

Dragoș Radu, EY Law: GDPR poate genera un nou val de procese colective împotriva companiilor care au portofolii mari de clienți persoane fizice

Dincolo de o conștientizare a importanței respectării și asigurării drepturilor persoanelor vizate, interesul mărit față de prevederile GDPR a fost creat de sancțiunile usturătoare pe care noua lege le prevede. Concret, în funcție de obligațiile încălcate și de gravitatea situației, companiile riscă amenzi administrative de până la 20 de milioane euro sau de până la 4% din cifra de afaceri mondială totală, anuală, corespunzătoare exercițiului financiar anterior, luându-se în calcul cea mai mare valoare dintre acestea.

În plus, odată cu campaniile de informare a cetățenilor și cu conturarea unei noi arii de practică în materia litigiilor crește proporțional și riscul reputațional. După cele împotriva băncilor, nu excludem un nou val de procese colective, de această dată industriile țintite putând fi multiple precum: societățile de asigurare, companiile farmaceutice, spitale și clinici medicale, agenții de marketing, media, agenții de turism. Sunt vizate practic toate companiile care au portofolii mari de clienți persoane fizice, inclusiv supermarketuri și benzinării (prin cardurile de fidelitate / clienți).

GDPR aduce o serie de elemente de noutate, dintre care cele mai însemnate ar fi:

- obligativitatea numirii, în anumite condiții, a unui responsabil cu protecția datelor la nivel de companie sau grup care, poate deloc surprinzător, va acționa în fapt mai mult ca un reprezentant "în teritoriu" al autorității, având rolul de a se asigura că toate procesele și procedurile operatorului sunt conforme cu legea și de a notifica autoritatea competentă în termen de 72 de ore atunci când are loc o încălcare a securității datelor cu caracter personal;
- redefinirea unor drepturi și definirea unor drepturi noi pentru persoanele vizate (de exemplu, dreptul de a fi uitat, dreptul la portabilitatea datelor);
- condiții mult mai stricte pentru o procesare legală în baza consimțământului persoanei vizate;
- o mai mare răspundere în sarcina persoanelor împuternicite să proceseze date cu caracter personal în numele operatorului;
- desfășurarea de evaluări de impact în cazul în care operatorul: i) prelucrează automat date cu caracter personal și care produce efecte juridice privind persoana fizică sau care o afectează în mod similar într-o măsură semnificativă (vorbim aici în special de profilarea clienților), ii) prelucrează pe scară largă anumite categorii speciale de date (cel mai des întâlnit exemplu fiind datele privind sănătatea, datele genetice și biometrice) sau date cu caracter personal privind condamnări penale și infracțiuni sau iii) monitorizează sistematic pe scară largă o zonă accesibilă publicului.

Nu putem ignora impactul masiv pe care dezvoltarea tehnologiei – sub toate aspectele sale – îl are asupra relațiilor sociale la nivel global, iar metadatele sunt o realitate de ani buni. În acest context, GDPR impune în primul rând schimbarea mentalității privind modul în care înțelegem să utilizăm datele cu caracter personal și să respectăm și să protejăm dreptul la viața privată. Așa cum a fost nevoie de o educare a pieței în domeniul concurenței, este nevoie ca atât operatorii de date, cât și persoanele vizate să își însușească, într-un

mod adaptat fiecăruia, reglementările GDPR și să devină mai responsabili și mai conștienți de obligațiile și drepturile lor.

În acest moment, nu putem anticipa foarte clar cât de proactivă va fi autoritatea de supraveghere în a doua jumătate a anului dar, cel puțin sub aspectul sancțiunilor și măsurilor coercitive, care pot duce chiar la suspendarea sau încetarea activității unei companii, GDPR merită o atenție deosebită.

Autor: Dragoș Radu, Partener EY Law

Criza de guvernanță corporativă

Criza din 2008 a atras atenția tuturor asupra necesității reglementării și implementării unui set riguros de reguli și principii după care sunt conduse respectiv supravegheate companiile. Regulile de guvernanță a întreprinderilor existau la începutul anilor 2000, numai că reglementările laxă, precum și inconsistența auditului intern cu privire la administrarea și controlul activității top managementului, au condus la comportamente administrative neconforme. Formele acestora au acoperit un spectru destul de larg, de la conflicte de interese și incompatibilități la abuzuri de putere și nerespectarea unor minime criterii de transparență și administrare a riscului.

Cine au fost cei păgubiți? De cele mai multe ori actionarii, angajații, consumatorii, partenerii de afaceri. Am învățat ceva din această experiență? Se pare că nu, din moment ce recent multe companii de stat au fost exceptate de la efectele OUG 109/2011 privind managementul corporativ.

La ce e bună guvernanta corporativă? Principalele beneficii pe care guvernanta corporativă le aduce tuturor factorilor implicați sunt următoarele:

1. Diminuarea riscurilor pe care le comportă să faci business pentru acționari
2. Dezvoltarea performanțelor prin eficientizarea activităților pentru manageri
3. Internaționalizarea, deschiderea către alte piețe pentru acționari și manageri
4. Creșterea transparenței și responsabilității sociale pentru clienți
5. Predictibilitatea evoluției investiției pentru investitori
6. Bună reputație printre investitori și finanțatori

În țările cu tradiție în guvernanta corporativă există două modele consacrate: modelul shareholder și modelul stakeholder. În timp ce primul privește maximizarea valorii pentru acționari, cel de-al doilea vizează apărarea interesului părților implicate (angajați, parteneri de afaceri, acționari, manageri etc). Modelul pentru care a optat economia emergentă a României este modelul stakeholder.

