Biriş Goran îşi întăreşte echipa de consultanţă în materie de protecţia datelor personale (GDPR) prin alianţa cu Privacy One

Biriş Goran societate aflată în topul avocaturii româneşti şi PrivacyOne, cabinet specializat în consultanţă juridică în domeniul protecţiei datelor personale, anunţă că îşi vor uni forţele pentru a oferi servicii consolidate de consultanţă în materie de protecţia datelor cu character personal. Zona de expertiză a PrivacyOne – axată în prezent pe alinierea la noul Regulament de protecţie a datelor cu caracter personal – vine să completeze portofoliul de servicii Biriş Goran cu o cunoaştere în profunzime a subiectului GDPR.

"*Experienţa îndelungată a Andreei Lisievici (PrivacyOne) în domeniul protecţiei datelor personale, consultanţa de înaltă calitate în domeniul GDPR, precum şi modul de gândire şi prioritizare a consultanţei pe care o oferă, sunt foarte asemănătoare cu valorile care ne ghidează pe noi, la Biriş Goran*" – a declarat **Gabriel Biriş**, partener fondator al casei de avocatură, unul dintre cei mai buni specialişti în fiscalitate la ora actuală. "*Gândim la fel şi sunt convins de faptul că piaţa de consultanţă va reacţiona pozitiv la valoarea adăugată pe care această colaborare o va aduce clienţilor noştri*", a completat **Gabriel Biriş**.

La rândul ei, Andreea Lisievici crede că parteneriatul nou creat va sprijini efortul PrivacyOne de a livra la cea mai înaltă calitate şi că beneficiarii acestuia – clienţii ambelor companii – vor aprecia produsele de consultanţă integrate oferite în această manieră. "*Am muncit mult ca să ajungem la*

nivelul de excelenţă pe care l-am atins, iar Privacy One se afla meritoriu la nivelul la care este cotată astăzi. Am găsit în Biriş Goran un partener ideal venit la cel mai bun moment cu putinţă, şi vom putea astfel aduce clienţilor noştri plusul de atenţie de care aceştia au nevoie." a declarat Andreea Lisievici. "*Portofoliul de clienţi PrivacyOne, compus din nume mari ale pieţei româneşti, va beneficia nu doar de servicii de aliniere şi implementare a noilor reglementări cu privire la protecţia datelor cu caracter personal, ci de întreaga noastră capacitate în toate domeniile consultanţei juridice de afaceri*."

****

Andreea Lisievici este partener al PrivacyOne, cabinetul specializat în asistenţă juridică în domeniul protecţiei datelor personale şi drept IT. Are peste 10 ani de experiență ca avocat în proiecte comerciale, de protecția datelor și de conformitate. A acordat de-a lungul anilor consultanță unei game largi de clienți în domeniul IT și privacy, cum ar fi cloud computing, securitate cibernetică, publicitate comportamentală, reținerea datelor sau monitorizarea angajaților și a fost implicată în arbitraje în domeniul IT. Scrie frecvent articole de specialitate şi este un trainer și lector experimentat.

Biriş Goran este o societate de avocatură de business înființată în 2006 și are o echipă formată din peste 35 de avocați. Biriș Goran oferă o gamă largă de servicii cu accent pe domenii precum: fiscalitate și taxe, tranzacții imobiliare, drept societar, fuziuni și achiziții, concurență, litigii, proprietate intelectuală, IT&C și protecția datelor, dreptul muncii, finanțări, precum și restructurări și insolvență.

Ariile de practică ale Biriș Goran sunt incluse frecvent printre cele mai bune din țară de publicații precum Chambers Europe și European Legal 500.

Partenerii PwC Europa Centrală și de Est l-au ales pe Nick Kos ca CEO

Firma de servicii profesionale PwC Europa Centrală și de Est anunță alegerea lui Nick Kós în poziția de CEO pentru un mandat de patru ani, care va începe de pe 1 iulie 2018.

Nick Kós este în prezent Country Managing Partner al PwC Ungaria și a exercitat diverse funcții de conducere în regiunea Europei Centrale și de Est. El a fost implicat în proiecte pentru unii dintre clienții importanți ai PwC în Ungaria și ECE, printre care grupul NOKIA, MOL și Diageo.

Nick va prelua conducerea firmei de la actualul CEO, Olga Grygier-Siddons, care își va încheia mandatul de 4 ani pe 30 iunie 2018.

