



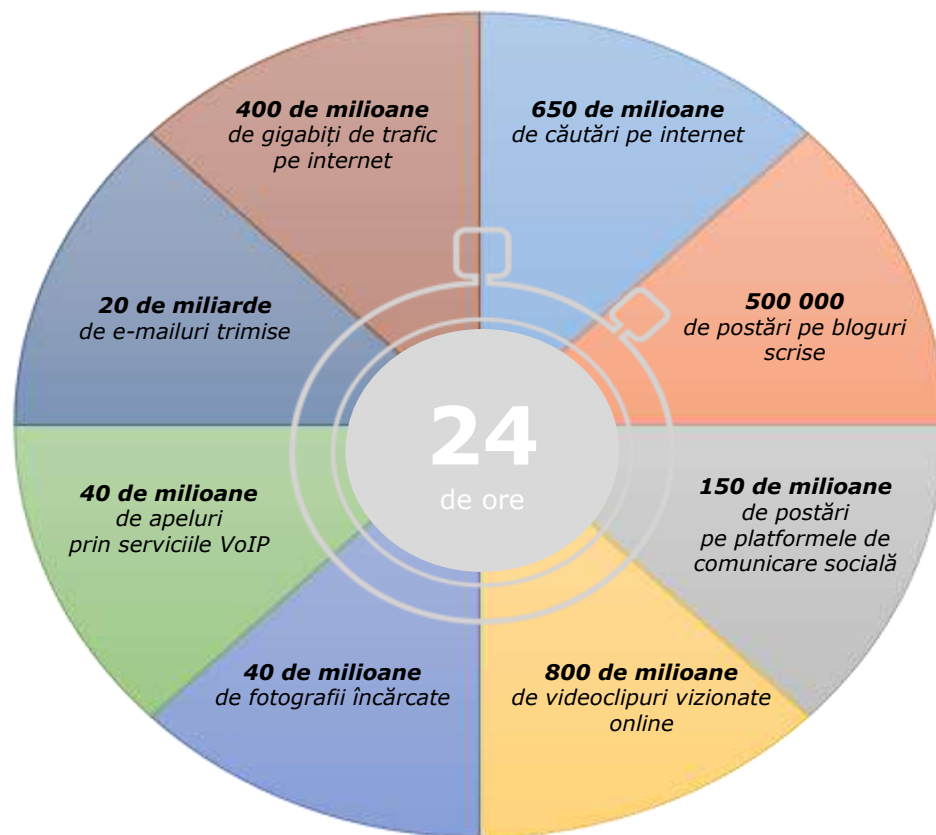
Ce treabă am EU cu
#diGital taXation?

Din provocările fiscale ale
unei companii în tranziție . . .

Adrian Luca – Transfer Pricing Services

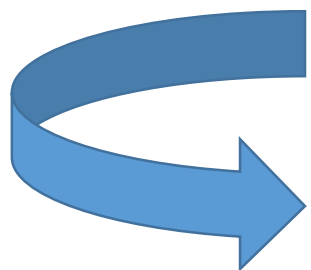
Conferinta CCF
București, 4 iulie 2018

Ziua normală a europenilor pe internet, în vremurile noastre



Grafica – Comisia Europeană, martie 2018

Economia se învârte mai repede, se ... digitalizează!