Cu toate acestea există o lipsă de consecvență în ce privește implementarea guvernantei corporative din cauza următoarelor cinci motive principale:

1. Mecanisme de control laxe pentru informarea financiară relevantă, inteligibilă, comparabilă și semnificativă
2. Eșecul implementării unui sistem contabil în acord cu evoluțiile internaționale
3. Nedefinirea clară a raporturilor între proprietari și manageri

4. Centralizarea luării deciziilor și neimplicarea celorlalte părți participante

5. Absența unui cadru conceptual despre ce înseamnă o piață eficientă

Lipsa de consecvență a implementării guvernantei corporative provine și din caracterul facultativ, în termeni juridici – supletiv, al prevederilor acesteia în România care trage după sine o conformare doar pe baza voluntară a companiilor.

Creșterea performanței economice, competitivității și investițiilor se poate realiza pe termen lung cu ajutorul guvernantei corporative. Din cauza unor factori specifici (culturali, economici, sociali) în România nu se poate vorbi despre o aplicare exhaustivă a principilor de bună practică a guvernantei corporative.

Chiar dacă primul cod de guvernanță corporativă a apărut în 2001 și a fost apoi înlocuit în 2008 cu unul nou, el a devenit un subiect care primea atenție în contextul crizei economice. Criza din 2008/2009 a trecut; România este statistic pe creștere economică și subiectul guvernantei corporative s-a stins. Tranziția de la instituții de stat guvernate de tot felul de relații, la instituții bazate pe reguli mai trebuie să aștepte. Se pare că guvernanta corporativă ne preocupă numai atunci când economia suferă.

Autor: Florentina Șuşnea, Managing Partner, PKF Finconta

Iubirea de consum

Consecința unui împrumut cool sau rezultat al globalizării, astăzi este Ziua Îndrăgostiților. În funcție de generație,

momentul își are nuanțele lui sufletești pendulând între îmbrățișare tandră și respingere categorică. Mediile offline și online sunt mobilizate să marcheze momentul. Oferte turistice în „locuri romantice”, recomandări pentru “cine romantice” sau cadouri, evident, romantice îți orientează pașii sau click-ul. Totul este romantic în această zi și numai acum. S-a dat voie la iubire și se trăiește intens. E o super-ofertă pe care trebuie să o prindem cu toții astăzi. Mâine revenim în papuci de casă și, îmbrăcați în halat, romantismul se stinge.

Ritualuri bazate pe consum

Fiecare perioadă din an își are sărbătorile și ritualuri ei. Acestea sunt repere în viața comunităților, sunt lipiciul social ce-i aduce pe oameni împreună în jurul unor valori și simboluri. Însă dezvrăjirea acestora apare tocmai atunci când primesc o supradoză comercială și își pierd autenticul. De Ziua Îndrăgostiților se naște astfel o mini-ideologie a iubirii care se proclamă public și se trăiește ostentativ prin consum. Ceremonialul de vorbe și de gesturi discrete este dislocat de decibelii playlistului din cluburi și animatoarelor preschimbate în Cupidon.

Bugete, pe la ei și pe la noi

Potrivit Național Retail Federation Report în Statele Unite se estimează pentru 2018 că 55% dintre oameni sărbătoresc Ziua Îndrăgostiților și vor cheltui în medie 143 de dolari comparativ cu 136 dolari în 2017. Cifrele incluse în raport preconizează că valoarea cheltuielilor cu această ocazie se va ridică la 19,6 miliarde de dolari, a doua cea mai mare valoare după 19,7 miliarde dolari cât s-a cheltuit în 2016. Cel mai mult cheltuie tinerii între 25-34 de ani, în medie 202 dolari. Semn că dragostea e mai intensă atunci când cheltuiești mai mult.

Anul trecut în România, Ziua Îndrăgostiților a fost un prilej de călătorie pentru mulți români. Numărul cererilor de ofertă

a crescut cu 40%, iar prețul per sejur a fost între 100 și 300 euro potrivit Trip Advisor. De la an la an se observă o diversificare a tipurilor de clienți, iar comenzile și rezervările online au o pondere tot mai mare.

Cadourile se cumpără online

Cumpărăturile încep cu o săptămână înainte mai ales în mediul online. Vârful cumpărăturilor fiind de cele mai multe ori ziua de 11 pentru cei care sărbătoresc Sfântul Valentin, cu încă un vârf pe 20 februarie pentru cei care sărbătoresc Dragobetele. Din istoricul anilor trecuți cel mai bine se vând cosmeticele, florile, bijuteriile, ceasurile, lenjeriile. Chiar dacă nu se compară cu Crăciunul sau Paștele, Ziua Îndrăgostiților are un impact semnificativ asupra volumului de vânzări. De obicei, bărbații primesc produse IT&C în timp ce femeile primesc flori, cosmetice și bijuterii.

Comparabilă cu BlackFriday în ce privește volumul de produse cumpărate, Ziua Îndrăgostiților se diferențiază prin motivația achiziției. Mai evident decât oricând dragostea este împachetată drăguț în cadoul pe care îl dăruiești. Este prilej de marketing contextual, de oferte speciale pentru toată lumea și atestă un caracter extrovert al afirmării dragostei. Este o dragoste cu programul corelat la cel de vânzări al magazinelor.

