

Studiu Valoria: Final de an cu ajustări de creștere pentru companiile din România

Conform studiului „Evoluția afacerilor în 2017” lansat azi de Valoria, în a doua jumătate a anului companiile au operat ajustări semnificative la valorile previzionate anterior pentru cifra de afaceri, profitul, numărul de angajați, nivelul salariilor și al investițiilor din acest an. Procentul companiilor care se așteaptă la scăderea profitului este acum 20% față de numai 6% la începutul anului, iar al celor care spun că nu fac investiții în 2017 este de 26% în a doua jumătate a anului față de 10% în semestrul anterior.

„Evoluția afacerilor în 2017 este o cercetare privind mediul de afaceri din România. Adresăm managerilor întrebările cele mai importante, care își găsesc răspuns până la urmă în contul de profit și pierdere sau în fluxul de numerar al companiei. Această analiză arată cum a evoluat sentimentul de business la nivelul companiilor din România în a doua jumătate a anului 2017. Din păcate datele comparative indică o alterare a sentimentului de business, apetitul pentru investiții fiind cel care s-a erodat cel mai mult, ceea ce indică un instinct de conservare activat deja de evoluțiile fiscale și legislative din ultimele luni”, spune **Constantin Măgdalina, Expert Tendințe și Tehnologii Emergente, co-autor al cercetării.**

Previziuni privind evoluția cifrei de afaceri

Față de prima jumătate a anului 2017, perspectiva de creștere a companiilor rămâne și mai conservatoare. În ultimele 6 luni, vedem o ușoară creștere procentuală a companiilor care se așteaptă la cifre de afaceri negative în acest an, de la 13% la 17%. Pe palierele de creștere a cifrei de afaceri

ajustările negative sunt de 1-4 puncte procentuale, compensate cu un plus de 8 puncte procentuale pe intervalul 5%-10%.

În construcții și imobiliare numărul companiilor care prevăd o creștere a cifrei de afaceri în 2017 este de 65% în a doua jumătate a anului față de 83% anterior. În cazul companiilor de IT numai 65% preconizează creșteri acum, față de 89% la începutul anului, iar în cazul firmelor de servicii profesionale procentul scade tot la 65% față de 94% anterior.

Previziuni privind evoluția profitului

Previziunile privind evoluția profitului în a doua parte a anului 2017 sunt mai pesimiste. Deși 31% dintre companii (față de 32% anterior) se așteaptă ca profitul lor să crească cu 1%-5%, 19% se așteaptă ca profitul companiei să fie mai mare cu 5%-10% și 10% previzionează să obțină creșteri de la 20% la peste 30%. Cea mai mare scădere o vedem pe palierul 10%-20% unde procentul scade de la 21% la 12%. De asemenea, în septembrie 2017, 28% dintre companii (față de 12% anterior) au așteptări negative în legătură cu profitul pe care îl vor avea în 2017.

La nivel de industrii, 20% dintre firmele de IT preconizează o creștere a profitului de 10-20%, în timp ce 40% dintre firmele de producție industrială se așteaptă la un profit în creștere cu 1%-5%, la fel ca 50% din turism, 64% din transporturi și 83% dintre companiile de utilități și energie.

Previziuni privind evoluția investițiilor

Conform rezultatelor cercetării, 26% dintre companii (față de 10% în prima parte a anului) spun că nu vor face investiții în 2017. Mai mult, companiile care vor să crească investițiile scad de la 79% în martie la 68% în septembrie 2017. Observăm, de asemenea, că pe acest palier pozitiv, doar 15% dintre firme vor să își crească investițiile cu 10%-30% față de 36% anterior. Cele mai multe firme din telecomunicații (50%), construcții și imobiliare (38%) și din servicii profesionale

(25%) spun că nu fac investiții în acest an.