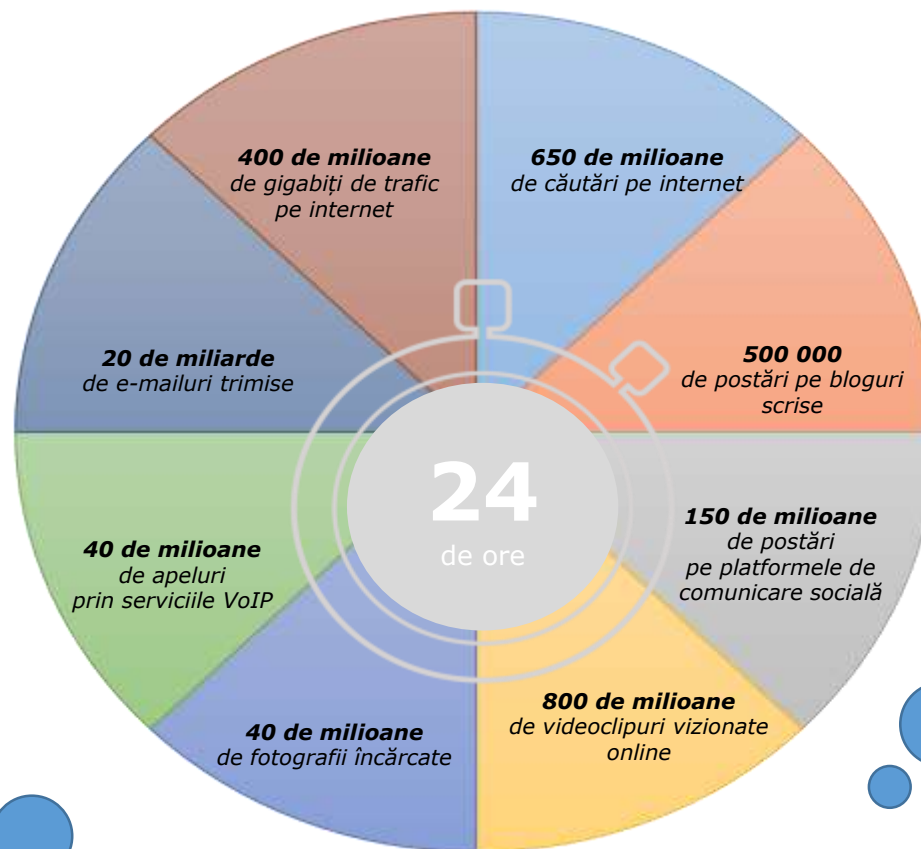
Creștere anuală a veniturilor grupurilor multinaționale



+14%, sectorul digital
 +3%, IT & telecom
 +0,2%, sectorul "tradițional"

Și preocupări normale ale Fiscului, în vremuri post-criză

”Regulile internaționale de astăzi în materie de impozitare a companiilor nu captează modelul de afaceri prin care obții profit din servicii digitale într-o țară, fără să fii prezent fizic în acea țară”

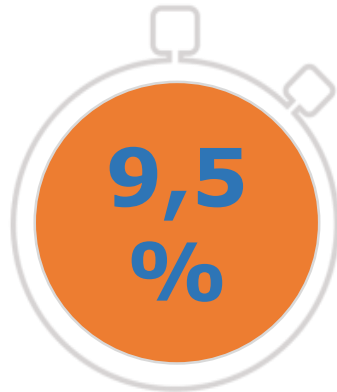


”Regulile actuale nu reușesc să surprindă nici noile mijloace prin care sunt create profiturile în lumea digitală, în special rolul jucat de utilizator în generarea de valoare pentru companiile digitale”

”Avem o lipsă conexiune între locul unde este creată valoarea și locul unde este impozitată”