Autor: Constantin Măgdălina, Expert, tendințe și tehnologii emergente

0UG nr. 3/8 februarie 2018

privind unele măsuri fiscal bugetare publicată în Monitorul Oficial nr. 125/8 februarie 2018

Ordonanță de Urgență a Guvernului nr. 3/8 februarie 2018 aduce câteva modificări la Legea nr. 227/2015 privind Codul fiscal.

Am rezumat în cele ce urmează câteva modificări prevăzute de prezenta Ordonanță de Urgență:

▪ Scopul Ordonanței de Urgență

Scopul modificărilor este de a menține veniturile salariale nete din decembrie 2017 în cazul categoriilor de persoane care au fost afectate de schimbările aduse Codului fiscal privind transferul de contribuții sociale de la angajator la angajat.

▪ Contribuabilii vizati

Persoanele fizice care realizează venituri din salarii și asimilate salariilor, în baza contractelor individuale de muncă sau a actelor de detașare, cu îndeplinirea cumulativă a următoarelor condiții:

- Documentul care reglementează relația de angajare era aflat în derulare la data de 31 decembrie 2017;
- Angajatul se încadrează în categoria persoanelor fizice scutite de la plata impozitului pe venit (angajații din IT, cercetare și dezvoltare, muncitori sezonieri, persoane cu handicap grav sau accentuat);
- Salariul brut al angajatului este majorat cu cel puțin 20% față de nivelul celui din luna decembrie 2017.

Măsurile vizate se aplică și persoanelor fizice care realizează venituri din salarii sau asimilate salariilor de la

angajatori nerezidenți și care datorează contribuții sociale în România.

▪ Reținerea unei contribuții de asigurări sociale de sănătate reduse

Pentru aplicarea măsurilor prevăzute, se va reduce cuantumul contribuției de asigurări sociale de sănătate (CASS) reținute de la angajați. Formula de calcul utilizată de către angajatori/plătitorii de venituri, în vederea stabilirii, reținerii la sursă și a plății contribuției de asigurări sociale de sănătate, este următoarea:

$$\text{CASS}_{\text{reținută}} = \text{Venit brut}_{2018} - \text{CAS}_{\text{datorată în } 2018} - \text{Salariu Net}_{\text{decembrie } 2017}$$

Prezentăm mai jos un exemplu de calcul: prin comparația între luna decembrie 2017 și luna ianuarie 2018, în situația în care venitul brut al angajatului este majorat cu 20%:

	Decembrie 2017	Ianuarie 2018
Venit brut	6,800	8,160
CAS	714	2,040
CASS	374	442
Șomaj	34	–
Venit net	5,678	5,678
Cost angajator *	8,347	8,344

* Note:

- Costul angajatorului include venitul brut și contribuții sociale angajator;
- Am luat în calcul pentru contribuții angajator la 2017:
 - 0.15% la contribuție fond accidente;
 - fără plafon la contribuții concedii medicale.

Diferența între CASS reținută și cea datorată conform Codului

fiscal va fi evidențiată separat în declarația 112.

Menționăm că pe măsură ce creșterea salariului brut este mai mare, prevederile acestei Ordonanțe de Urgențe nu mai sunt aplicabile. Astfel, în cazul în care creșterea salariului brut este de peste 28%, CASS ajunge să fie datorată la nivelul prevăzut de Codul fiscal (10%).

Salariul brut din luna decembrie 2017, pentru care se aplică metoda de calcul prevăzută de Ordonanța de Urgența, cuprinde:

- Salariul brut de încadrare;
- Alte venituri de natură salarială acordate lunar și prevăzute în contractul individual de munca valabil în decembrie 2017, care sunt incluse în baza de calcul al contribuțiilor sociale obligatorii.

Dacă salariul brut este diminuat prin acordul părților pe perioada vizată de prezenta Ordonanță de Urgență, prevederile acesteia nu sunt aplicabile.

Dispozițiile avute în vedere sunt aplicabile veniturilor din salarii și asimilate salariilor realizate în anul 2018.

Pentru veniturile realizate în perioada anterioară intrării în vigoare a Ordonanței de Urgență, pot fi efectuate regularizări până la data de 31 decembrie 2018, prin depunerea declarațiilor (112) rectificative.

Contracte individuale de muncă cu timp parțial

Ordonanța de Urgență aduce de asemenea modificări cu privire la plata CAS și CASS datorată pentru angajații cu contracte individuale de muncă cu timp parțial, după cum urmează:

- în situația în care baza de calcul pentru CASS este mai mică decât nivelul salariului de bază minim brut pe țară, diferența de CASS datorată se va plăti de către angajator/plătitorul de venit în numele angajatului;
- similar, și în situația în care baza de calcul pentru

CAS la venitul realizat este mai mică decât nivelul salariului de bază minim brut pe țară, diferența de CAS datorată va fi plătită de către angajator/plătitorul de venit în numele angajatului.

Aceste modificări vor fi aplicabile începând cu obligațiile declarative pentru luna ianuarie 2018.

