

Impozitul minim pe cifra de afaceri stopeaza investitiile în comertul electronic si transfera costuri suplimentare catre consumatori (retaileri)

Impozitul minim pe cifra de afaceri (IMCA) reduce capacitatea companiilor de a investi, limiteaza competitivitatea si pune presiune suplimentara asupra consumatorilor, atrag atentia doi retaileri din comertul online, într-un comunicat de presa transmis, joi, AGERPRES.

"Impozitul minim pe cifra de afaceri (IMCA), aplicat de la începutul anului 2024, genereaza consecinte care contrazic obiectivele declarate, respectiv cresterea veniturilor la buget si asigurarea unei contributii minime din partea companiilor mari, indiferent de nivelul de profit raportat. În schimb, reduce capacitatea companiilor de a investi, limiteaza competitivitatea si pune presiune suplimentara asupra consumatorilor. În comertul electronic, unde profitul net este adesea sub 1%, un impozit aplicat uniform pe cifra de afaceri împinge direct companiile în pierdere si blocheaza proiecte de dezvoltare esentiale pentru eficienta si digitalizare. Mai mult, în primele sase luni de aplicare, veniturile colectate la buget au fost de aproximativ 1,2 miliarde de lei, mult sub cele 6 miliarde estimate de autoritati, potrivit organizatiilor reprezentative ale mediului de afaceri (Concordia, AmCham, FIC). Diferenta confirma ineficienta mecanismului si releva impactul disproportionat asupra sectoarelor cu profitabilitate redusa, precum comertul online. În acest domeniu, investitiile în infrastructura si servicii sunt esentiale pentru crestere, însa nu se traduc imediat în profit contabil, ceea ce face ca taxarea pe cifra de afaceri sa penalizeze tocmai companiile care reinvestesc constant", sustin reprezentantii evomag si Vexio.

Potrivit sursei citate, pentru companiile românești din comertul online, impactul este amplificat de efectul pe lantul de distributie. Astfel, aceeași taxa de 1% se aplica la nivelul importatorului, distribuitorului si retailerului, ceea ce înseamna o sarcina cumulata de aproximativ 3%, iar raportata la o marja generala de cel mult 10%, cu tot cu costuri, aceasta taxare suplimentara împinge întreg lantul în pierdere si ameninta sustenabilitatea industriei.

"Un retailer online nu își poate permite sa functioneze fara investitii permanente în logistica, tehnologie si extindere internationala. La evomag, aceste investitii depasesc 500.000 de euro anual. O taxa aplicata direct pe cifra de afaceri, indiferent de profit, limiteaza capacitatea de reinvestire si ne obliga sa regândim planurile strategice. În loc sa acceleram dezvoltarea pe termen lung, suntem constrânsi sa adaptam bugete trimestriale, în functie de un cadru fiscal imprecizabil", sustine Mihai Patrascu, CEO evomag, în comunicatul citat.

La rândul lor, reprezentantii Vexio subliniaza ca efectele se transmit mai departe, în întregul lant de parteneri.

"Un business de eCommerce înseamna sute de contracte cu furnizori de transport, logistica, servicii IT, marketing si suport tehnic. Reducerea investitiilor afecteaza direct aceste firme, multe dintre ele IMM-uri românești care depind de volumele generate de retailul online. În plus, un cadru fiscal instabil transmite investitorilor un semnal negativ si reduce atractivitatea pietei românești în competitia regionala. Iar într-o perioada în care companiile locale încearca sa concureze cu magazinele online care nu au prezenta juridica în România, deci nu se supun acelorasi reguli, un astfel de impozit face imposibila competitia corecta", afirma Costinel Ilie, partener manager Vexio.

Totodata, se atrage atentia asupra diferentelor de tratament fiscal dintre retailerii cu o cifra de afaceri sub 50 de milioane de euro si cei care depasesc acest prag.

"În timp ce jucatorii mari sunt obligati sa plateasca impozitul pe cifra de afaceri, competitori directi, dar mai mici ca dimensiune, nu sunt supusi acelorasi reguli, desi opereaza în aceleasi segmente de piata. Aceasta discrepanta creeaza o forma de concurenta neloiala, care dezavantajeaza companiile românești ce au investit în dezvoltare si

scalare, penalizând exact actorii ce contribuie cel mai mult la consolidarea pietei locale de comerț electronic. Efectele sunt vizibile și la nivelul consumatorilor. Comerțul electronic a democratizat accesul la tehnologie în România, oferind milioane de clienți posibilitatea de a achiziționa rapid și convenabil produse necesare muncii, educației sau vieții de zi cu zi. Creșterea artificială a costurilor determinată de IMCA risca să încetinească acest proces și să accentueze decalajele deja existente între mediul urban și cel rural, unde accesul la produse digitale rămâne limitat", se menționează în comunicat.

Reprezentanții celor două companii sunt de părere că, pentru sectorul comerțului electronic, efectele IMCA sunt clare: investiții amânate, competitivitate redusă și presiune transferată către clienți.

evomag este una dintre cele mai importante companii din industria de comerț electronic din România, care, în 2022, a atras o investiție de două milioane de euro de la Catalyst România, una dintre cele mai importante firme de capital de risc axate pe tehnologie din România, în demersul de a susține dezvoltarea accelerată a companiei.

Fondată în anul 2009, Vexio este specializată în comercializarea de produse IT&C, componente PC, electronice și electrocasnice, dar oferă și servicii de consultanță tehnică dedicate pentru clienți, bazată pe rapiditatea livrării, prețuri competitive și suport constant.