”Sunt onorat că am fost ales CEO al PwC ECE. Aceasta este o perioadă plină de oportunități pentru PwC în Europa Centrală și de Est și este un privilegiu să conduc o echipă de peste 10.000 de profesioniști, care lucrează împreună pentru a consolida încă și mai mult firma. Mă voi concentra pe asigurarea calității serviciilor pentru clienții noștri, la standardele de excelență ale PwC, continuând în același timp să investim în dezvoltarea oamenilor, a abilităților noastre și a tehnologiei utilizate, toate acestea fiind elemente cheie ale succesului nostru în viitor. Este de asemenea vital să continuăm să ne ajutăm clienții pentru a răspunde în cel mai bun mod provocărilor și oportunităților actualului context de

piață, punându-le la dispoziție echipe și servicii de calitate ridicată. Voi lucra cu Partenerii noștri din întreaga regiune pentru a valorifica la maximum rețeaua de contacte cu clienții și a continua să generăm valoare pentru clienții noștri și alți stakeholderi”, a declarat **Nick Kós.**

”Vreau de asemenea să îi mulțumesc Olgăi pentru dedicarea și angajamentul pe care le-a demonstrat în acești patru ani. Voi continua să construiesc pe baza experienței, a rețelei de contacte și a reușitelor ei”, a adăugat **Nick Kós**.

”A fost o adevărată onoare să fiu CEO al PwC ECE. Sunt mândră în mod deosebit de toată munca pe care am depus-o, alături de clienții noștri și de alți stakeholderi, pentru a face țările din regiunea noastră mai competitive și mai proeminente pe scena economică globală. Vreau de asemenea să îl felicit pe Nick Kós, alături de care voi coopera îndeaproape pentru a asigura o tranziție de succes și cât mai lină către mandatul său de conducere. De asemenea, vreau să le mulțumesc clienților noștri pentru felul în care colaborează cu noi, precum și tuturor profesioniștilor din cadrul PwC ECE pentru munca lor deosebită și pentru contribuția lor la construirea încrederii și rezolvarea unor probleme importante, care fac cu adevărat diferența în țările în care PwC este prezentă în regiune”, a declarat **Olga Grygier-Siddons.**

Acesta își va începe mandatul de la 1 iulie 2018.

---

5 factori care blochează centrarea pe client a

companiei

Deși centrarea pe client nu este un concept nou, a ajuns să fie din ce în ce mai relevant în contextul transformării digitale a companiilor, a marketingului digital, a capacității managerilor de a monitoriza, înțelege și modela experiența clientului. În studiul realizat de Valoria si Doingbusiness.ro, Barometrul centrării pe client în companiile din România, centrarea pe client este privită ca fiind o strategie care aliniază dezvoltarea și livrarea produselor companiei în jurul nevoilor consumatorilor cu scopul de a crește valoarea companiei.

Din păcate, multe companii sunt departe de a avea o cultură a serviciilor centrată pe client. De aceea este bine să știm care sunt principalii 5 factori care blochează acest proces în interiorul companiilor, conform rezultatelor studiului Valoria și Doingbusiness.ro.

1. **În companie nu există expertiza necesară pentru a implementa centrarea pe client (88%)**

Cele mai multe companii din România consideră că acesta este principalul factor care le blochează. Dincolo de a fi ”scuza la îndemână”, este evident că este greu să ai focus pe centrarea pe client într-o economie în tranziție, în care cele mai multe provocări țin de supraviețuirea afacerii. Asta ca să nu mai punem la socoteală profilul psihocultural colectivist al românilor, care ne face să nu ne fie ușor să ne punem ”în slujba” celor cu care nu avem o legătură (de rudenie, de prietenie sau cunoștințe).

2. **Lipsa tehnologiilor necesare pentru administrarea datelor (89%)**

Tehnologia ne permite să colectăm datele relevante despre comportamentul consumatorilor, despre relația pe care o avem cu ei, despre istoricul și despre potențialul de business.

Chiar și în era Internetului și a aplicațiilpr SaaS (Software as a Services) sunt multe companii care nu au un sistem de CRM sau de Sales Management. Decizia aparține de cele mai multe ori unui top management care este deprofesionalizat din punct de vedere al tehnologiilor digitale și care nu are cunoștințele necesare pentru a prioritiza aceste investiții.

3. **Slaba comunicare a informațiilor între departamente (76%)**

Lipsa de încredere este endemică în România, lucru care nu este de neînțeles după 50 de ani de comunism. Această lipsă de îmcredere este întărită de modul în care sunt conduse cele mai multe companii de lideri autoritari și dominanți. În acest context, ținând cont și de lipsa tehnologiilor care să transparentizeze ceva mai mult comunicarea informațiilor relevante între departamente, sunt multe companii în care fiecare știe altceva și puțini au imaginea de ansamblu. Această realitate crează costuri de oportunitate, lupte de putere interne pentru accesul privilegiat la informații și o slabă comunicare a informațiilor în general în interiorul firmei.

4. **Nu au o definiție comună și clară a centrării pe client (73%)**

Acțiunile aliniate și coerente se obțin numai atunci când toți cei din echipă înțeleg în același fel un anumit concept. Dincolo de înțelegerea clară a ceea ce înseamnă centrarea pe client în compania noastră, mai rămâne de clarificat setul de acțiuni prin care aceasta se ”dovedește”. Lipsa unei definiții comune și clare a centrării pe client și a unei corelații imediate cu un set de acțiuni dezirabile (pentru care vor primi recompense tangibile și intangibile) crează o mare problemă în companiile care vor să fie mai centrare pe client.