În vederea ilustrării modificărilor prevăzute, vă prezentăm un exemplu de calcul:

Venit brut	1,000
CAS reținut	250
CAS suportat de angajator	225
CASS reținut	100
CASS suportat de angajator	90
Impozit pe venit	34
Venit net	616
Cost angajator*	1,338

Având în vedere că nu au fost aduse modificări la baza de calcul al impozitului pe venit, considerăm că deducerea contribuțiilor se va face la cotele integrale chiar dacă parțial sunt plătite de către angajator.

Ordonanța de Urgență prevede emiterea normelor în termen de 15 zile de la data intrării în vigoare a acesteia.

Autor: Stela Andrei – Senior Manager, Impozit pe venit și contribuții sociale

Generarea de conținut ca punte de colaborare între marketing și vânzări

Despre necesitatea tot mai mare de a integra funcție de vânzări cu cea de marketing în cadrul companiilor se vorbește de mult timp. Clienții se așteaptă la o experiență excelentă la toate punctele de contact cu firma și pe tot parcursul procesului de cumpărare, iar 60%-70% din acest proces este online. Astfel devine tot mai dificilă împărțirea diferitelor etape din ciclul de viață al clientului între vânzări și marketing.

Conținutul de calitate este cheia succesului în marketing și vânzări

‘Content is king’ este mantra marketingului din ultimii 5-7 ani, deoarece clienții sunt atrași de conținutul de calitate prezentat în mod relevant pe fiecare dintre platformele online pe care brandul este prezent. Deci funcției de marketing i se cere să creeze din ce în ce mai mult conținut în diverse forme (video, text, audio, imagini), la standarde de calitate înalte pentru a realiza un mix echilibrat de tactici de pull și push marketing.

La nivelul funcției de vânzări, există o presiune clară asupra agenților de vânzări de a transforma potențialii clienți în clienți loiali oferindu-le informații relevante. Comunicarea

digitală este un instrument puternic pentru dezvoltarea pe termen lung a relațiilor în vânzări. Iată de ce toți agenții de vânzări au nevoie de conținut și de cele mai bune competențe de a-l transforma într-un instrument de construcție a relațiilor pe termen lung cu clienții lor.

Războiul dintre marketing și vânzări trebuie să înceteze

Din păcate, în mod tradițional, echipele de marketing și vânzări nu sunt învățate să colaboreze. Separarea formală ca funcțiuni în companie, accesul la bugete diferite, obiectivele complementare, dar măsurate cu indicatori atât de diferiți, fac colaborarea dificilă. Percepția că marketingul cheltuiește bugete, iar vânzările generează creștere și profit nu ajută integrarea și colaborarea acestor departamente interne.

Totuși tehnologia face această integrare nu doar posibilă, ci și extrem de eficientă și de naturală. Colaborarea dintre departamentul de marketing și cel de vânzări face ca munca ambelor echipe mult mai ușoară.

Această abordare are următoarele 7 efecte pozitive principale:

- Facilitează colaborarea dintre echipa de vânzări și cea de marketing
- Conduce la crearea unui conținut de calitate superioară pentru clienți
- Implică agenții de vânzări în crearea conținutului și le dă o motivație mai mare să îl trimită cu încredere la prospekți/clienți
- Stabilește 1-2 procese clare care să conducă la colaborare între marketing și vânzări, fără a le invada teritoriul sau rolul specific
- Generează sinergie între echipe și facilitează inovația și creativitatea
- Demonstrează valoarea mai mare care se obține printr-o astfel de colaborare
- Creează premisele unui grad de integrare mai mare în viitor între cele două echipe

Astfel, echipele de vânzări care au informații rezultate din interacțiunea cu prospectii și clienții ajută la crearea unui conținut extrem de eficient pentru construirea relației cu clienții.

Tipuri de input de la vânzări pentru marketing

Deși informația necesară pentru o colaborare pe parte de generare de conținut poate fi menționată de agenții de vânzări în CRM și preluată de acolo de echipa de marketing, este foarte important ca procesul să fie unul direct pentru a avea efectul integrator. Astfel oamenii de marketing au nevoie să discute minim o dată pe lună cu agenții de vânzări pentru a obține atât inputul cât și feedbackul acestora.

Tipurile de conținut care pot fi obținute prin acest proces pot fi următoarele:

- Studii de caz despre modul în care clienții au economisit timp, bani și energie cu produsul companiei
- Povești despre vânzări care au demarat mai puțin bine, dar au devenit de succes deoarece s-au dat informații tehnice sau de alt tip, valoroase pentru client
- Informații despre criteriile de decizie euristice folosite de diferite categorii de clienți pentru a lua decizia de a colabora cu compania
- Seturi de cerințe adiționale care aduc plus-valoare anumitor sub-segmente/categorii de clienți și de ce
- Tipuri de obiecții întâlnite cel mai des și motivația acestora din punctul de vedere al clientului

Toate aceste informații de la agenții de vânzări pot deveni surse de inspirație și de generare de conținut de tip video, audio, imagini, text pentru echipa de marketing. Desigur totul va fi nevoie să fie integrat și prelucrat conform strategiei de marketing și a liniei generale de comunicare a companiei. Însă cel mai important câștig va fi colaborarea dintre echipa de marketing și cea de vânzări pentru a afla ce conținut ar ajuta la educarea și informarea clienților.

