul G20/OCDE și să insiste asupra adoptării

unor soluții internaționale ambițioase.