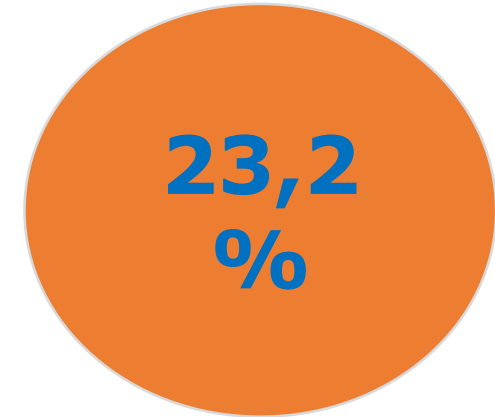
S-au găsit diferențe ... anormale

Comisia Europeană a calculat, la virgulă,



Rata efectivă de impozitare a companiilor digitale

Comparativ cu



Rata efectivă de impozitare a companiilor tradiționale



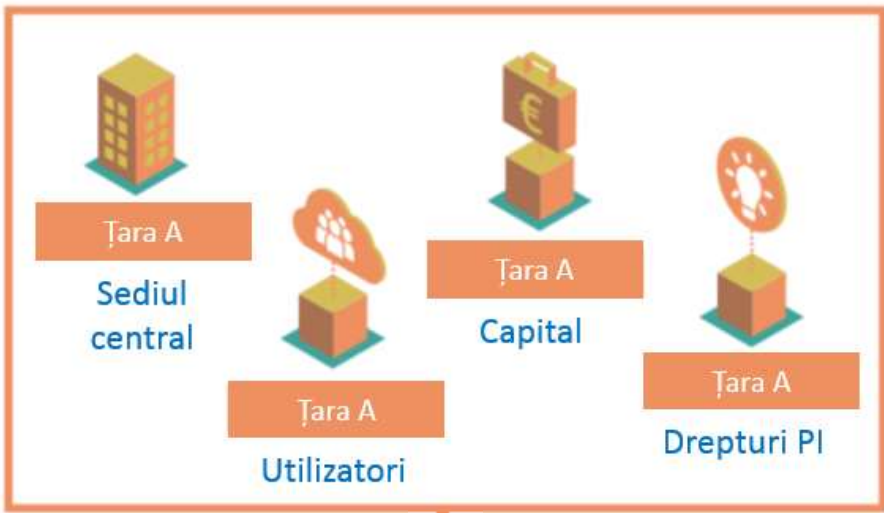
Sună ceasul (a se citi "avem momentum politic") pentru un nou sistem de fiscalizare a digitalului

Se caută răspunsuri noi la întrebările clasice ale fiscalității internaționale

Activități non-digitale



Comerțul cu bunuri fizice și servicii



Valoarea este creată într-o singură țară

Profituri taxate la locația sediului central

Analiză model de afaceri

Cum este creată valoarea?

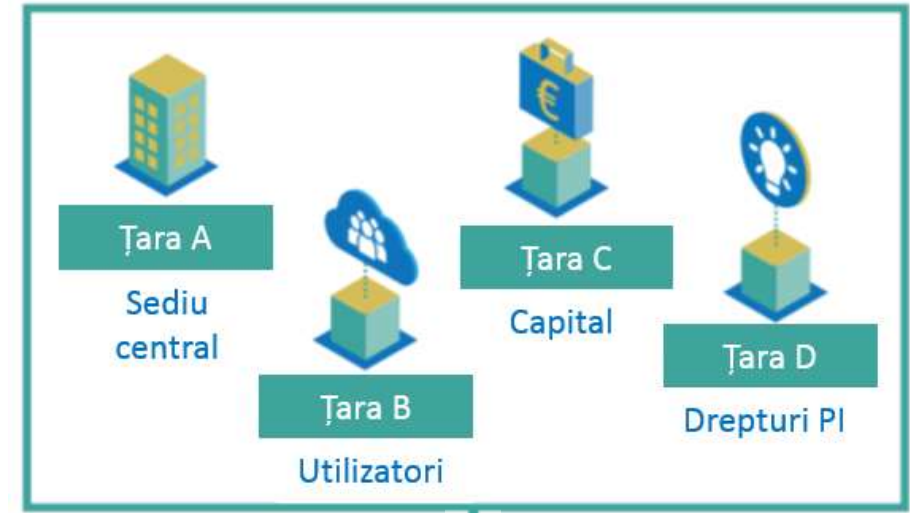
Unde trebuie taxate profiturile?



Activități digitale



Servicii online bazate pe datele utilizatorilor



Valoarea este creată în mai multe țări

Unde trebuie taxate profiturile?

O problemă complicată, cu algoritmi ...

„În economia digitală, valoarea este deseori creată dintr-o combinație de algoritmi, date utilizatori, funcțiuni legate de vânzări și cunoaștere. Spre exemplu, un utilizator contribuie la valoarea creată atunci când dă share/like unei pagini pe un forum de social media. Aceste date vor fi mai târziu folosite și monetizate printr-o publicitate personalizată (targetată). Dar profiturile nu sunt neapărat impozitate în țara de unde provine utilizatorul (care este și cel care vede reclama respectivă), ci, mai degrabă, în țara unde, spre exemplu, a fost dezvoltat algoritmul de publicitate. Astfel, contribuția utilizatorului la realizarea profitului nu este luată în considerare în momentul impozitării companiei.”

Algoritmul pleacă de la "DACĂ"

- Vindeți spațiu de publicitate online (precum Google)?
- Facilitați descărcarea de muzică, filme, jocuri de pe site sau telefonul mobil (precum Apple)?
- Vindeți baze de date cu informații furnizate de utilizatori (precum Facebook)?
- Intermediați servicii care permit utilizatorilor să interacționeze între ei și facilitează vânzarea de bunuri și servicii între utilizatori (precum Amazon Marketplace*)?