Burcın Atakan, EY: Impactul Directivei privind prevenirea spălării banilor asupra mediului de afaceri

Directiva (UE) 2015/849 privind prevenirea utilizării sistemului financiar în scopul spălării banilor sau finanțării terorismului (AMLD) a devenit obligatorie pentru Statele Membre UE începând cu 26 iunie 2017. Până în prezent însă, legislația din România nu a făcut pași vizibili în implementarea măsurilor pe care le prevede această directivă, iar Comisia Europeană a solicitat deja țării noastre opinia motivată pentru neîndeplinirea obligației de transpunere.

Este important de subliniat faptul că directiva are impact asupra activității de conformitate a entităților financiar-bancare, precum și cea a companiilor din sectorul non-financiar (de ex. avocați, notari, auditori, furnizorii de servicii din industrii, precum industria extractivă, energetică, HORECA, telecom și IT, imobiliare, transport, ONG-uri etc.). Prin urmare, este vital ca aceste entități să înțeleagă care sunt schimbările ce trebuie făcute în programul de conformitate pentru a se alinia cerințelor AMLD. Măsurile sunt menite să le pună la adăpost față de posibile încălcări și consecințele acestora, respectiv evitarea plății unor amenzi semnificative, suspendarea activității companiei sau implicarea, chiar și involuntar, în scheme de spălare a banilor.

Ce prevede această directivă?

Actul comunitar aduce o serie de noutăți legislative cu impact atât asupra mediului de afaceri din România, cât și asupra activităților acestuia cu piețele străine. Principalele cerințe introduse se referă la:

- obligativitatea evaluării riscurilor de spălare a banilor/finanțare a terorismului la nivel național, sectorial/industrie și la nivelul fiecărei entități;
- asigurarea transparenței privind beneficiarul real de către companii și păstrarea informațiilor complete și actualizate privind Ultimate Beneficial Owner – UBO;
- necesitatea adoptării măsurilor suplimentare de cunoaștere a clientelei pentru întregul spectru de persoane expuse politic;
- aplicarea măsurilor de precauție persoanelor care comercializează bunuri, atunci când acestea efectuează sau primesc plăți în numerar în valoare de cel puțin 10.000 euro, prag scăzut față de valoarea anterioară de 15.000 euro.

Directiva crește semnificativ nivelul sancțiunilor administrative în cazul identificării unor încălcări ale legislației privind spălarea banilor și finanțarea terorismului, în scopul asigurării eficacității, proporționalității și caracterului disuasiv al pedepsei. Astfel, pentru instituțiile financiare, pragul minim al sancțiunilor are o valoare de 5 milioane Euro sau 10% din cifra de afaceri anuală totală, iar pentru instituțiile non-financiare, acesta se ridică la 1 milion euro. Sancțiunile sunt aplicabile nu numai companiilor, ci și membrilor organelor de conducere și altor persoane fizice implicate în aplicarea defectuoasă a legislației împotriva spălării banilor. Faptele pot atrage răspunderea contravențională, civilă sau penală, în funcție de gravitatea lor și valoarea prejudiciului.

Făcând o paranteză pe marginea sancțiunilor în materie penală, menționăm faptul că Parlamentul European a adoptat în luna

ianuarie 2018, un proiect de rezoluție legislativă referitoare la propunerea de directivă privind incriminarea spălării banilor. Proiectul urmărește asigurarea unor standarde minime comune la nivel european, propunându-se pedepse privative de libertate în cazurile de spălare a banilor de minim patru ani, pentru actele grave. În prezent, legislația din România stabilește pedepse cuprinse între 3 și 10 ani pentru comiterea infracțiunii de spălare a banilor.

Ne punem speranța că legiuitorul român a introdus aceste schimbări în proiectul de lege pentru transpunerea AMLD în România, care înlocuiește textul actualei Legi nr.656/2002, într-un mod coerent și comprehensiv, astfel încât legea să poată fi înțeleasă și aplicată corect de către companii. Întrebarea este însă cât vom mai aștepta până la adoptarea acestui proiect de lege, deoarece termenul de implementare a fost depășit.

Autor: Burcin Atakan, Partener EY România

Legea prevenirii și contravențiile care intră sub incidența sa

În Monitorul Oficial nr. 107/05.02.2018 s-a publicat Hotărârea nr. 33/2018 ce vizează în principal contravențiile care intră sub incidența Legii prevenirii. Astfel, printre contravențiile prevăzute de legislația fiscală (i.e. Codul fiscal și Codul de procedură fiscală) se regăsesc cele generate de nerespectarea următoarelor prevederi legale:

- nerespectarea obligației de a întocmi/prezenta dosarul prețurilor de transfer în condițiile și la termenele prevăzute

de Ordinul nr. 442/2016;

- depunerea peste termen sau nedepunerea declarațiilor de impunere referitoare la declararea, dobândirea, înstrăinarea și modificarea clădirilor sau declararea și datorarea impozitului și a taxei pe teren.

Totodată, Hotărârea nr. 33/2018 mai conține și o serie de alte acte legislative care prevăd contravenții care fac obiectul Legii prevenirii, precum:

- Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 28/1999 privind obligația operatorilor economici de a utiliza aparate de marcat electronice fiscale;
- Legea societăților nr. 31/1990;
- Legea nr. 85/2014 privind procedurile de prevenire a insolvenței și de insolvență.

Conform mecanismului stipulat în Legea prevenirii, în cazul în care se constată săvârșirea unei contravenții dintre cele enumerate în Hotărârea nr. 33/05.02.2018, agentul constatator încheie un proces-verbal prin care se aplică sancțiunea avertismentului și la care anexează un plan de remediere.

