

# Campanii promoționale și de marketing

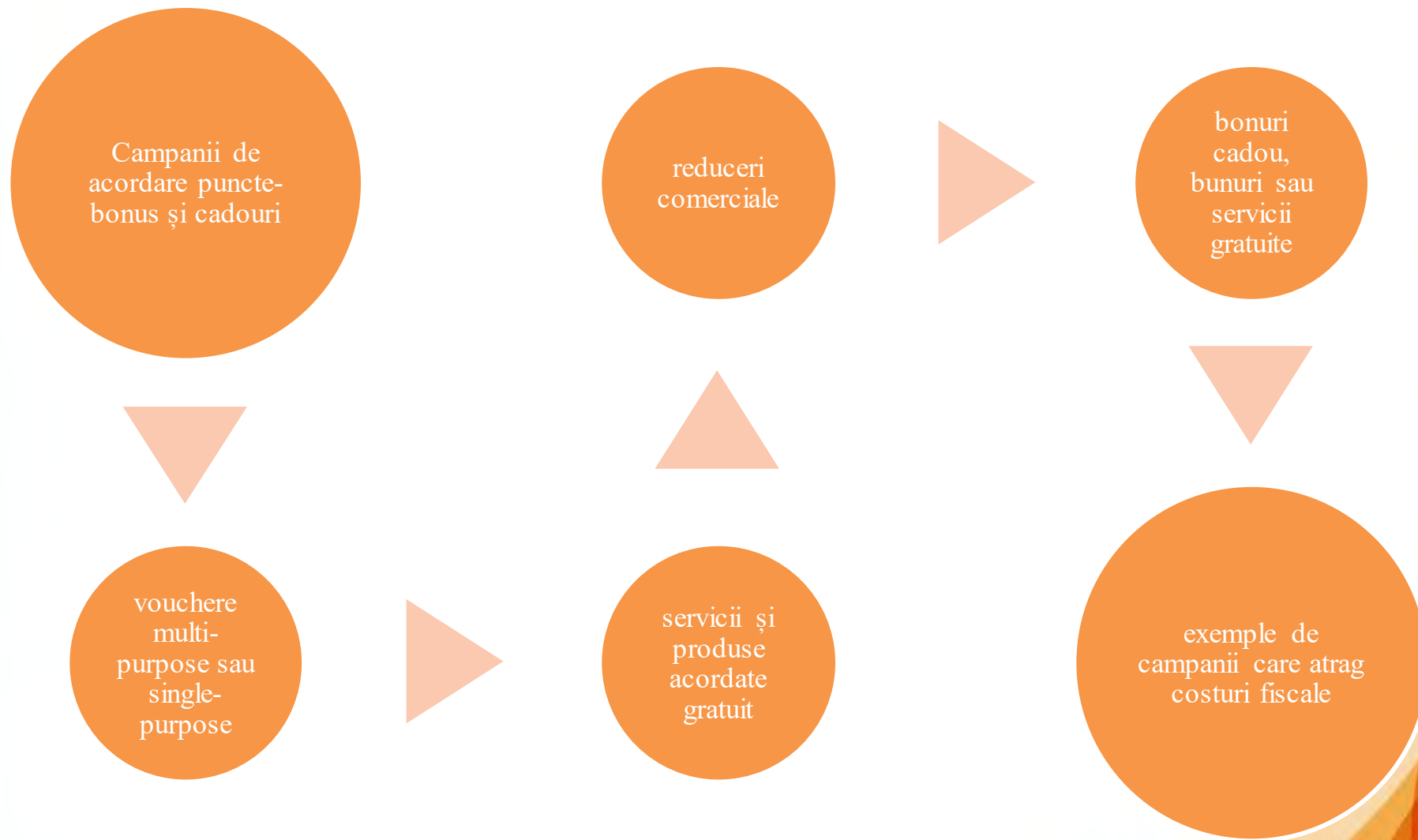
**Av. Luisiana Dobrinescu**  
**Av. Lelia Grigore**  
**Ec. Alexandra Lungeanu**