5. **Cultura companiei nu este aliniată cu nevoile clienților (70%)**

Chiar dacă produsul sau serviciul nostru are căutare și se vinde, asta nu înseamnă automat că avem o cultură a companiei centrată pe client. Nevoile clienților sunt complexe și evoluează. Ceea ce azi a fost wow pentru ei, mâine în mod sigur vor considera că este normal să primească, ca atenție și disponibilitate din partea echipei companiei noastre. Totule e mai greu este atunci când nevoile clienților sunt complet necunoscute, sau când cultura companiei vine în contradicție cu acestea. De exemplu, în România clienții apreciază foarte mult serviciile de garanție, iar unele companii văd o mare povară în acordarea acestora și nu știu cum să scape mai repede apelând la sub-contractori deficitari la capitolul client service.

În concluzie

Aparent cultura orientată spre vânzări pare să fie mai eficientă, dar abordarea centrată pe client este mai profitabilă pe termen lung. Acest lucru se datorează faptului că centarea pe client conduce nu doar la furnizarea de produse/servicii conform cerințelor acestuia, dar și la crearea de interacțiuni cu clienții înainte și după vânzare, cu scopul de a genera vânzări repetate, loialitate și profituri.

PKF Finconta aduce un expat la conducerea echipei de Transfer Pricing

Compania de audit și consultanță fiscală PKF Finconta, locul 10 în topul firmelor din București din acest domeniu, l-a numit pe Nilanjan Nag, Manager, la conducerea echipei de

Transfer Pricing.

Nilanjan Nag vine din India, unde în ultimii nouă ani a lucrat la Deloitte în cadrul departamentului de prețuri de transfer, după alți doi ani petrecuți în cadrul departamentului similar al PwC. Astfel are o experiență solidă în ceea ce privește conformitatea cu legislația privind prețurile de transfer și a coordonat angajamente complexe de planificare și auditul prețurilor de transfer. De asemenea, a fost implicat în proiecte legate de documentația globală a prețurilor de transfer și are experiență în evaluarea proprietății intelectuale.

*”M-am alăturat echipei PKF Finconta din România deoarece știu că există un potențial de dezvoltare semnificativ cu privire la serviciile de conformitate și consultanță de transfer pricing. Avem specialiști foarte buni în acest domeniu și vreau să demonstrăm că există beneficii notabile în a lucra cu o companie cu peste 23 de ani de experiență în România, care aduce expertiză de top și o atenție deosebită pentru fiecare client”**, spune Nilanjan Nag, coordonatorul echipei de Transfer Pricing de la PKF Finconta.*

Nilanjan a absolvit Facultatea de Contabilitate din cadrul Universității din Calcutta și are o diplomă de Master în Business Management de la Institutul Național de Tehnologie din West Bengal. În România va dezvolta echipa și serviciile de Transfer Pricing ale PKF Finconta, într-o piață în care 44% dintre companii spun că tema prețurilor de transfer este de importanță crescută pentru acestea, iar 70% spun că pregătesc documentația privind prețurile de transfer cu scopul reducerii riscului de controversă.

”Cred că am făcut cea mai bună alegere numindu-l pe Nilanjan Nag la conducerea echipei noastre de Transfer Pricing. Are cunoștințe solide despre acest domeniu și o experiență profesională impecabilă. Am observat că a câștigat deja încrederea clienților cu care s-a intâlnit până acum prin

cunoștințele și experiența pe care le are. Vom folosi contextul actual favorabil pentru a dezvolta și mai mult, și a crește rapid dar sustenabil, această linie de servicii de Transfer Pricing”, ***spune Florentina Șușnea, Fondator și Managing Partner al PKF Finconta.***

Ordonanța de urgență nr. 25/2018 privind modificarea și completarea unor acte normative, precum și pentru aprobarea unor măsuri fiscal-bugetare

- **Impozit pe profit**

Scutirea de impozit a profitului reinvestit

Începând cu 30 martie 2018, prevederea privind obligația contribuabililor pentru activele pentru care au aplicat facilitatea privind profitul reinvestit de a le păstra pentru cel puțin o perioadă egală cu jumătate din durata de utilizare economică, stabilită potrivit reglementarilor contabile aplicabile, dar nu mai mult de 5 ani, nu va mai fi aplicabilă în cazul activelor care sunt scoase din patrimoniu ca urmare a îndeplinirii unor obligații prevăzute de lege.

Cheltuielile de sponsorizare

Începând cu 30 martie 2018, contribuabilii care efectuează

sponsorizări și/sau acte de mecenat sau acordă burse private vor avea obligația de a depune o declarație informativă privind beneficiarii sponsorizărilor, mecenatului sau burselor private aferentă anului în care s-au înregistrat cheltuielile respective, până la depunerea declarației anuale de impozit pe profit.

- **Impozitul pe veniturile microintreprinderilor**

Începând cu 1 aprilie 2018, microintreprinderile care au subscris un capital social de cel puțin 45.000 RON și au cel puțin 2 salariați vor putea opta, o singură dată, pentru aplicarea regimului de impozit pe profit, începând cu trimestrul în care cele două condiții menționate sunt îndeplinite, opțiunea fiind una definitivă.