Planul de remediere conține fapta săvârșită, măsurile de remediere (i.e. care reprezintă orice măsură dispusă de agent în scopul îndeplinirii obligațiilor) și un termen de remediere care poate fi de maximum 90 de zile calendaristice. În termen de 10 zile lucrătoare de la data expirării termenului de remediere, agentul constatator reia controlul și dacă măsurile de remediere nu au fost aplicate în termenul de remediere prevăzut, se aplică contravenția.

Se mai cuvine menționat faptul că se poate beneficia de prevederile Legii prevenirii doar o singură dată pentru fiecare contravenție, în termen de 3 ani.

Sursa: Țuca Zbârcea & Asociații Tax S.R.L.

PwC România și D&B David și Baias au obținut validarea standardului ocupațional aferent rolului de Responsabil cu protecția datelor cu caracter personal

- PwC și D&B David și Baias urmează să lanseze primele cursuri autorizate de formare pentru poziția de DPO
- Prin introducerea în Clasificatorul Ocupațiilor din România s-a realizat și validarea standardului ocupațional aferent rolului la Ministerul Educației Naționale

PwC România și D&B David și Baias au obținut validarea standardului ocupațional aferent rolului de Responsabil cu protecția datelor cu caracter personal (sau DPO) de la Comitetul Sectorial Administrație și Servicii Publice din cadrul Autorității Naționale pentru Calificări, structură a Ministerului Educației Naționale. Acest standard elaborat de echipa PwC împreună cu cea a D&B David și Baias va sta la baza cursurilor de formare profesională pentru această poziție organizate pe viitor în România.

Această reușită este și ca urmare a demersurilor făcute de aceeași echipă în fața Ministerului Muncii pentru introducerea în COR a ocupației pentru prima dată în România.

Rolul de Responsabil cu protecția datelor cu caracter personal (DPO) este prevăzut de noul Regulament european privind protecția datelor cu caracter personal (GDPR), care va intra

în vigoare din mai 2018.

“Datorită importanței acestui nou rol în organigrama unei organizații, am dorit să adăugăm și mai multă valoare serviciilor pe care le putem oferi clienților noștri în contextul pregătirii pentru aplicarea GDPR. Am dorit astfel să autorizăm cursurile noastre de training DPO încă de la începutul anului trecut. Ne-am lovit însă de un impas. Cursul nostru nu putea fi autorizat deoarece această ocupație nu era recunoscută la nivel oficial în România (prin COR) și nu exista un standard ocupațional care să stea la baza evaluării cursului nostru. Ca atare, am făcut demersuri pentru a obține introducerea unei noi ocupații în COR și am procedat la elaborarea acestui standard ocupațional. Pasul logic următor este să autorizăm cursul de formare profesională pentru ocupația de Responsabil cu protecția datelor cu caracter personal, astfel încât finalizarea programelor noastre de pregătire să fie confirmată de o diploma de calificare oficială. Sperăm ca acest lucru să se întâmple foarte curând.” a precizat **Manuela Guia, avocat partener D&B David și Baias.**

“Echipa noastră interdisciplinară are o experiență semnificativă atât în ceea ce privește protecția datelor cu caracter personal, cât și în securitatea informației, organizarea proceselor interne și managementul datelor. Suntem încrezători că efortul nostru pentru elaborarea acestui standard și a cursului autorizat deschid practic drumul oficial pentru crearea acestei poziții importante în organigrama fiecărei companii, în așa fel încât să se poată conforma prevederilor GDPR și a evita riscul unor amenzi care pot fi extrem de costisitoare pentru organizații (mergând până la 4% din cifra de afaceri la nivelul grupului). De asemenea, această certificare le oferă celor doritori de a-și construi o carieră în domeniul protecției datelor cu caracter personal un certificat de DPO confirmat de autorități, pe care îl vor prezenta potențialilor clienți sau angajatori”, a adăugat **Mircea Bozga, Partener, Risk Assurance, PwC România.**

Echipa implicată în acest proiect a fost formată din Manuela Guia – partener D&B David și Baias, Bianca Naghi – avocat senior coordonator și Cătălina Ilie – avocat asociat din partea D&B David și Baias și Mircea Bozga – partener, PwC România și Robert Stoicescu – manager, PwC România. Echipa a colaborat îndeaproape cu membrii Comitetului Sectorial Administrație și Servicii Publice pentru elaborarea și finalizarea acestui standard (dată fiind noutatea rolului, responsabilitățile și funcționalitățile create prin standard au fost supuse avizării ANSPDCP de multiple ori în cadrul procesului de autorizare).

Comaniile spun că anul 2018 va fi nefavorabil pentru afaceri

Conform studiului „Evoluția afacerilor în 2018” lansat azi de Valoria și realizat în parteneriat cu Doingbusiness.ro, procentul companiilor care se așteaptă la scăderea profitului este de două ori mai mare decât la începutul anului trecut, iar al celor care spun că nu cresc investițiile este de 18% în 2018 față de numai 10% la începutul lui 2017. La întrebarea ‘cum credeți că va fi anul 2018 pentru afaceri comparativ cu anul 2017?’, scorul total al răspunsurilor exprimate pe o scală de la 1 – total nefavorabil la 10 – total favorabil a fost de 4,4.