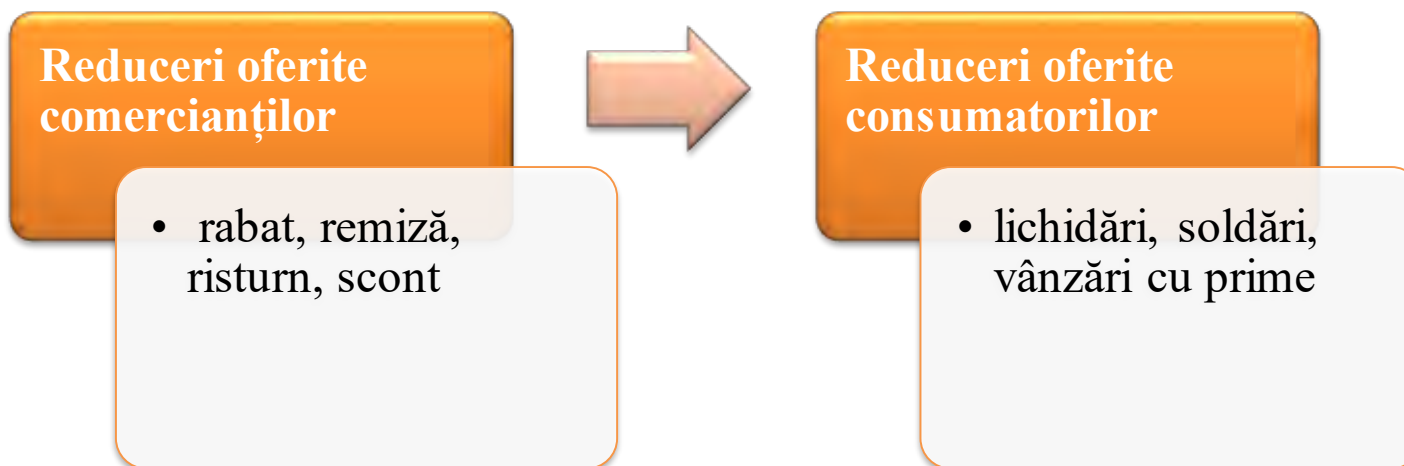
**Taxe. Litigii. Consultanță.**

*Tax & Finance Forum, 11 Noiembrie 2016*

## Vom vorbi despre...



## *Tipuri de reduceri practicate în campaniile de marketing*



## *Cadrul legislativ*

### *A.Reduceri acordate comercianților:*



- Legea 321/2009 privind comercializarea produselor alimentare (actualizată prin Legea 150/2016)
- 

Ordinul 1802/2009 privind reglementările contabile

#### **Observație**

Nu este necesară o reglementare strictă a acestora – principiul libertății contractuale

### *B.Reduceri acordate consumatorilor:*

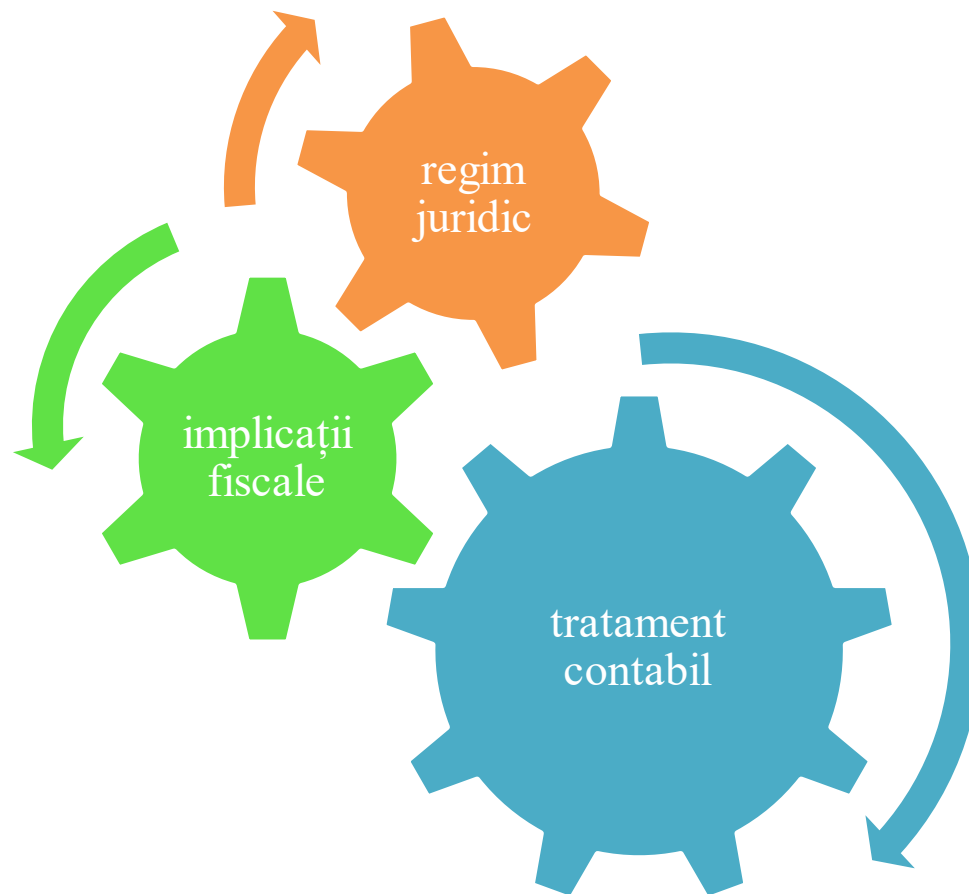


- Ordonanța 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață;
- 

#### **Observație**

Reglementare destul de rigidă, neactualizată la evoluția pieței

## *A. Reduceri acordate comercianților*



## *Tipuri de reduceri acordate comercianților*

Ordinul 1802/2014 reglementează următoarele tipuri de reduceri acordate comercianților:

**Rabaturile** - se primesc pentru defecte de calitate și se practică asupra prețului de vânzare



**Remizele** – sunt reduceri de preț calculate procentual asupra vânzărilor superioare volumului convenit sau dacă cumpărătorul are un statut preferențial

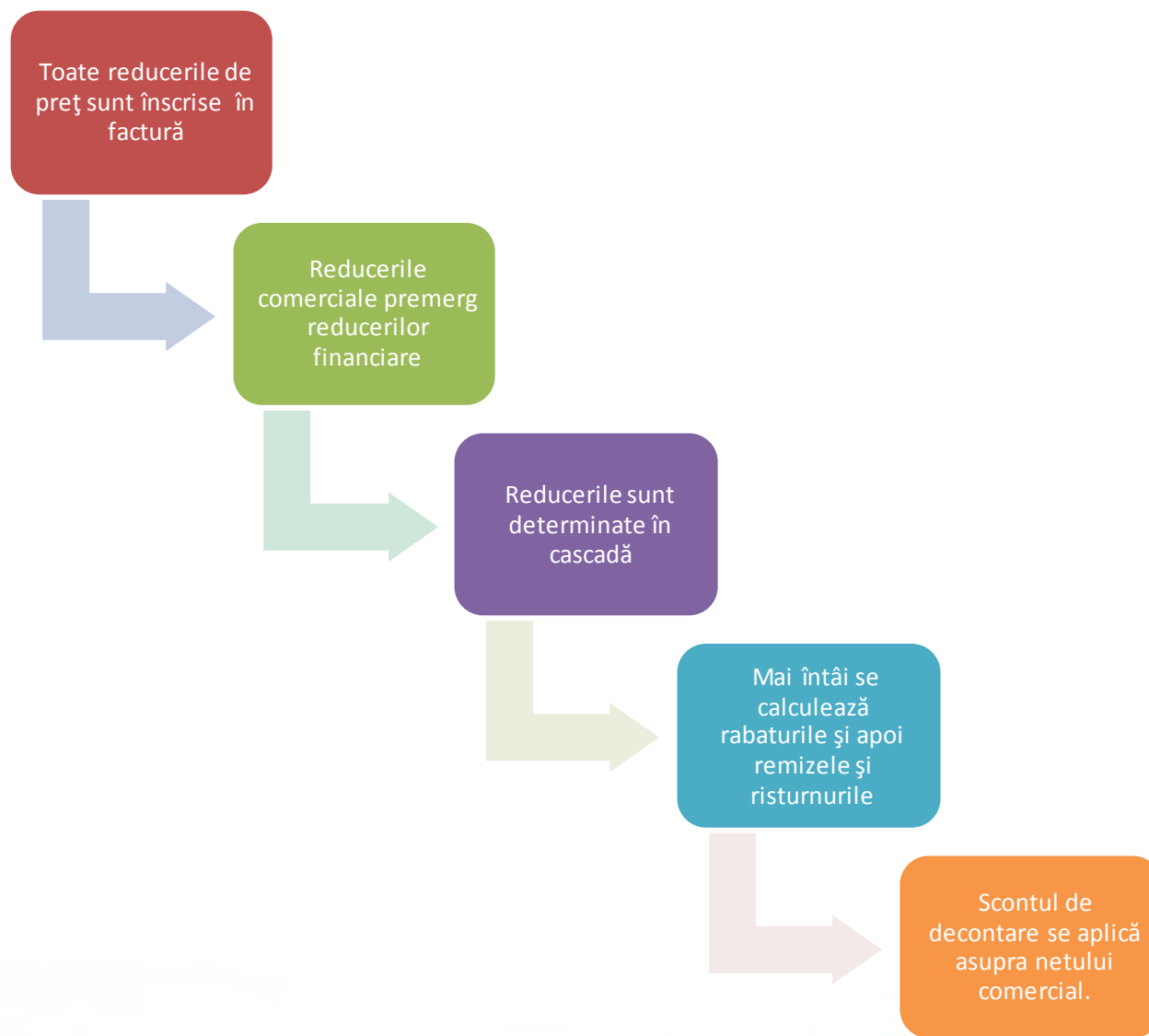


**Risturnele** - sunt reduceri de preț calculate asupra ansamblului tranzacțiilor efectuate cu același terț, în decursul unei perioade determinate



**Sconturi de decontare** - sunt reduceri financiare care se acordă pentru achitarea datoriilor înainte de termenul normal de exigibilitate