O nouă definiție pentru salariat se introduce în sensul impozitului pe veniturile microintreprinderilor.

De asemenea, microintreprinderile care efectuează sponsorizări potrivit Legii nr. 32/1994, pentru susținerea entităților non-profit și a unităților de cult, care sunt furnizori de servicii sociale acreditați cu cel puțin un serviciu social licențiat, vor putea solicita credit fiscal pentru respectivele cheltuieli de sponsorizare în limita a 20% din impozitul pe veniturile microintreprinderilor datorat pentru trimestrul în care s-au înregistrat cheltuielile respective.

Sumele care nu sunt scăzute ca și credit fiscal pentru sponsorizare pot fi reportate pe o perioada de 28 de trimestre consecutive, scăderea sumelor efectuându-se în ordinea înregistrării cheltuielilor respective.

Contribuabilii cărora li se aplică aceste prevederi vor avea obligația de a depune declarația informativă privind beneficiarii sponsorizărilor, similar cu prevederile titlului de impozit pe profit.

- **Impozitul pe veniturile obținute de nerezidenți și**

impozitul pe reprezentanțele firmelor străine înființate în România

Se abrogă prevederile capitolului IV „ Modul de impozitare a veniturilor din economii obținute din România de persoane fizice rezidente în state membre și aplicarea schimbului de informații în legătură cu această categorie de venituri” de la titlul VI „ Impozitul pe veniturile obținute de nerezidenți și impozitul pe reprezentanțele firmelor străine înființate în România.

- **Taxa pe valoare adăugată**

Operațiunile efectuate în cadrul proiectelor de cercetare-dezvoltare și inovare nu se cuprind în sfera TVA dacă rezultatele cercetării nu sunt transferate altei persoane. Totodată, dreptul de deducere pentru achizițiile destinate realizării acestor proiecte de cercetare-dezvoltare și inovare se exercită în limitele și condițiile prevăzute la art. 297-300 din Codul Fiscal.

- **Accize**

Nivelul accizelor diferențiat se stabilește prin diminuarea cu 183,62 lei/1.000 litri, respective 217,31 lei/tonă, a nivelului standard prevăzut pentru motorina utilizată drept carburant pentru motor. Reducerea se realizează prin restituirea diferenței dintre nivelul standard și nivelul diferențiat al accizelor.

Se adaugă o nouă condiție pentru eliberarea autorizației de antrepozit fiscal, și anume, persoana care urmează să desfășoare activitatea ca antrepozitar autorizat să nu înregistreze obligații fiscal restante la bugetul general. Această cerință se aplică și persoanelor care au solicitate eliberarea autorizației de antrepozit fiscal și ale căror cereri sunt în curs de soluționare la data de 30 martie 2018.

- **Modificări aduse Codului de Procedură Fiscală**

Se rambursează TVA cu efectuarea ulterioară a inspecției fiscale în cazul decontului cu suma negativă de TVA cu opțiune de rambursare depus de contribuabilul care beneficiază de o eșalonare la plată. Aceste prevederi se aplică cererilor și deconturilor cu opțiune de rambursare depuse după data intrării în vigoare a prezentei Ordonanțe.

- **Impozit pe venit și contribuții sociale**

Contribuabilii care obțin venituri în baza contractelor din activitatea sportivă datorează impozit pe venit, impozitul fiind final. Acesta se calculează de către plătitorul de venit prin aplicarea cotei de 10% asupra venitului brut și se reține la sursă la momentul plății venitului.

De asemenea, plătitorul de venit are obligația să calculeze, să rețină și să plătească contribuția de asigurări sociale și contribuția de asigurări de sănătate, în anumite condiții.

Ca o noutate, contribuabilii pot dispune asupra destinației unei sume reprezentând 2% sau 3,5% din impozitul stabilit după cum urmează:

– 2% pentru susținerea entităților nonprofit și a unităților de cult, precum și pentru acordarea de burse private, conform legii;

– 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 conditiile legii. Prin excepție, contribuabilii pot opta pentru calcularea, reținerea și plata sumei menționate anterior de către plătitorii de venituri până la termenul de plată a impozitului.

Sunt prevăzute dispozițiile tranzitorii cu referire la veniturile realizate în anul 2018 în baza contractelor de activitate sportivă, cu privire la stabilirea, reținerea, plata și declararea impozitului și contribuțiilor sociale.

- **Procedura de acordare a eșalonării la plată a obligațiilor fiscale**

Este reglementată situația debitorilor care nu dețin bunuri în proprietate, ipoteza pe care Codul de procedură fiscală nu o avea în vedere în mod distinct anterior modificărilor operate prin Ordonanța de Urgență nr. 25/2018.

În cazul acestor debitori, cererea de eșalonare va cuprinde mențiuni referitoare la lipsa bunurilor, precum și efectul acestei circumstanțe asupra posibilității de plată a obligațiilor fiscale pentru care se cere eșalonarea. Toate informațiile furnizate de debitori cu privire la aceste împrejurări sunt verificate de către organul fiscal.