„Evoluția afacerilor în 2018 înseamnă continuarea cercetărilor pe care le-am început în 2013 privind mediul de afaceri din România. An de an adresăm managerilor întrebările cele mai importante referitoare la cifra de afaceri, profit, investiții

sau salarii. Această analiză arată care este sentimentul de business la nivelul companiilor din România la începutul lui 2018. Din păcate, datele comparative cu aceeași perioadă a anului 2017 indică alterarea acestuia. Apetitul pentru investiții continuă să se erodeze, pentru majoritatea respondenților creșterea salariului minim afectează profitabilitatea, iar încrederea că 2018 va fi mai favorabil decât 2017 este la cote extrem de scăzute. Paradoxul anului 2017 continuă la scală redusă și în 2018 – creștere economică și recesiune de moral, urmare a evoluțiilor fiscale și legislative din ultimele luni”, spune **Constantin Măgdalina, Expert Tendințe și Tehnologii Emergente, co-autor al cercetării.**

Evoluția cifrei de afaceri

Față ediția de la începutul anului 2017, perspectiva de creștere a companiilor este puțin mai conservatoare. Rezultatele cercetării indică o creștere de 7pp (puncte procentuale) a companiilor care se așteaptă la cifre de afaceri mai mari cu 5%-10%, contrabalansată de o scădere de 4pp a celor care prognozează o creștere a cifrei de afaceri cu 20%-30% și de o scădere de 3pp a celor care se așteaptă la o cifra de afaceri mai mare cu peste 30% în acest an. La nivel de industrie, cea mai mare creștere a cifrei de afaceri de 10%-20% este previzionată de 24% dintre firmele de IT și 37% dintre firmele din industria farmaceutică și de sănătate..

Evoluția profitului

Previziunile privind evoluția profitului de la începutul anului 2018 sunt mai pesimiste decât la începutul anului trecut. Deși 24% dintre companii (față de 18% anterior) se așteaptă ca profitul lor să crească cu 5%-10% în acest an, vedem scăderi de 3pp până la 7pp pe toate palierele de creștere semnificativă. De asemenea crește de la 6% la 12% numărul companiilor care spun că profitul lor va scădea în acest an față de anul trecut. Cea mai importantă creștere a

profitului, de 10%-20%, o preconizează firmele din agricultură și alimentație și cele din industria farmaceutică și de sănătate.

Evoluția investițiilor

Conform rezultatelor cercetării, 18% dintre companii spun că nu vor crește investițiile în anul 2018, față de numai 10% în 2017. Observăm, de asemenea că 46% dintre firme vor să își crească investițiile cu 1%-10% față de 36% anterior. Mai mult, doar 6% dintre companii spun că vor crește investițiile cu 20%-30% în 2018, comparativ cu 17% în anul anterior. Cele mai multe firme din energie și utilități (50%) spun că vor crește investițiile cu 1%-5% în acest an, dar cele mai multe din agricultură și alimentație (25%) spun că vor crește investițiile cu 10%-20%.

„Cercetarea Evoluția afacerilor în 2018 este un demers oportun de comunicare cu mediul de business din România. Dincolo de poza macroeconomică oficială, rezultatele acestei cercetări surprind dinamica percepției decidenților prin adăugarea an de an a rezultatelor fiecărei ediții. La început de 2018 constatăm deprecierea sentimentului de business comparativ cu începutul anului 2017. Acolo unde apar, creșterile sunt fie marginale, fie pe paliere inferioare. Se adâncește neîncrederea în favorabilitatea evoluțiilor economice în 2018 față de 2017. Dacă socotim că în economie moneda de schimb este încrederea atunci absența acesteia crește costul de a face business în România și funcționează ca o profeție auto-împlinită”, spune **Elena Badea, Managing Partner Valoria.**

Evoluția numărului de angajați

24% dintre companiile românești nu se așteaptă la nici o creștere a numărului de angajați în 2018 față de 17% în anul anterior. În același timp, 63% dintre companii față de 79% anterior spun că se așteaptă ca personalul lor să crească în acest an. Mai mult, 13% dintre companii se așteaptă ca numărul

lor de angajați să scadă în 2018, față de 4% în 2017.

La nivel de industrii, 35% dintre firmele de producție industrială, 27% dintre cele de construcții și imobiliare, 31% din industria de agricultură și alimentație, 40% din telecomunicații și 37% dintre companiile de energie și utilități spun că vor menține în 2018 același număr de angajați ca în 2017.

Evoluția nivelului salariilor

Dacă la începutul anului 2017, 4% dintre companii nu previzionau creșteri salariale, în 2018 procentul crește la 17%. Crește cu 8pp procentul companiilor care vor crește salariile cu 1%-5% în 2018, față de anul anterior. Ajustările se regăsesc la companiile care se așteaptă ca salariile să crească cu 5%-10% (-11pp) și la cele care se așteaptă la creșteri salariale de 10%-20% (-9pp).

Creșterea salariului de bază minim brut pe țară garantat în plată de la 1450 lei la 1900 lei de la 1 ianuarie 2018 afectează companiile, în principal, prin scăderea profitabilității (70%). Pe locul doi ca impact, 29% dintre companii spun că este creșterea peste pragul de sustenabilitate a costurilor cu forța de muncă, iar pe locul al treilea 24% dintre companii au pus reducerea numărului de salariați. 20% dintre companii spun că nu sunt impactate de această schimbare și doar 1% au bifat intrarea în insolvență și respectiv suspendarea temporară a activității companiei.