## *Reguli generale de aplicare a reducerilor de preț:*





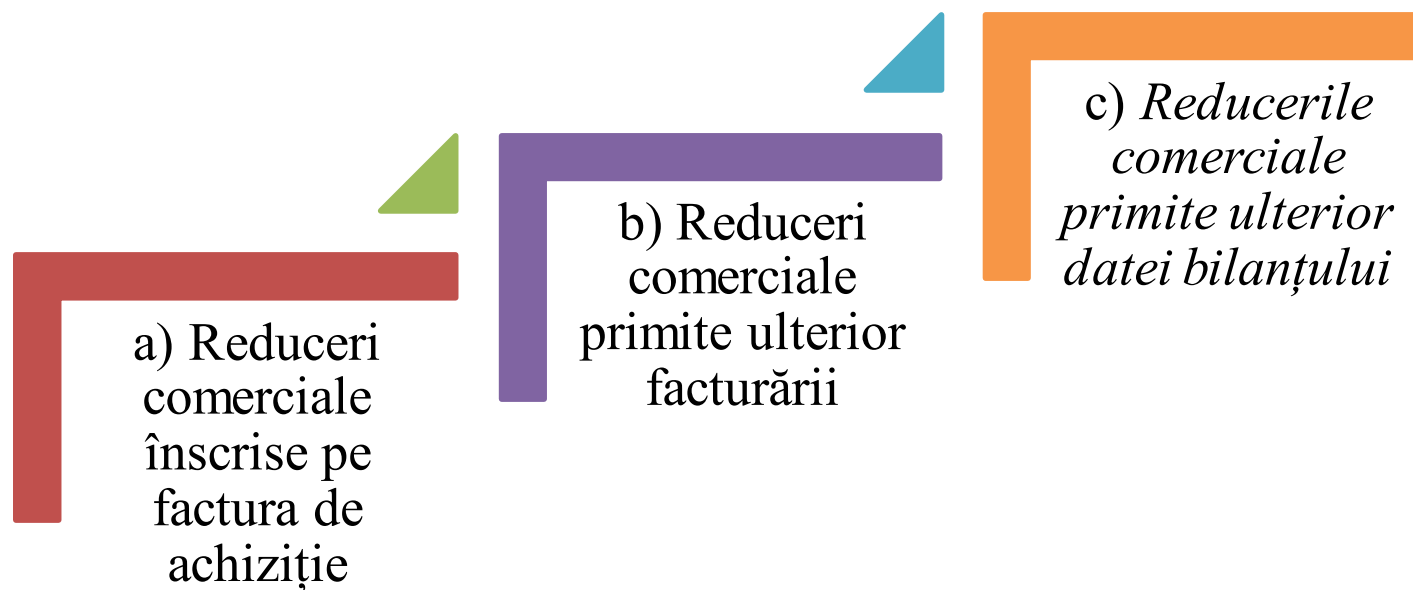
## *Exemplu de calcul reduceri*

Societatea X, în calitate de importator de calculatoare, încheie un contract de distribuție cu societatea Y, care deține propriul lanț de magazine. Conform contract, pentru achiziții lunare mai mari de 1.000.000 lei, se acordă o reducere de 7%. În luna iulie 2015, Societatea Y a avut achiziții de 1,3 milioane de lei. La încărcarea mărfurilor, se constată că produse în valoare de 70.000 lei prezintă mici defecte. Pentru această situație părțile negociază un rabat de 5%. Pentru plata anterioară scadenței, contractul prevede o reducere de 1%.

<b>Determinarea valorii nete a facturii:</b>	
Valoarea brută a calculatoarelor vândute	1.300.000 lei
Rabat	$5\% * 70.000 = 3.500$ lei
<b>Net comercial 1</b>	<b><math>1.300.000 - 3.500 = 1.296.500</math> lei</b>
Remiză	$7\% * 1.296.500 = 90.755$
<b>Net comercial 2</b>	<b><math>1.296.500 - 90.755 = 1.205.745</math> lei</b>
Scont	$1\% * 1.205.745 = 1.205$ lei
<b>Net financiar</b>	<b><math>1.205.745 - 1.205,45 = 1.193.688</math> lei</b>




## *Tratamentul contabil al reducerilor în funcție de momentul în care se acordă*



## *Reducerile comerciale primite ulterior facturării*


### În cazul stocurilor:



Stocurile sunt **în gestiune => reducere cost achiziție**

Stocurile **nu sunt în gestiune** sau informațiile deținute **nu permit corectarea valorii => se evidențiază distinct (609)**

### În cazul imobilizărilor:



**imobilizărilor identificabile veniturilor în avans (475)** și sunt reluate în CPP pe DVR a imobilizărilor;

-- **imobilizărilor care nu pot fi identificabile - se înregistrează pe seama veniturilor aferente perioadei**