*vânzarea de bunuri și servicii prin internet (ex. Amazon – produse proprii) nu intră sub incidența pachetului "digital taxation".

Noua schemă politico-fiscală

pentru digitali (și nu numai)

- Vindeți spațiu de publicitate online (precum **G**oogle)?
- Facițiți descărcarea de muzică, filme, jocuri de pe site sau telefonul mobil (precum **A**pple)?
- Vindeți baze de date cu informații furnizate de utilizatori (precum **F**acebook)?
- Intermediați servicii care permit utilizatorilor să interacționeze între ei și facilitează vânzarea de bunuri și servicii între utilizatori (precum **A**mazon Marketplace)?

DA

Felicitări, sunteți un "GAFA"



DA

Felicitări! Acum mergeți la Fisc și raportați că plătiți taxa *interimară* de 3% pe vânzările către clienții europeni!

Ne întâlnim cu toții în soluția "cuprinzătoare" a bazei comune consolidate de impozitare

Sunteți încă o companie de tranziție, dar... Nu vă preocupați! Oricum intrați în programul de armonizare fiscală europeană (CCTB) și primiți noi provocări!

De la Bruxelles vine resetarea în doi pași

1

O soluție "cuprinzătoare", bazată pe proiectul CC(C)TB – baza comună (ulterior consolidată) de impozitare a companiilor, în care a fost inclus conceptul de **prezență digitală semnificativă**

2

Dar, până se ajunge la "cuprinzătoare", se va trece cât mai repede* printr-o soluție zisă "interimară", care să aducă rapid 5 mld. Euro pe an la bugetul UE

*Comisarul pe Finanțe, Pierre Moscovici, se așteaptă la adoptarea directivei cu soluția interimară până la sfârșitul 2018

1. Directiva impozitării profiturilor în cazul unei prezențe digitale semnificative

Unde se taxează?

În fiecare stat membru în care companiile au o prezență digitală substanțială, îndeplinind unul sau mai multe dintre următoarele criterii:



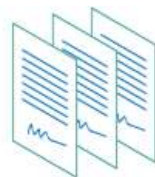
venituri obținute din furnizarea de servicii digitale utilizatorilor dintr-o jurisdicție depășesc 7.000.000 €



numărul de utilizatori ai unui serviciu digital într-un stat membru depășește 100.000



numărul de contracte comerciale pentru servicii digitale este mai mare de 3.000



Ce se taxează?

Atribuirea profitului va lua în calcul valoarea de piață a următorilor factori:



Profituri obținute din datele utilizatorilor (ex. plasarea de publicitate)



Servicii care permit conectarea utilizatorilor (ex. platforme de „sharing economy”, online marketplace)



Alte servicii digitale (ex. abonamente la servicii de streaming)



2. Directiva taxării veniturilor rezultate din servicii digitale

Taxă temporară de 3% pe veniturile realizate din servicii care creează valoare prin participarea utilizatorilor



...realizate de companii cu:



Dar asta e doar problema celor mari și digitali, noi ... n-avem de ce să ne facem griji!
ȘI TOTUȘI...

Când afacerile se bazează tot mai mult pe **proprietate intelectuală/cunoaștere ...**
cu toții suntem azi, într-o formă sau alta, **DIGITALI!**

Pe măsură ce nu mai e nevoie să fii prezent fizic într-un loc pentru a derula afaceri în acel loc, "sediul permanent" se transformă în "prezență digitală semnificativă".

Pe măsură ce datele utilizatorilor joacă un rol tot mai mare în valoarea creată de companie, acestea devin un factor de alocare a profiturilor.

Încă din faza de *tranziție*, începem să înțelegem că nu mai contează atât ce prezență fizică (oameni/depozite/echipamente) are afacerea ta, ci **unde, ce și cum vinzi!**

Cum se face (făcea) alocarea profiturilor în modelul de afaceri tradițional?