De asemenea, se introduc anumite condiții suplimentare pentru acordarea eșalonarii la plată a obligațiilor fiscale, și anume: (i) interdicția ca administratorii debitorilor societăți comerciale să aibă fapte înscrise în cazierul fiscal, (ii) interdicția ca debitorul să aibă obligații fiscale restante mai vechi de 12 luni și (iii) interdicția ca debitorul să aibă pierderi din exploatare în ultimul exercițiu financiar închis.

Autori:

Arcadie Parfenie – Senior Manager, Impozite directe

Corina Mindoiu – Senior Manager, Impozit pe venit școntribuții sociale

Cristina Galin – Senior Manager, Impozite indirecte

Calin Stan – Manager, Litigii fiscale

Aprobarea formularului 212 „Declarația unică privind impozitul pe venit și contribuțiile sociale datorate de persoanele fizice”

Ordin al președintelui Agenției Naționale de Administrare Fiscală nr. 888/2018 pentru aprobarea modelului, conținutului, modalității de depunere și de gestionare a formularului 212 – “Declarație unică privind impozitul pe venit și contribuțiile sociale datorate de persoanele fizice”

S-a publicat formularul 212 – „Declarația unică privind impozitul pe venit și contribuțiile sociale datorate de persoanele fizice”. Acesta se găsește pe pagina oficială a Agenției Naționale a Administrației Publice:

https://static.anaf.ro/static/10/Anaf/formulare/D212_OPANAF_888_2018.pdf

Autor: Corina Mindoiu – Senior Manager, Asistență Fiscală pentru Persoane Fizice

---

Raport ULI/PwC: Piața globală

imobiliară este în continuare solidă, în ciuda faptului că suntem într-o fază târzie a ciclului de investiții imobiliare și a schimbării modelelor de afaceri

În ciuda ciclului târziu în care se află, piața imobiliară globală oferă investitorilor randamente bune și o perspectivă pozitivă la nivel mondial, potrivit raportului *Emerging Trends in Real Estate® – The Global Outlook for 2018*, o analiză anuală care măsoară intențiile investitorilor la nivel global, realizat de către PwC și Urban Land Institute (ULI). Raportul arată că pe o astfel de piață imobiliară extrem de competitivă, dar și aflată într-un ciclu târziu de investiții, sectorul imobiliar, pentru a se putea dezvolta în continuare, trebuie să fie capabil să adopte și să se adapteze la noile tehnologii și modele de afaceri cum ar fi conceptul de „spațiu ca un serviciu".

„Vedem o continuare a dezvoltării pieței imobiliare locale atât pe segmentul rezidențial cât și pe cel al clădirilor de birouri, pe fondul contextului macroeconomic favorabil. Prețurile pe segmentul rezidențial, de exemplu, au crescut constant, la fel și cererea, în ciuda majorării costurilor de finanțare. La nivel global, observăm o schimbare valorică importantă de la pasiva componentă de tip <<cărămidă și mortar>> la o abordare mai dinamică și cu accent mai mare pe operațional. Acest lucru este important pentru investitori – care pe de o parte sunt nevoiți să gestioneze riscul, dar care, pe de altă parte caută soluții inovatoare și eficiente din punct de vedere al costului pentru a putea avea acces la

expertiză operațională și inovare, sau vor trebui să suporte pierderile", spune **Francesca Postolache, Partener, PwC România.**

În timp ce liderii globali intervievați pentru acest raport au fost de acord asupra faptului că piața imobiliară are momentan o ciclicitate întârziată, mulți dintre aceștia au sugerat faptul că perspectivele solide la nivel global și gradul ridicat de ocupare ar putea prelungi și mai mult acest ciclu. O creștere a tranzacțiilor în Europa și niveluri record ale tranzacțiilor pe piețele asiatice – cum ar fi Hong Kong și Singapore – susțin această idee. În același timp, prețurile activelor de bază rămân o provocare, care – combinate cu o concentrare mai puternică pe poziționare, puterea economică și nivelul de trai – determină investitorii să se orienteze către sectoare alternative cum ar fi logistica și orașe din valul al doilea, de exemplu Copenhaga în Europa și Raleigh/Durham din Statele Unite ale Americii. Creșterea dobânzilor și a inflației vor exercita, de asemenea, presiune asupra industriei, în mod deosebit în Europa și Statele Unite. Conform celor intervievați, riscul creșterii dobânzilor este mai mare acum comparativ cu șase luni în urmă.

"*În 2017, în România, piața tranzacțiilor a atins un nivel record. Pentru sectorul imobiliar, anul 2017 a fost cu deosebire unul prolific, valoarea tranzacțiilor înregistrate depășind 1 miliard de EUR, cu o creștere de cel puțin 10% față de anul precedent. Din perspectivă tranzacțională, sectoarele cele mai dinamice au fost cel hotelier, urmat de sectorul de retail și cel industrial*", spune **Anda Rojanschi, Partener D&B David și Baias.**

Raportul relevă discrepanțele mari între ușurința cu care se colectează capital semnificativ și greutatea cu care acesta este plasat eficient. Acest fenomen este, cu precădere, valabil pentru Asia, unde fondurile de investiții suverane și cele instituționale, care au foarte multe lichidități, cumpără proprietăți – atât local cât și global – creând o competiție

intensă pentru active.