- ajustare bază de impozitare la TVA și impozit pe profit;
- se declară în 394

## *Reducerile comerciale primite ulterior datei bilanțului*

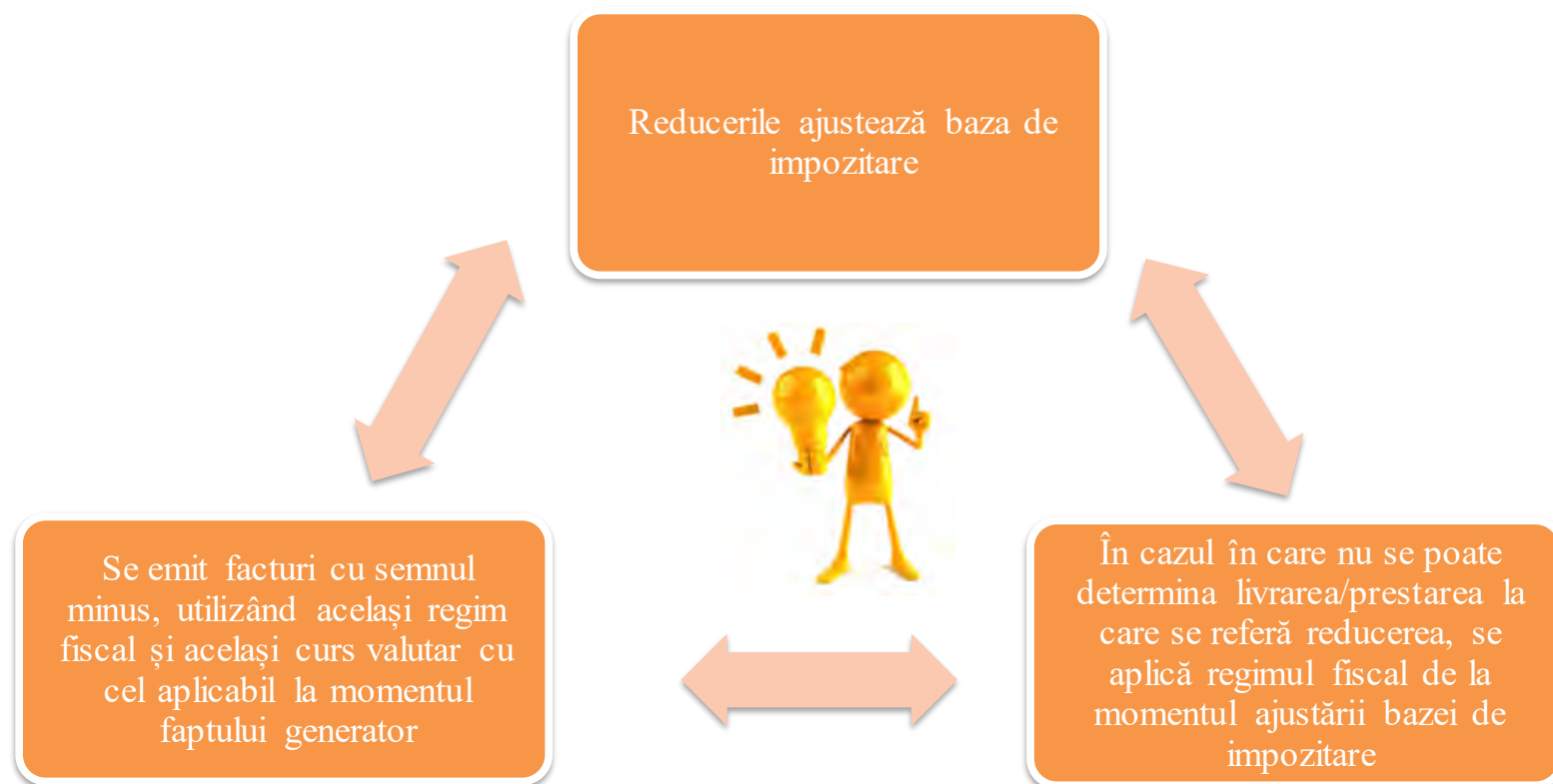


Reducerile comerciale primite ulterior datei bilanțului se reflectă în situațiile financiare prin intermediul conturilor 408, respectiv 418



Reducerile care urmează a fi primite, înregistrate la data bilanțului în contul 408, corectează costul stocurilor la care se referă, dacă acestea mai sunt în gestiune.

## *Implicații fiscale de ordin general ale reducerilor comerciale*



? Ce se întâmplă dacă la momentul ajustării, furnizorul nu mai are cod valid de TVA?