În lumea "brick and mortar" (cărămidă și mortar)

lucrurile erau, parcă, mai ...

concrete

Alocare profit pe bază de prețuri de transfer

Interval de piață

Substanță tranzacții

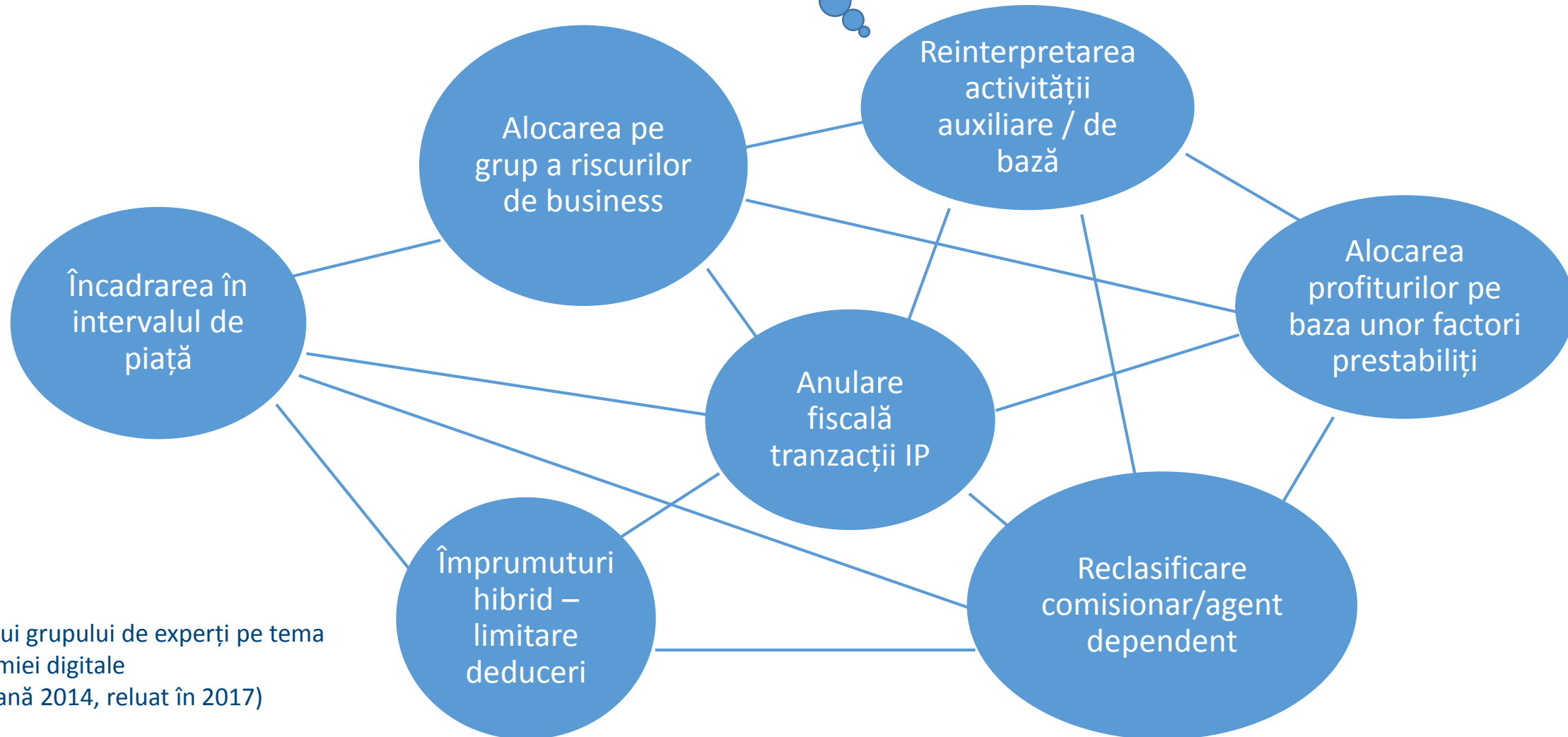
Grad de dependență

Risc de afaceri

Funcțiuni



În lumea digitală, interpretările nu mai au granițe



Pe baza Raportului grupului de experți pe tema fiscalității economiei digitale (Comisia Europeană 2014, reluat în 2017)

Pe fond, întotdeauna va fi nevoie de o analiză de comparabilitate cu terți independenți.