Ciclul târziu al investițiilor pe piața imobiliară și dificultățile tot mai mari în a genera afaceri și a plasa capital dus la un val de consolidare în rândul companiilor deținătoare de proprietăți și a managerilor de fonduri de investiții, se mai arată în raport. Având în vedere aceste aspecte, PwC și ULI consideră că firmele din domeniul imobiliar trebuie să găsească noi modele pentru a strânge și genera capital. Studiul face referire în mod deosebit la felul în care companiile imobiliare fac afaceri, mai ales în contextul în care din ce în ce mai mulți clienți solicită noi servicii, cum ar fi cel de „spațiul ca serviciu”. Datorită acestor schimbări sistemice la nivel de industrie, companiile imobiliare vor avea nevoie de abilități de cercetare și analiză de big data, dar și de implementarea de noi tehnologii, pentru a îmbunătăți procesele de luare a deciziilor, de management și de evaluare.

„Companiile imobiliare și cele care activează în acest domeniu trebuie să-și schimbe modelul de business, în principal prin adoptarea de noi tehnologii și îmbinarea utilizării acestora pentru oferirea de noi produse. Evoluțiile tehnologice și adaptarea acestora la piața imobiliară sunt elemente care vor defini felul în care, pe viitor, se vor face afacerile în acest sector. Transformarea trebuie să fie cât mai rapidă deoarece nevoile clienților sunt în permanentă schimbare, iar companiile care nu vor fi în stare să se folosească de noile tehnologii și să-și schimbe modelul de afaceri riscă să iasă din afaceri”, spune **Anda Rojanschi**, **Partener D&B David și Baias**.

Raportul include o privire de ansamblu asupra factorilor specifici piețelor din Asia, Europa și Statele Unite ale Americii, care au implicații globale:

- Competiția în creștere pentru active din **Asia** schimbă fundamental industria și deseori chiar neașteptat. Mulți

investitori cheie se expun riscurilor pentru a reuși să marcheze profituri, în timp ce alții caută soluții mai sigure dar care în același timp să le ofere câștiguri care nu mai sunt oferite de titlurile de stat. Există investitori care s-au mișcat către segmentul de spații cu valoare adăugată. Un rezultat al acestui fenomen este migrarea investitorilor către piețe și clase de active care până nu demult nu generau prea mult interes. În acest moment managerii de fonduri consideră active sănătoase centrele de date, proiectele rezidențiale accesibile, construcțiile destinate închirierii, căminele studențești și azilurile pentru bătrâni.

- Piața de profil din **Europa** se bucură de confortul celei mai solide creșterii economice a ultimilor zece ani din Uniunea Europeană, care susține investițiile și cererea ridicată de spații. Mare parte a acestei creșteri a fost susținută de economii dezvoltate cum ar fi cea a Germaniei, Franței, Italiei sau Spaniei. Pentru specialiștii imobiliari europeni este destul de dificil să se rupă de Londra, mai ales în condițiile nesigure generate de Brexit. Dar raportul notează faptul că investitorii asiatici nu par a avea o problemă cu Brexitul și vizează investiții pe termen lung în Londra.
- În **Statele Unite ale Americii** este de urmărit posibilul impact al unei noi legislații federale asupra domeniului imobiliar. Concluziile ediției de anul acesta a prezentului raport arată că 61% dintre respondenți consideră că aceasta va fi benefică pentru sector. În jur de un sfert dintre intervievați spun că reforma fiscală va spori cererea investitorilor, iar un procent similar spun că va îmbunătăți cererea de închiriere. Raportul arată că faptul că rămâne de văzut care va fi impactul asupra zonei rezidențiale, dar notează trei potențiale efecte: investitorii străini vor putea să investească și să repatrieze profituri mai ușor decât înainte; companiile americane care până acum și-au ținut parte din profituri în străinătate pentru a beneficia de

taxare mai mică vor putea să-și aducă în țară acele câștiguri și nu în ultimul rând, taxarea pentru companii se va reduce în Statele Unite.

Jean-Marc Cambien, EY România: Cum schimbă digitalizarea tratamentul TVA pentru serviciile financiare?

În mod tradiţional, activitatea bancară este scutită de TVA, fără drept de deducere. Astfel, ca regulă generală, băncile nu colectează TVA pentru activităţile realizate şi nici nu deduc TVA pentru achiziţiile efectuate. Însă, este această abordare cea mai benefică pentru bănci? Există soluţii de reducere a costurilor cu TVA? Dacă da, unde găsim aceste soluţii şi cum le putem implementa?