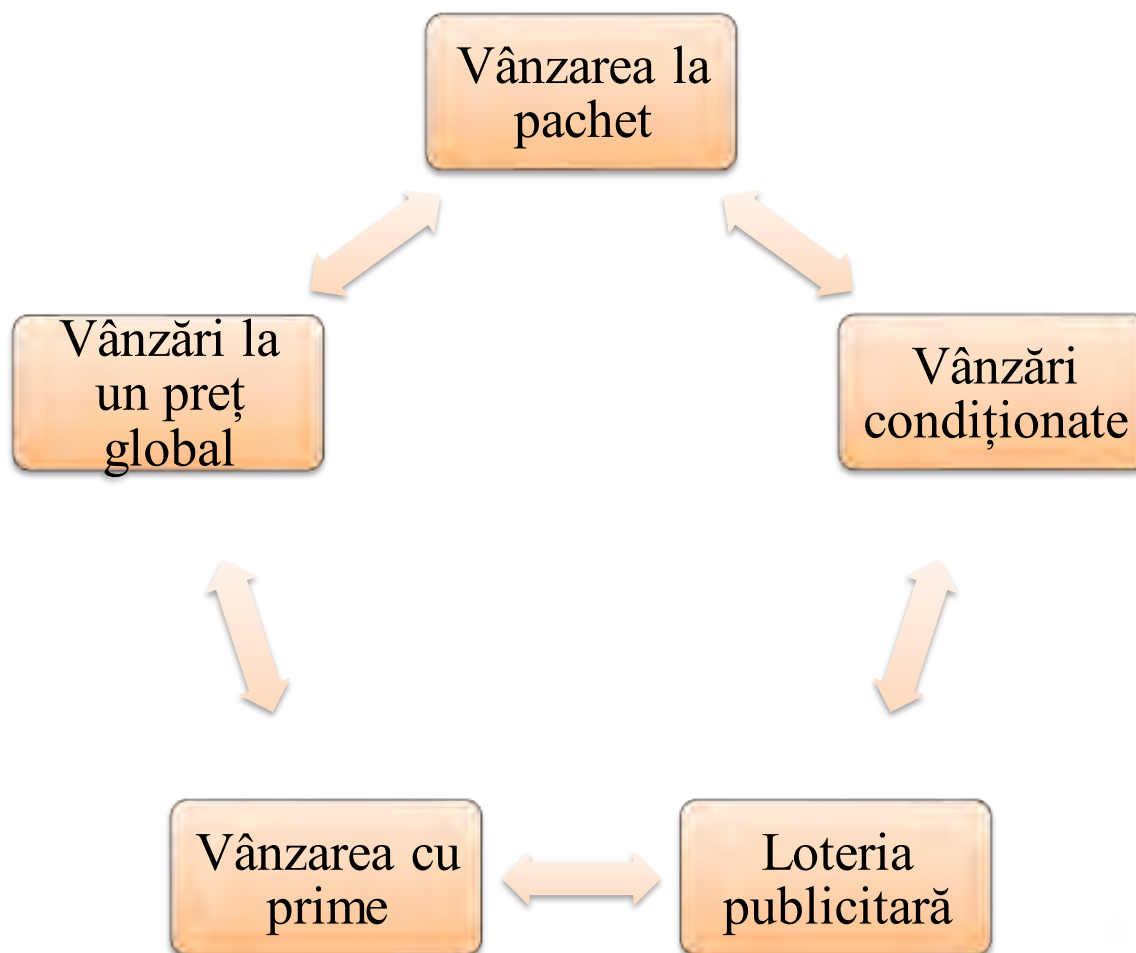
## *B. Reduceri acordate consumatorilor*