Previziuni privind evoluția numărului de angajați

Companiile care nu se așteaptă la nici o creștere a numărului de angajați în 2017 cresc ca procent de la 17% în martie la 24% în septembrie 2017. În același timp, 28% dintre companii față de 39% anterior spun că se așteaptă ca personalul lor să crească cu 1%-5% în acest an. Doar 15% dintre companii (față de 24% în martie 2017) se așteaptă ca numărul de angajați să crească cu 5%-10%.

Dintre toate cele 12 industrii analizate comparativ, numai în telecomunicații și servicii profesionale sunt cele mai multe companii (50% și respectiv 31%) care spun că mențin și în 2017 același număr de angajați ca în 2016.

Previziuni privind evoluția nivelului

Dacă la începutul anului 93% dintre companii previzionau creșteri salariale, numai 6 luni mai târziu procentul lor scade la 84%. Cele 9 puncte procentuale din diferență se transferă la companiile care spun că nu vor crește nivelul salariilor în 2017. O altă ajustare importantă este la companiile care se așteptau ca salariile să crească între 5% și 10%. Procentul lor scade la 31% în septembrie de la 41% în martie 2017. De asemenea, companiile care previzionau salarii în creștere cu 10%-20% scad cu 5 puncte procentuale în aceste 6 luni.

Industriile în care cele mai multe companii spun că vor crește salariile cu 10%-20% în acest an sunt: industria farmaceutică și de sănătate (38%), construcții și imobiliare (35%), cercetare și dezvoltare (33%) și agricultură (30%).

Top 5 provocări și oportunități

Cele mai importante provocări pentru companii în a doua jumătate a anului 2017 sunt: instabilitatea politică și legislativă (54% față de 28% în prima parte a anului), starea

generală a economiei (49% față de 41%), problemele cu forța de muncă (35% față de 17%), creșterea accentuată a nivelului salariilor (27% față de 13%) și reducerea nivelului investițiilor interne (21% față de 23%). Practic tot tabloul se rearanjează.

Cele mai importante oportunități pentru companii în a doua jumătate a anului 2017 sunt: creșterea consumului (la 65% față de 19% în prima parte a anului), exportul și deschiderea altor piețe (59% față de 33%), digitalizarea și oportunitățile din online (42% față de 37%), parteneriatele create cu alte companii (31% față de 27%) și accesarea fondurilor europene (30% față de 17%).

*„Această analiză este consecința nevoii de a înțelege mediul economic din România. Ea consemnează opinia companiilor respondente referitoare la evoluția cifrei de afaceri, profitului, investițiilor, numărului de angajați, salariilor. La începutul anului 2017 răspunsurile companiilor indicau un optimism rezervat. Chiar dacă realitățile fiecărei industrii sunt specifice, în analiza comparativă prezentată în ediția de toamnă a studiului Valoria se vede o ajustare negativă importantă a acestor indicatori operată de companii într-un an care a pus mare presiune pe mediul de business din România. Vom vedea cum vor fi reflectate aceste tendințe anul viitor cu ocazia următorului blitz survey din martie 2018”, spune **Elena Badea, Managing Partner Valoria.***

Despre studiu

Studiul Valoria privind percepția managerilor asupra evoluției mediului de afaceri românesc în a doua jumătate a anului 2017 are la bază un chestionar care analizează percepțiile a 308 executivi de top provenind din companii cu activitate în diverse industrii. Chestionarul a fost aplicat în perioada 28 august – 29 septembrie 2017. 5% dintre respondenți provin din companii cu cifra de afaceri mai mare de 50 de milioane EUR, 18% din companii cu cifră de afaceri între 10-50 milioane EUR,

42% cu cifra de afaceri între 1-10 milioane EUR și 35% sub 1 milion de EUR cifră de afaceri. 52% dintre respondenți au funcția de CEO/Președinte/Director General. Acest studiu a fost realizat cu sprijinul echipei Doingbusiness.ro.