Singura direcţie în care ne putem îndrepta pentru a găsi răspunsuri la astfel de întrebări este jurisprudenţa Curţii de Justiţie a Uniunii Europene. În timp ce abordarea tradiţională poate fi sigură din perspectiva controalelor fiscale, costurile aferente pot fi semnificativ îmbunătăţite prin aplicarea principiilor jurisprudenţei europene. Aceste principii pot schimba perspectiva şi pot susţine aplicarea tratamentului de TVA dorit de bănci, în practică anumite principii fiind deja acceptate şi confirmate de autorităţile române în cadrul controalelor fiscale.

Însă, cum va arăta mediul bancar pe termen lung? Ca în orice industrie, observăm o tendinţă ascendentă a digitalizării mediului bancar. Online banking, automatizarea proceselor

interne (cum ar fi colectarea datelor de la clienţi, emiterea automatizată a unor documente bancare), externalizarea unor componente ale serviciilor bancare sunt câteva exemple de procese puternic tehnologizate. Schimbă această tehnologizare tratamentul de TVA al serviciilor bancare?

De reţinut este că serviciile de natură financiar-bancară nu ar trebui să fie afectate de modul în care sunt prestate – electronic sau nu. Pe de altă parte, locul prestării serviciilor către persoane neimpozabile, posibilitatea aplicării scutirii de TVA, deschiderea dreptului de deducere a TVA aferentă achiziţiilor sunt o parte dintre aspectele ce pot fi afectate semnificativ în contextul digitalizării, cu impact pozitiv sau negativ asupra băncilor.

Urmând aceeaşi direcţie, observăm că tot mai multe activităţi, în mod tradiţional nebancare, au potenţialul de a intra în sfera serviciilor financiare. Startup-urile *fintech* dezvoltă soluţii digitale foarte uşor de folosit, la îndemâna utilizatorilor de *smartphone*, prin care aceştia au acces mobil imediat la efectuarea de plăţi, la transferul de fonduri, verificarea soldului, încheierea asigurărilor etc. Este cunoscută concurenţa făcută băncilor de companiile *fintech*, însă ar putea impactul fiscal al acestor tehnologii să tempereze această concurenţă?

Fiind o industrie la început, aşteptăm cu interes să vedem în ce măsură pot beneficia aceste business-uri de scutire de TVA, astfel încât să ofere tarife competitive utilizatorilor sau, din contră, dacă pot taxa aceste activităţi pentru a beneficia de o deducere mai mare – pentru, spre exemplu, investiţii semnificative în tehnologie.

Jurisprudenţa europeană existentă ne poate da răspunsuri la întrebările ridicate. Toţi jucătorii din industria serviciilor finaciar-bancare aşteaptă în viitorul apropiat evoluţia acesteia, având în vedere creşterea digitalizării şi a nevoii de clarificare a tratamentului de TVA.

Autor: **Jean-Marc Cambien**, Partener EY România

Ramona Jurubiță este numită Senior Partner al KPMG în România și Moldova

KPMG România are plăcerea să anunțe numirea Ramonei Jurubiță ca Senior Partner al firmei, începând cu 1 octombrie 2018. Astfel, Ramona îl va succeda pe Șerban Toader, după trei mandate ca lider al firmei de servicii profesionale.

În prezent, Ramona este Deputy Senior Partner, Coordonator al serviciilor de Consultanță Fiscală și Juridică din cadrul KPMG în România și membră a Comitetului Executiv al grupului de firme KPMG în România. În calitate de Senior Partner, Ramona va coordona guvernanța și strategia firmei și va reprezenta grupul de firme KPMG din România atât pe piața locală, cât și pe plan internațional. Ramona va fi al patrulea Senior Partner care va conduce KPMG în Romania de la înființarea sa în 1994, dupa François Gontard (1994-2001), Victor Kevehazi (2001-2007) și Șerban Toader (2007-2018).

Șerban Toader afirmă: „Sunt mândru să anunț că Ramona a fost aleasă să preia responsabilitatea de Senior Partner al KPMG în România și Moldova. Experiența, cunoștințele tehnice și abilitățile sale de lider, demonstrate prin parcursul ei profesional, au propulsat-o în poziția de top în cadrul firmei noastre. O felicit pentru această performanță personală și profesională și sunt convins că își va folosi calitățile, precum integritatea, pasiunea, dedicarea și abilitățile de management pentru a conduce KPMG la un nou nivel”.

„Am oportunitatea de a lucra alături de o echipă extraordinară, într-o piață dinamică și un context istoric inovator. Este o provocare unică să fim în avangarda transformărilor digitale ale mediului de afaceri din România. Sunt convinsă că suntem pregătiți pentru o nouă etapă în dezvoltarea noastră și a clienților noștri, având drept prioritate încrederea comunității din care facem parte” afirmă Ramona. „Șerban a inspirat generații de profesioniști și a încurajat spiritul inovator si antreprenorial al colegilor din KPMG, contribuind la succesul clienților noștri, și mă bucur că am fost alături de el pe acest parcurs”, a spus **Ramona**.