## *Reduceri acordate consumatorilor - Ordonanța 99/2000*



## *Structuri speciale de reduceri*





## 6 la preț de 5

Vânzare  
la pachet



Reducerea bazei de  
impozitare la momentul  
facturării

Probleme de contabilitate  
de gestiune

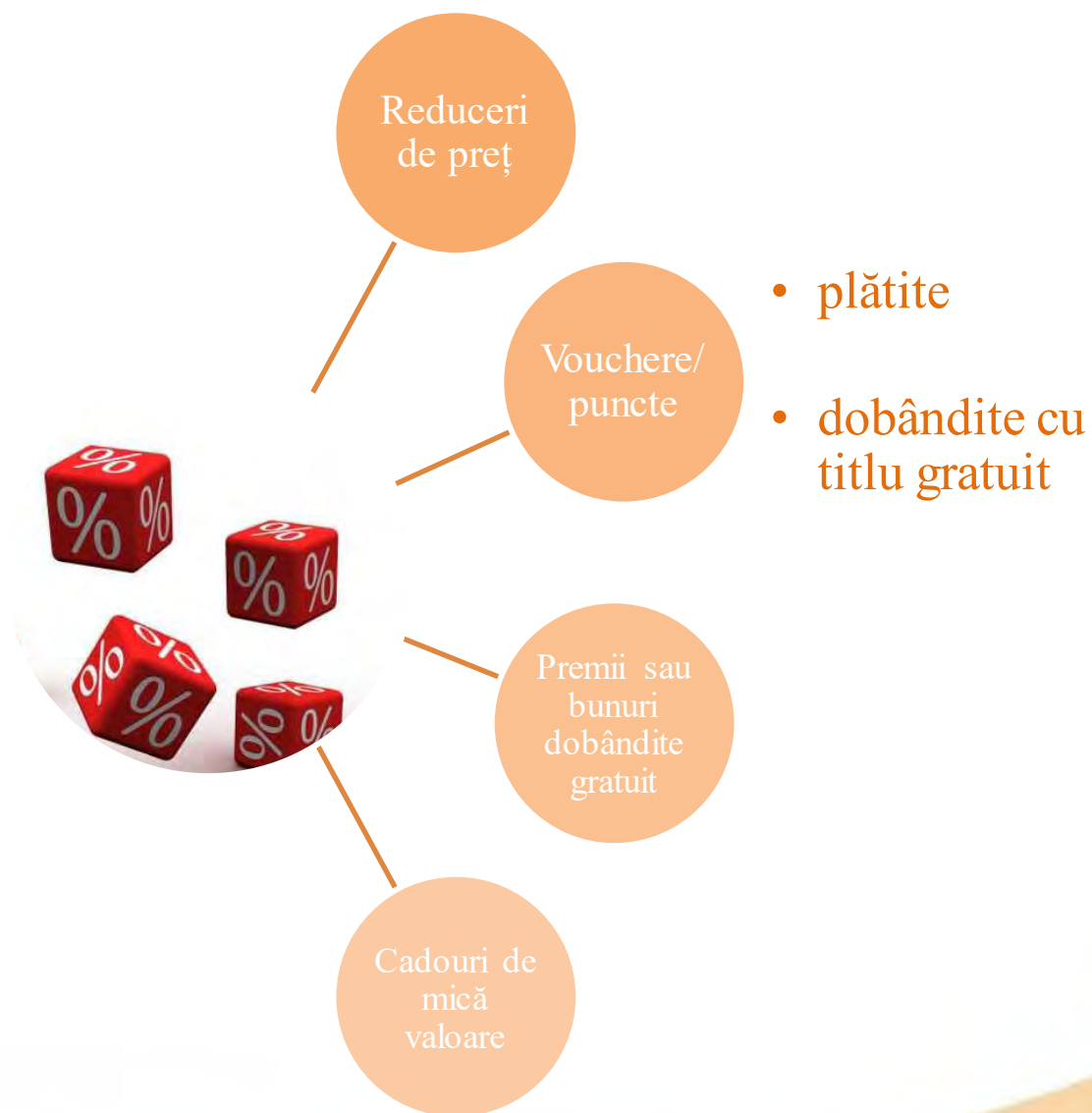


Atenție la vânzarea sub  
costul de  
achiziție/producție!

## TVA-ul gratis?!

			
<p>Simple reduceri acordate la momentul achiziției, în procent de 20%;</p>	<p>De obicei sunt condiționate (la al doilea produs sau doar la anumite produse);</p>	<p>Se pot reflecta sau nu, distinct, pe factură;</p>	<p>Atenție la vânzarea sub costul de achiziție;</p>

## *Marketing și promovare în relație directă cu consumatorii*



## Cazul Coca Cola – World Cup & UEFA

La vânzarea produselor Coca Cola, clienții puteau câștiga bilete la meciuri, gadget-uri, cazare la anumite hoteluri, tururi de oraș

Benzinăriile participau la aceste campanii promoționale

Benzinăriile decontau cadourile către Coca Cola Advertising

Coca Cola Advertising refactura costurile de marketing către Coca Cola USA



Ce regim fiscal au aceste bunuri acordate gratuit?

- sunt livrări asimilate sau bunuri de mică valoare ?
- este TVA-ul deductibil ?



## Bunuri acordate gratuit sub diverse forme

Acordarea în mod gratuit de bunuri în scop de reclamă sau în scopul stimulării vânzărilor nu este asimilată unei livrări cu plată în următoarele condiții:



Produsele sunt de  
aceleași fel,  
comercializate în mod  
obișnuit de persoana  
care le acordă (pct. 7  
alin. 10 din Norme)



Produsele sunt diferite,  
dar se utilizează în  
legătură cu produsul  
principal SAU se  
acordă direct  
consumatorului final și  
sunt de valoare mai  
mică decât produsul  
principal;