	Creștere		Stagnare		Scădere	
	H1	H2	H1	H2	H1	H2
Cifra de afaceri	82%	78%	5%	5%	13%	17%
Profitul	88%	72%	6%	8%	6%	20%
Numărul angajaților	79%	59%	17%	24%	4%	17%
Investiții	79%	68%	10%	26%	11%	6%
Nivelul salariilor	93%	84%	4%	13%	3%	3%

Modificări aduse la calculul impozitului/taxei pe teren, cu privire la suprafața unui teren amplasat în intravilan

Metoda de calcul pentru determinarea impozitului/taxei pe teren în cazul unui teren amplasat în intravilan și înregistrat în registrul agricol în altă categorie de folosință decât terenurile cu construcții, nu va mai depinde de limita de suprafață de până la 400m².

Prin urmare, indiferent de suprafața unui astfel de teren,

impozitul/taxa pe teren va fi calculat(ă) în conformitate cu prevederile paragrafului 3 al articolului 465 din Codul Fiscal.

Schimbările aduse de Legea nr. 169/29 Septembrie 2017 vor intra în vigoare începând cu 1 ianuarie 2018.

Autor: Cristina Hudac – Senior Manager, Asistență fiscală

România înregistrează în continuare cel mai mare deficit de încasare a TVA din Uniunea Europeană

Potrivit unui studiu al Comisiei Europene, dat publicității de curând, România rămâne statul membru care înregistrează cel mai mare deficit de colectare de TVA, de 37,2% (diferența dintre sumele de TVA ce ar trebui colectate și încasările efective din TVA). Aceasta se traduce într-o sumă neîncasată de aproximativ 7,7 miliarde de Euro.

*„Pentru a pune lucrurile în context, suma necolectată din TVA este mai mare decât alocările bugetare ale României în anul 2017 pentru educație, investiții în infrastructură sau sănătate”, a declarat **Daniel Anghel, lider impozite și taxe indirecte PwC Europa Centrală și de Est.***

„PwC România a susținut în mod constant necesitatea implementării unor măsuri de creștere a gradului de colectare a TVA și de combatere a evaziunii fiscale. O soluție în acest sens ar fi preluarea bunelor practici ale altor state membre,

cu rezultate palpabile apărute într-un termen rezonabil și numai după consultări cu mediul de afaceri și, dacă este cazul, cu Comisia Europeană. Există soluții care au avut un rol important atât în creșterea gradului de colectare, cât și din perspectiva impactului pozitiv asupra mediului de afaceri, precum: Dosarul Standard de Audit pentru taxe, obligativitatea utilizării unui software certificat pentru facturare, sau menținerea unei baze de date pentru monitorizarea centralizată a TVA”, a adăugat **Daniel Anghel**.

Potrivit studiului, România a înregistrat o îmbunătățire în privința colectării de TVA pe parcursul anului 2015.

„Evaziunea în zona de TVA s-a diminuat în principal ca urmare a trecerii la cota redusă de TVA pentru produsele alimentare și a măsurilor colaterale, cum ar fi taxarea inversă și limitarea plăților în numerar. Lupta împotriva fraudei TVA trebuie să continue și să fie bazată în principal pe operaționalizarea obținerii informațiilor fiscale prin intermediul infrastructurii IT a ANAF și prin automatizarea analizei de risc”, a conchis **Daniel Anghel**.

Studiul Comisiei Europene privind deficitul de încasare a TVA în cele 28 de state membre ale Uniunii Europene cuprinde date aferente anului 2015.

Conform rezultatelor acestui studiu, țările din Uniunea Europeană au înregistrat un deficit de aproximativ de 152 de miliarde EUR din TVA în cursul anului 2015.

Este suficient să investești

bani într-un brand pentru a crea valoare?

Conform informațiilor raportului de piață Brand Finance Romania 50 din 2017, cele mai valoroase zece branduri românești însumează o valoare de aproximativ 2,6 miliarde de euro. Topul celor mai valoroase zece branduri românești includ companii din domenii diverse precum auto, retail, bănci, IT sau telecom.