Ca Senior Partner, Ramona va coordona strategia KPMG de a rămâne alegerea clară a clienților și angajaților ca firmă de servicii profesionale și angajator preferat. Performanța KPMG și rezultatele clienților noștri au demonstrat an de an dedicarea noastră, spiritul de inovație, adoptarea transformărilor digitale și integritatea profesională a echipei noastre de 900 de consultanți și auditori.

Richard Cysarz, Chairman KPMG în Europa Centrală și de Est, spune: *„Am încredere că Ramona este cea mai bună alegere pentru firmă și dispune de energia, ambiția și curajul necesare pentru a ghida firma către nivelul următor. Este o persoană a cărei emblemă este integritatea, care a adoptat cu pasiune valorile și povestea KPMG. Continuăm cu încredere pe calea către viitor*”.

ÎCCJ a confirmat abuzul de

poziție dominantă al Orange

Înalta Curte de Casaţie şi Justiţie a confirmat irevocabil încălcarea Legii Concurenței de către compania Orange, care a abuzat de poziția sa dominantă în relația cu firma SC Netmaster Communications SRL. De asemenea, instanța a redus amenda de la 147,9 milioane lei (34,8 milioane euro) la 110,9 milioane lei (23,83 milioane euro).

În anul 2011, Consiliul Concurenţei a sancţionat companiile Orange şi Vodafone pentru că au refuzat să acorde firmei Netmaster accesul la reţelele lor de telefonie.

Cele două companii dețin monopol în propriile rețele, iar conform normelor europene în domeniul concurenţei, un refuz al unei companii dominante poate reprezenta un abuz, în absenţa unei justificări obiective.

Orange şi Vodafone aveau obligaţia de a respecta atât reglementările autorităţii din domeniu (ANCOM), dar și prevederile din domeniul concurenţei, respectiv, nu aveau voie să își folosească în mod abuziv poziţia dominantă.

“*Companiile care deţin poziție dominantă pot adopta orice strategii necesare pentru a-şi apăra interesele comerciale, însă trebuie să aibă un comportament nediscriminatoriu în relațiile cu companiile mici – clienți, furnizori, concurenți*”, a declarat **Bogdan Chirițoiu, Președintele Consiliului Concurenței**.

Cele două companii, Orange și Vodafone, au atacat în instanţă decizia Consiliului Concurenţei. Curtea de Apel București a avut soluții diferite în cele două cazuri și, ca urmare, Înalta Curte de Casație și Justiție (ÎCCJ) a trimis din nou la prima instanță, pentru a fi rejudecate. Astfel, în 2017, Curtea de Apel București a rejudecat dosarele confirmând încălcarea Legii Concurenței de către cele două companii. În cazul Orange, decizia a fost confirmată de ÎCCJ. Dosarul

Vodafone urmează să se judece de ÎCCJ în acest an.

Domeniul telecomunicațiilor este unul prioritar pentru Autoritatea de Concurență, care a derulat mai multe investigații și analize, şi a făcut recomandări pentru îmbunătățirea cadrului legislativ.

De exemplu, Autoritatea de Concurență a derulat o investigaţie și pe piața cartelelor preplătite de telefonie mobilă referitoare la fixarea preţului de revânzare, împărţirea pieţei şi instituirea unor obligaţii de neconcurenţă între companii. Operatorii de telecomunicații și distribuitorii direcţi ai acestora și-au asumat o serie de angajamente pentru eliminarea clauzelor anticoncurențiale din contractele încheiate pe întreg lanţul de distribuţie, ceea ce a condus la creșterea concurenței pe această piață.

În urma investigației privind o posibilă discriminare a tarifelor de terminare a apelurilor, operatorii de telefonie și-au asumat și au implementat angajamente care au restabilit concurența pe pieţele serviciilor de telefonie mobilă: ofertele de telecomunicații includ un număr de minute suficient de mare încât să acopere nevoile de comunicare ale utilizatorilor, din ce în ce mai mulţi utilizatori se transferă între operatori, a crescut numărul de abonați (post-paid) și a scăzut semnificativ numărul de utilizatori pe bază de cartele preplătite (pre-paid) etc.

În același timp, Consiliul Concurenței s-a implicat și a făcut recomandări asfel încât Licitaţia pentru acordarea spectrului de frecvențe pentru furnizarea de servicii de telecomunicaţii din anul 2012 să conducă la un număr de operatori care să asigure caracterul concurenţial al pieţei.

Un studiu al Academiei de Studii Economice (ASE) arată că în cei 20 de ani de activitate, Consiliul Concurenței a generat peste peste 1 miliard de euro economii pentru cetățenii români, din care peste jumătate revin sectorului

telecomunicațiilor – 575 milioane euro.

Astfel, Intervenţiile Consiliului Concurenței, prin investigațiile derulate sau prin propunerile de ajustare a legislației specifice și buna cooperare cu autoritatea de reglementare a pieței (ANCOM) au asigurat o piață concurențială de telecomunicații fixe şi mobile comparativ cu alte state europene: servicii de calitate la prețuri rezonabile pentru consumatori, respectiv un grad mare de penetrare în rândul populației.

Sursa: Consiliul Concurenței