”Profiturile atribuite către sau ținând cont de prezența digitală semnificativă trebuie să fie cele pe care prezența digitală le-ar fi obținut dacă ar fi fost o întreprindere separată și independentă, îndeplinind aceleași activități sau similare, în aceleași condiții, luând în considerare funcțiunile îndeplinite, activele utilizate și riscurile asumate, printr-o interfață digitală”.

Din propunerea de Directivă – reguli privind impozitarea profiturilor în cazul unei prezențe digitale semnificative, martie 2018

Regina fiscalității internaționale/prețurilor de transfer
se numește acum
ANALIZA FUNCȚIONALĂ!

Remunerația unei prezențe digitale
semnificative se va stabili doar în funcție
de substanța economică semnificativă
(relevantă pentru dezvoltarea, protecția,
întreținerea și exploatarea activelor
intangibile ale companiei).

Așadar, mă interesează sau nu #diGital taXation?



Sunt Geoffrey și am crezut prea mult în „rezervația” mea...

*“I don't
wanna grow up,
I'm a Toys R Us kid
they got a million
toys ...”
(cântecul lui
Geoffrey)*

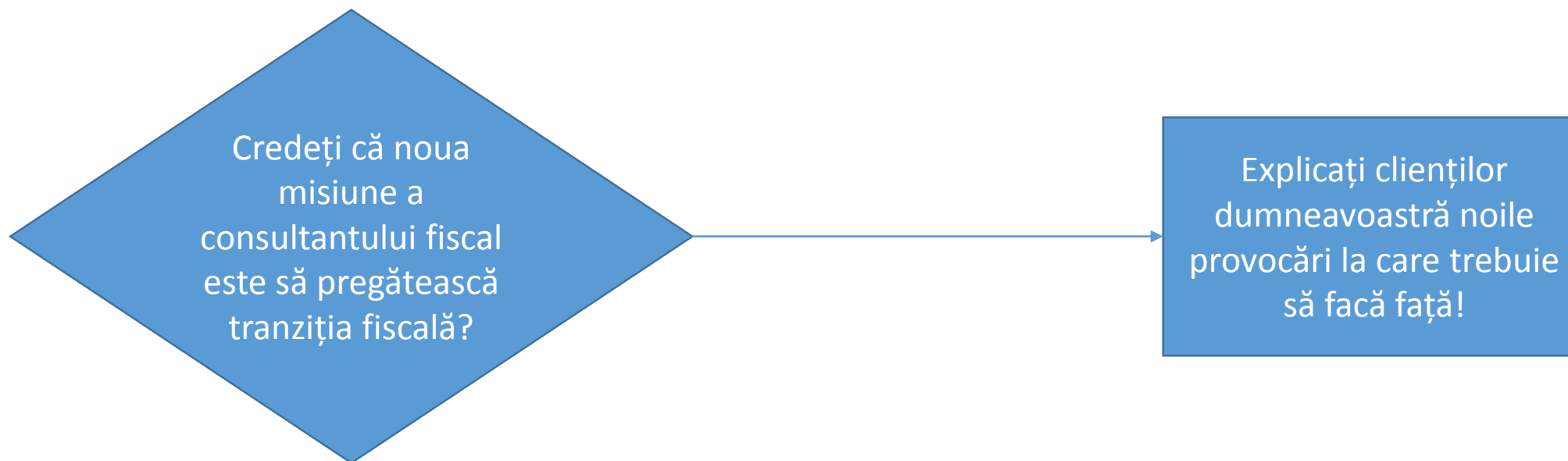
Toys 'R' Us, sinonim din 1957 cu regatul jucăriilor, tocmai și-a închis toate cele 735 de magazine din SUA

Ultima oră!

CCTB se va aproba *pe repede înainte*, cu obligativitate pentru toate companiile, indiferent de venituri.

Aceasta este poziția comuna franco-germana privind directiva CCTB, iunie 2018. În aceste condiții de presiune, votul în Consiliul European poate interveni până la sfârșitul 2018. Pentru "al treilea C" (CCCTB) se prevede o perioadă de tranziție de cel puțin patru ani. În acest timp rămân în vigoare regimurile naționale în materie de transfer pricing.

Mai multe despre jocul fiscal european în context global (**Atlant-EXIT**) pe transferpricing.ro



Întrebări & răspunsuri

Adrian Luca – Transfer Pricing Services

adrian.luca@transferpricing.ro

0742 159 142