Așadar, este suficient să investești bani într-un brand pentru a crea valoare? Depinde din ce perspectivă privești. Termenul de valoare are diverse accepțiuni: promisiunea și îndeplinirea unei experiențe (din perspectiva marketingului), garanția unor câștiguri în viitor (din perspectiva managementului) sau este privit ca o componentă distinctă a proprietății intelectuale (perspectiva juridică).

Chiar dacă dicționarul explicativ al limbii române definește foarte laconic termenul de brand ca fiind: BRAND2, branduri, s. n. Marcă de produs a unei firme renumite.

În fapt acest cuvânt importat și intrat în vorbirea curentă din țara noastră înseamnă mult mai mult: un ansamblu de atribute tangibile și intangibile, simbolizate printr-o marcă comercială (nume, logo, etc.) care, utilizate corect, creează influență și valoare.

Astfel un factor deosebit de important al creării valorii unui brand este valorizarea acestuia. Nu este suficient să deții un brand în care ai investit timp și bani pentru a deține o valoare. Trebuie ca brandul să genereze valoare pentru a avea valoare. Bineînțeles este vorba despre o valoare cuantificabilă în bani nu despre o valoare simbolică.

În unele domenii cum ar fi IT, consultanță pentru afaceri sau servicii financiare, valoarea brandului poate depăși valoarea

tuturor celorlate active, dar este și printre primele active care pierd din valoare dacă clienților le scade încrederea.

Principalele surse de creare de valoare a unui brand sunt loialitatea consumatorilor față de brand și calitatea percepută de consumatori, care facilitează aplicarea prețurilor de vânzare mai mari și obținerea rentabilității din diferență. Ca urmare pentru ca un brand să creeze valoare este important ca investiția să fie făcută în direcția creării de valoare pentru consumator, orientarea pe client fiind cea câștigătoare. Orice altă abordare poate implica costuri de oportunitate.

Autor: Dana Ababei, Director Executiv, CMF Consulting

De-a v-ați ascunselea se joacă acum pe mobil

Industria jocurilor mobile nu mai este doar despre joc. Deoarece jocurile moderne sparg matricea culturală, geografică și chiar fiscală. Nu mai au ca țintă generală publicul masculin, atâta timp cât raportul dintre genuri se apropie de 1:1. Nu se mai joacă exclusiv în căminul propriu, cablat la dispozitive fixe și cu accesul limitat la cei cu care joci, ci devine un fenomen e-social mobil.

Industria jocurilor este un ecosistem care dă libertatea jucătorilor de a alege jocul potrivit pentru ei și de a-și personaliza experiența de joc. Pentru că, din ce în ce mai mult, jocurile au devenit un spațiu al posibilului; jucătorul este avatar în joc și această personalizare a experienței îl face să fie tot mai implicat.

Potrivit rezultatelor analizei făcută de SuperData Research:

- Piața de jocuri și media interactivă la nivel global are o creștere de 12% în 2017;
- Piața jocurilor în realitatea virtuală (hardware și software) va atinge 28,3 miliarde dolari în 2020;
- 46% din publicul de jocuri video din SUA sunt femei;
- 665 milioane de oameni se uită la conținut video online despre jocuri;
- În 2017 cea mai mare platforma digitală este cea mobilă;
- În 2017 sunt 2,9 miliarde de jucătorii pe mobil la nivel global.

Pe baza acestor date, completate și de alte statistici la nivel global, se pot observa următoarele tendințe în industria de gaming:

1. Jocurile devin mai mult decât un simplu obicei de consum. Competițiile sportive video online (eSports), jocurile online video și realitatea virtuală oferă jucătorului un ecosistem care facilitează personalizarea interacțiunii cu jocul.
2. Jucătorii nu respectă stereotipuri. Aproape o jumătate din numărul jucătorilor sunt de gen feminin ceea ce oferă publisher-ilor, brandurilor și platformelor oportunitatea de a se adresa unei mai mari diversități.
3. Nu există modele de monetizare care să răspundă tuturor cerințelor jucătorilor. Free-to-play, funcționalitățile suplimentare și microtranzacțiile dau posibilitatea jucătorilor să cumpere ceea ce au ei nevoie, în loc să plătească item-uri pe care nu și le doresc.
4. Viitorul jocurilor în realitatea virtuală este aici. În

prezent jumătate din veniturile generate de realitatea virtuală provine din valorificarea jocurilor în acest mediu. Până în 2020, jucătorii vor cheltui 4,5 miliarde de dolari pe jocuri în realitatea virtuală, adică de 30 de ori mai mult decât astăzi.

5. Jucătorii sunt conectați la joc chiar și după ce nu mai joacă. Fie că se uită la turnee, tutoriale sau trailere, 665 de milioane de oameni din lumea întreagă se uită pe site-uri precum Twitch sau YouTube la conținut despre jocurile lor favorite. Adică mai mult decât pe HBO, Netflix, ESPN și Hulu împreună și au un număr de două ori mai mare decât populația SUA.

Jocurile pe PC, console sau mobil nu mai sunt activități marginale în viața oamenilor ci au devenit un fenomen. Oamenii petrec tot mai mult timp în online și din ce în ce mai mult timp jucându-se. Acest fenomen se amplifică corelat cu creșterea vânzărilor de dispozitive mobile și dau o direcție privind experiența de joc.

Potrivit Verto Analytics, pentru 57% dintre deținătorii de dispozitive mobile, jocul pe mobil este a doua cea mai populară activitate după utilizarea social media. Ca o consecință a avansului tehnologiei, jocul pe mobil surprinde foarte bine transformarea comportamentelor. Ești fizic în spațiul social real și în același timp în virtualitate. Ești văzut și în același timp te ascunzi ca avatar în joc cu o identitate virtuală. Jocurile copilăriei se practică tot mai mult online. De-a v-ați ascunselea se joacă acum pe mobil.

Autor: Constantin Măgdalina, Expert, Tendințe și Tehnologii Emergente

Curtea de Justiție a Uniunii Europene a respins practica autorităților române de a refuza rambursarea de TVA unei societăți nerezidente pentru importuri de bunuri efectuate în România

Cazul C-441/16 SMS Group GmbH

Cazul analizează dacă un Stat Membru poate respinge unei persoane impozabile nerezidente cererea de rambursare depusă în baza prevederilor Directivei a opta, pe motiv că persoana impozabilă nu a făcut dovada „circuitului ulterior” al bunurilor importate, în legătură cu care a cerut rambursarea TVA.

Instanța de referință a întrebat Curtea de Justiție a Uniunii Europene („CJUE”) dacă autoritățile fiscale pot refuza rambursarea TVA achitată pentru importul de bunuri, în situația în care, la momentul importului, executarea contractului de livrare în legătură cu care persoana impozabilă a cumpărat și importat aceste bunuri era suspendată, operațiunea pentru care acestea urmau să fie utilizate nu s-a mai realizat, iar persoana impozabilă nu a făcut dovada circuitului ulterior al acestora.

CJUE a afirmat că dreptul unei persoane impozabile stabilite într-un stat membru de a obține restituirea TVA-ului achitat într-un alt stat membru, astfel cum este prevăzut în Directiva a opta de TVA, este corespondentul dreptului, instituit în favoarea sa de Directiva 2006/112/CE privind sistemul comun al

taxei pe valoare adăugată („Directiva de TVA”), de a deduce TVA-ul achitat în amonte în propriul stat membru.

Având în vedere condițiile pentru deducerea TVA menționate la articolele 169 și 170 din Directiva de TVA, interpretate în lumina Directivei a opta de TVA, orice persoană impozabilă nestabilă în scopuri de TVA în statul membru al importului bunurilor are dreptul la rambursarea TVA plătite/datorate la import în măsura în care bunurile respective sunt folosite pentru activitățile sale efectuate în afara statului membru unde TVA este datorată/plătită și care ar permite deducere TVA dacă ar fi fost efectuate în acest stat membru, sau pentru anumite activități scutite de TVA.