Top 5 provocări și oportunități

Cele mai importante provocări pentru companii la începutul anului 2018 sunt: schimbările din domeniul fiscal (62%), lipsa forței de muncă (59%), creșterea productivității (37%), motivarea salariaților (25%) și creșterea costurilor (21%). Cele mai importante oportunități pentru companii la începutul anului 2018 sunt: creșterea economică (72%), creșterea consumului (69%), creșterea exporturilor și deschiderea altor

piețe (52%), digitalizarea și oportunitățile din online (41%) și accesarea fondurilor europene și a finanțărilor pentru IMM-uri (36%).

„Studiul **Evoluția afacerilor în 2018** se diferențiază prin trasabilitate, comparativitate și relevanța statistică a sute de companii respondente din România. Cercetarea noastră sintetizează opinia companiilor din România cu privire la principalii indicatori relevanți pentru acestea. Rezultatele consemnează neîncrederea în evoluțiile economice din 2018. Independent de particularitățile fiecărei industrii, analiza comparativă cu datele similare aceleași perioade din 2017 arată evoluția negativă a principalilor indicatori. În condițiile presiunii tot mai mari din mediul de operare, companiile sunt tot mai precaute. Nota de încredere pe care companiile din România o dau mediului de operare arată necesitatea unei reexaminări a măsurilor fiscale și legislative propuse sau aprobate”, spune Dumitru Ion, CEO Kompas Romania și Doingbusiness.ro.



[Evoluția afacerilor în 2018](#)

Claudia Sofianu, EY: Corecțiile aduse „Revoluției Fiscale”

„Revoluția Fiscală” continuă ... Și este din ce în ce mai greu să identificăm beneficiile ei, atât din perspectiva veniturilor ce se doreau a fi colectate în plus la bugetul de stat în urma implementării pachetului de măsuri, dar și a incertitudinii, confuziei sporite și nesiguranței pe care au generat-o modificările legislative din ultimele luni în general, iar pentru angajatori și angajați în particular.

Din nou în fapt de seară, a apărut un proiect de ordonanță de urgență care vizează compensarea (adică înțelegem suportarea de la bugetul de stat) unei părți din contribuția la asigurări sociale de sănătate (CASS) pentru a diminua pierderea cauzată de mutarea contribuțiilor sociale de la angajator la angajat pentru persoanele care beneficiază de scutirea de la plata impozitului pe venitul din salarii. Ca urmare a bine-cunoscutei și mult discutatei deja Ordonanțe de Urgență a Guvernului nr. 79/2017, printre categoriile de salariați afectați în mod negativ sunt persoanele fizice care desfășoară activități în domeniul IT, precum și cei din domeniul cercetării –dezvoltării și inovării.

În nota de fundamentare a proiectului de act normativ se subliniază – de apreciat, de altfel – importanța adoptării unei astfel de măsuri în vederea asigurării „stabilității locurilor de muncă și [...] a aceluiași nivel al veniturilor din salarii și asimilate salariilor realizate în anul 2017 de persoanele fizice”, cu păstrarea aceluiași nivel de costuri asociate pentru angajatorii în cauză.

Concret, măsura (compensarea) este condiționată de majorarea de către angajator a salariului brut lunar cu cel puțin 20%

față de nivelul din luna decembrie 2017 pentru angajații beneficiari. În principiu, s-ar rezolva astfel problema „discriminării” din punct de vedere fiscal a angajaților din domeniul IT și cercetare-dezvoltare ca urmare a diminuării venitului lor net cu 7-8% în cazul păstrării aceluiași costuri pentru angajator, în raport cu ceilalți angajați.

Fără a contesta bunele intenții ale inițiatorilor proiectului de act normativ de a corecta „răul” făcut în decembrie 2017, acesta pare a aduce cu el niște „provocări” din punct de vedere al implementării, printre care:

- Pare a institui o nouă formalitate administrativă pentru angajatorii din domeniul IT și de cercetare-dezvoltare, întrucât atrage o raportare separată în cuprinsul Declarației 112;

- Facilitatea fiscală (compensarea) ar putea fi cerută după data intrării în vigoare și până la 31 decembrie 2018, adică din nou un act normativ cu efect limitat; evident se naște întrebarea „și ce se va întâmpla în 2019”?

- Deși rămâne de confirmat cu reprezentanții Ministerului de Finanțe, el pare a nu se aplica în cazul angajatorilor care au decis să acorde bonusuri de compensare până la stabilizarea lucrurilor și nu au majorat salariile brute în schimb.

Deja compensarea de către angajatori a diferenței de venit net obținut de angajați – atunci când ea a îmbrăcat forma unui bonus (adică măsură cu caracter limitat în timp în mod normal) – a generat în unele cazuri nesiguranță, neîncredere din partea angajaților și chiar cereri de încetare a contractelor individuale de muncă din partea acestora, în „favoarea” unor angajatori care au implementat măsura prin majorarea salariilor brute. În plus, acum, proiectul de ordonanță de urgență – cum este el scris în acest moment – pare să refuze acestei categorii/angajatori și beneficiul acestei facilități.

„Revoluția Fiscală” continuă, incertitudinea și nesiguranța la

fel. Cine câștigă?

Autor: Claudia Sofianu, Partener EY România