În continuare, conform CJUE dreptul la rambursarea TVA ar trebui judecat pe baza unor evidențe obiective care să ateste că la momentul la care a luat naștere acest drept persoana impozabilă în discuție avea intenția de a derula activitate economică.

Conform CJUE, având în vedere că SMS este o persoană impozabilă stabilă în Germania care nu este obligată să se înregistreze în scopuri de TVA în România, și că intenția sa la momentul importului era de a furniza mai departe respectivul echipament către un client în Ucraina, ulterior primirii unei plăți în avans, condițiile substanțiale pentru rambursarea de TVA sunt îndeplinite.

Simplul fapt că, în cazul de față, la data la care bunurile au fost importate, contractul de livrare era suspendat este irelevant întrucât, printre altele, trebuie să se prezume că SMS și ar fi încălcat obligațiile contractuale față de subcontractantul său dacă ar fi refuzat livrarea bunurilor doar pentru motivul suspendării contractului de livrare. În plus, abia după ce aceste bunuri au fost importate, executarea contractului a fost abandonată cu titlu definitiv, pentru motive independente de voința SMS, mai precis din cauza dificultăților de plată cu care s-a confruntat cumpărătoarea.

CJUE a adăugat că în absența unei fraude sau a unui abuz, dreptul la rambursare, odată născut, rămâne dobândit. Specific, în cazul în care persoana impozabilă nu a putut utiliza bunurile sau serviciile în cadrul operațiunii preconizate ca urmare a unor împrejurări exterioare voinței sale, dreptul la rambursare rămâne dobândit, întrucât într-un astfel de caz nu există niciun risc de fraudă sau de abuz care să poată justifica refuzul rambursării.

CJUE a hotărât că unui stat membru îi este interzis să refuze unei persoane impozabile care nu este stabilită pe teritoriul său dreptul la rambursarea TVA achitată pentru importul de bunuri în situația în care, la momentul importului, executarea contractului în cadrul căruia persoana impozabilă a cumpărat și a importat aceste bunuri era suspendată, operațiunea pentru care acestea urmau să fie utilizate nu s-a mai realizat, iar persoana impozabilă nu a făcut dovada circuitului ulterior al acestora.

Decizia este similară cu cele emise în alte cauze ce au avut în vedere dreptul de deducere/rambursare a TVA în sensul în care dreptul de deducere trebuie apreciat pe baza dovezilor obiective cu privire la intenția persoanei impozabile de a avea activitate economică și că evenimentele ulterioare mai presus de controlul persoanei impozabile nu ar trebui să aducă atingere acestui drept (de exemplu C-37/95 Ghent Coal Terminal, C-110/94 INZO, etc.).

În practică, autoritățile fiscale române tind să condiționeze rambursările de TVA precum și dreptul de deducere a TVA de condiții suplimentare, ce nu sunt prevăzute de sistemul de TVA. Cazul de față prezintă argumente pentru susținerea faptului că rambursările de TVA precum și dreptul de deducere a TVA ar trebui să fie supuse doar condițiilor menționate expres în Directiva de TVA și nu unor condiții suplimentare impuse aleatoriu de autoritățile fiscale române.

Notificare privind opțiunea de aplicare a mecanismului de plată defalcată a TVA până la 31 decembrie 2017

Ordin al președintelui Agenției Naționale de Administrare Fiscală nr. 2.743 / 21 septembrie 2017 privind aprobarea modelului, conținutului și instrucțiunilor de completare ale formularului (086)

„Notificare privind opțiunea de aplicare a mecanismului de plată defalcată a TVA”

Ordinul conține modelul Formularului 086 “Notificare privind opțiunea de aplicare a mecanismului de plată defalcată a TVA” și instrucțiunile de completare al acestuia.

Conform Formularului, aplicarea mecanismului de plată defalcată a TVA intervine începând cu ziua următoare înscrierii în Registrul persoanelor care aplică plata defalcată a TVA, afișat pe site-ul Agenției Naționale de Administrare Fiscală.

PwC România și D&B David și

Baias au oferit consultanță grupului Voici la Mode pentru achiziția a 3 magazine deținute de Marks&Spencer în România

Echipa integrată de tranzacții a D&B David și Baias și PwC România a oferit consultanță juridică și fiscală grupului cipriot Voici la Mode pentru achiziția a trei magazine deținute de Marks & Spencer (M&S) în România. Ca urmare a acestei achiziții și a încheierii unui contract de franciză, Voici la Mode a devenit noul francizat M&S în România.

„Întregul proces de tranzacție a fost intens și a ridicat numeroase aspecte care trebuiau adresate într-un timp scurt, de la aspecte juridice la chestiuni de ordin practic. A fost important să înțelegem atât aspectele juridice, cât și nevoile curente ale unui business care trebuia să fie funcțional din prima secundă de după finalizarea tranzacției”, a declarat **Anda Rojanschi, Partener M&A, D&B David și Baias.**

Echipa de consultanță juridică D&B David și Baias implicată în tranzacție a fost coordonată de Anda Rojanschi (Partener M&A D&B David și Baias) și a fost compusă din Cristina Ciucă, Senior Associate, Anca Dascălu, Associate, și Andreea Tortov, Associate.

Echipa de consultanță fiscală implicată în tranzacție a fost coordonată de Raluca Popa, Director, Consultanță Fiscală, PwC România și Valentina Radu, Director, Consultanță Fiscală, și a fost compusă din Adela Țopescu, Manager, Anca Dumitrescu, Manager, și Iulia Suci, Consultant.

Anul acesta, Echipa integrată de Tranzacții a PwC România și

D&B David și Baias a fost implicată în mai multe tranzacții de anvergură printre care preluarea Supremia de către francezii de la Solina, achiziția SunWave Pharma de către fondul sud-african de investiții Coast2Coast Capital, precum și vânzarea rețelei Praktiker către britanicii de la Kingfisher.

Plata defalcată a TVA posibil să fie aplicabilă numai firmelor care desfășoară tranzacții cu instituțiile publice

Comisia de Buget-Finanțe din Senat a adoptat marți, 26 septembrie 2017, proiectul ordonanței de plată defalcată a TVA cu amendamentul ca prevederile vor fi obligatorii numai pentru persoanele impozabile aflate în relații contractuale cu instituțiile publice și cele cu capital de stat, fiind opționale pentru celelalte persoane juridice.

Proiectul Comisiei de Buget-Finanțe urmează să fie dezbătut în plenul Senatului și apoi să fie transmis către Camera Deputaților, care este camera decizională.

În formula propusă de Comisie, prevederile de plată defalcată a TVA sunt similare celor aplicabile în Italia până în iulie 2017. Acesta poate fi primul pas către o rezolvare cu avantaje reciproce a acestei probleme, care a fost pe agenda autorităților și a mediului de afaceri în ultimele săptămâni.

Vom reveni cu mai multe amănunte după dezbaterile din Senat și

România are nevoie de un sistem nou de impozitare bazat pe principii de mediu pentru a stimula înnoirea parcului auto

România are nevoie rapid de o strategie eficientă de impozitare a autoturismelor pentru a stimula înnoirea parcului auto, după ce eliminarea taxei de timbru în februarie a accelerat creșterea importurilor de mașini rulate. În primele opt luni din 2017 au fost înmatriculate peste 337.000 de mașini vechi, cu 110% mai mult comparativ cu întreaga perioadă a anului trecut. Măsurile din ultimii ani nu au oprit orientarea populației către mașinile second-hand, iar criza financiară a lăsat urme în comportamentul consumatorului român.

În timp ce alte țări pregătesc trecerea la mașini electrice, România este invadată de mașini vechi, care reprezintă surse de poluare dăunătoare sănătății, dar și de riscuri în trafic. Acestea sunt câteva dintre concluziile conferinței PwC dedicată sectorului auto, desfășurată azi la București.

Vârsta medie a parcului auto național va crește anul acesta la 13,1 ani, întrucât numărul autoturismelor rulate importate cu o vechime mai mare de 10 ani (normele Euro 3 și Euro 2) s-a dublat față de 2016.

“O variantă pe care au utilizat-o și alte state membre și care poate da rezultate bune în România ar putea fi utilizarea armonizată a unei taxe de primă înmatriculare corelată cu sistemul de impozitare anuală a autoturismelor care să ia în considerare și nivelul de emisii de CO2 și norme de poluare. Statul a încercat în ultimii ani să limiteze importurile de mașini vechi, însă căile alese nu au fost cele mai bune. Introducerea unei taxe de primă înmatriculare este posibilă, însă trebuie formulată inteligent, astfel încât să nu încalce prevederile legislației comunitare. Un instrument cu un potențial foarte ridicat, dar insuficient utilizat, este impozitul auto anual care trebuie reșezat pe principii de mediu”, a declarat Daniel Anghel, Liderul Sectorului de Automotive, PwC Europa Centrală și de Est.

Sistemul de impozitare al autoturismelor este compus în principal din două elemente:

- Taxa de înmatriculare (Timbrul de mediu) – a fost revizuită în mai multe rânduri, până la alinierea la practicile UE, însă din februarie a fost eliminată. România avea unul dintre cele mai scăzute niveluri de taxă din UE pentru autoturisme noi, în timp ce taxa pentru autoturisme second-hand era peste media UE.
- Impozitul auto anual – rămas neschimbat în ultimii 10 ani, are nevoie de o revizuire aprofundată, deoarece nu sprijină îndeplinirea obiectivelor de reducere a emisiilor de CO2 și a vârstei medii a flotei auto, fiind bazat numai pe capacitatea cilindrică.

„Trebuie să ne gândim la o impozitare în acord cu recomandările Comisiei Europene, cu accent pe emisiile poluante ale autoturismelor și normele Euro ale motoarelor acestora, în loc de taxare în funcție de puterea sau capacitatea cilindrică a mașinii. Direcția agreată de Comisie este aceea de a impozita în funcție de gradul de poluare, de impactul asupra mediului. O astfel de modificare trebuie

*introdusă cu o perioadă de grație rezonabilă și care să se aplice doar autovehiculelor înmatriculate după data intrării în vigoare a noii metodologii”, a adăugat **Bogdan Belciu, Partener, Consultanță pentru Management, PwC România.***

Autoritățile ar putea analiza și introducerea unor măsuri complementare, precum:

- Impozitarea vehiculelor înmatriculate în alte state membre, care sunt utilizate în România pentru o perioadă lungă de timp;
- Deductibilitate suplimentară pentru vehiculele cu emisii reduse de CO₂;
- Primă la achiziționarea de mașini cu emisii reduse de CO₂;
- Colectarea impozitului auto de către societățile de asigurare;
- Contribuție de mediu la momentul efectuării inspecției tehnice periodice a autovehiculului (ITP).

În lipsa unei politici coerente a statului din punct de vedere al principiilor de mediu situația parcului auto s-a înrăutățit pe parcursul acestui an atunci când eliminarea timbrului de mediu a dus la o explozie a importurilor de mașini vechi, cu grad mai ridicat de poluare. În medie, mașinile aduse în țară după retragerea timbrului de mediu au fost mai vechi și mai poluante decât în 2016.

Fenomenul de îmbătrânire accelerată a parcului auto din România este în contradicție cu evoluțiile din țările dezvoltate din vestul Europei, care acordă o importanță sporită protejării mediului și siguranței, în timp ce încearcă să se pregătească pentru adoptarea la scară cât mai largă a mașinilor electrice.