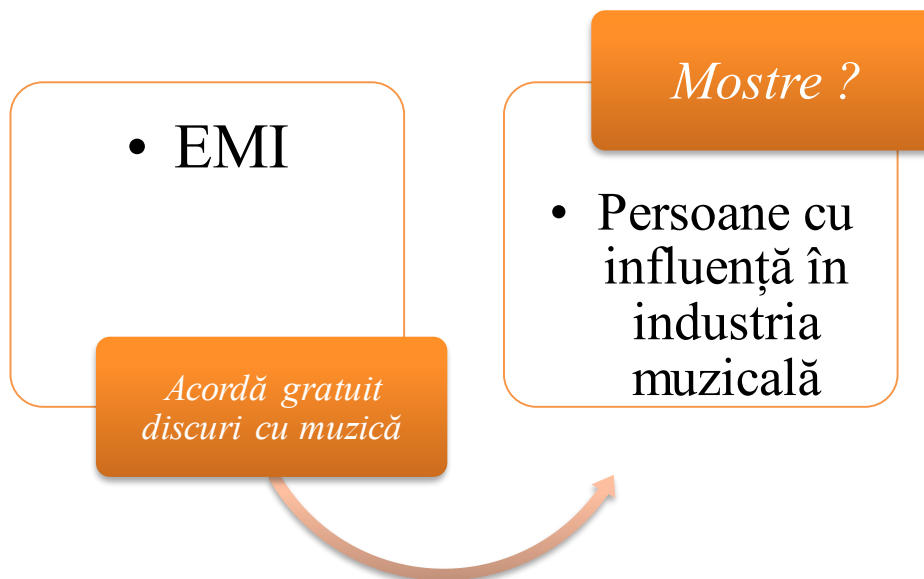


Mostrele

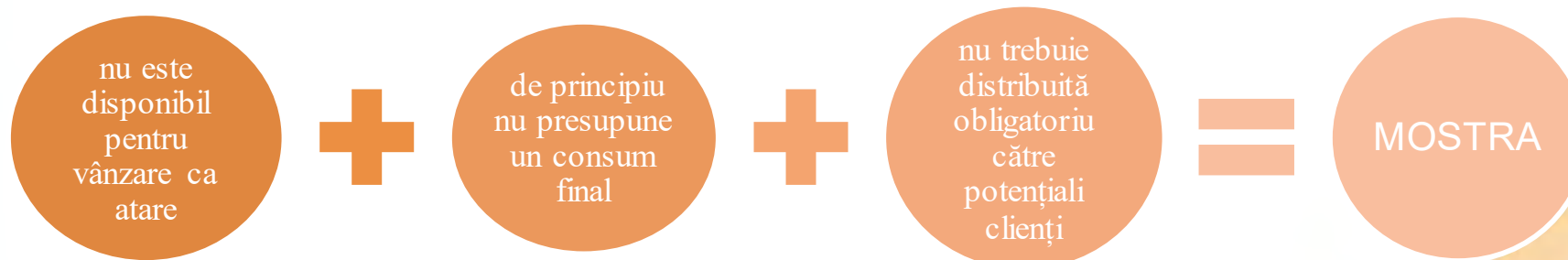


## Jurisprudență relevantă CJUE

### Cazul C-581/08 EMI



Ce este **mostra** ?



## Cazul Coca Cola – World Cup & UEFA

La vânzarea produselor Coca Cola, clienții puteau câștiga bilete la meciuri, gadget-uri, cazare la anumite hoteluri, tururi de oraș;

Indemnizarea loialității vs cadouri

Bunuri de mică valoare vs servicii de mică valoare

Refacturarea costurilor de marketing către compania holding





## Jurisprudență relevantă CJUE

### Cazul C-48/97 KUWAIT PETROLEUM

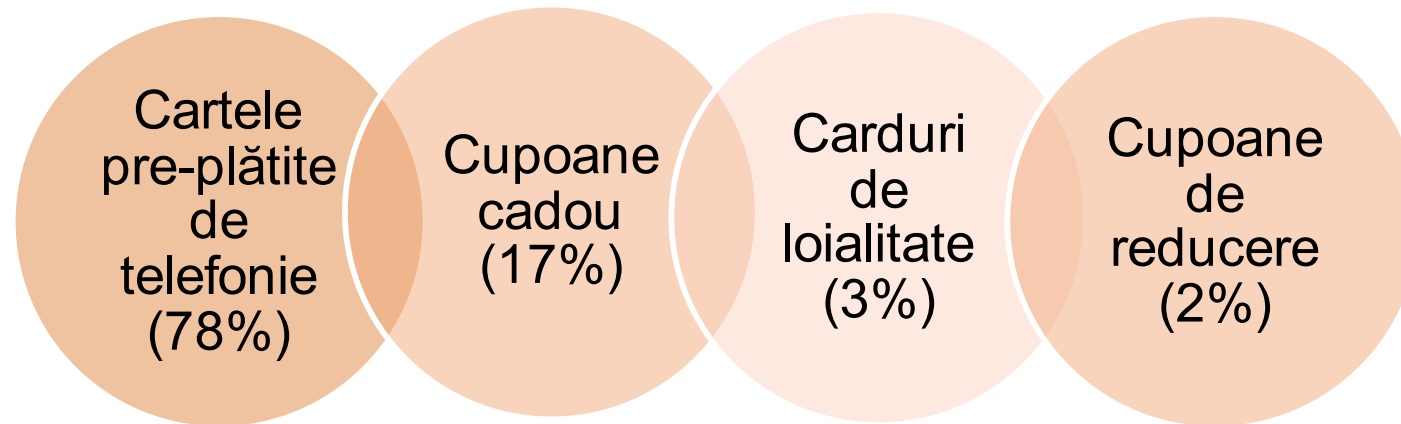


- prețul la care KUWAIT vindea combustibilul către benzinării era fix
- Kuwait suporta costul cadourilor
- prețul combustibilului acoperea costul de aprovizionare și costul cadourilor
- sunt cadourile asimilate livrării de bunuri cu plată și supuse TVA?
- distincția dintre reduceri și bunuri gratuite (există reduceri cu 100%?)



**Art. 270 alin. (4) Cod fiscal – livrări asimilate**

## *Vouchere în Uniunea Europeană*



- Valoare totală UE în anul 2008: 118 bilioane euro
- Directiva 2016/1065/CE în ceea ce privește tratamentul aplicat cupoanelor valorice (termen limită de transpunere 31.12.2018)

## Jurisprudență relevantă CJUE

### Cazul C-317/94 Elida Gibbs Ltd



*Magazinele își recuperau reducerile sau banii restituiți consumatorilor de la Elida Gibbs*

*Consumatorii care decupau cupoanele de pe produsele premium puteau obține în baza lor reduceri de preț de la magazine sau puteau solicita restituirea unei sume de bani*



- baza de impozitare pentru ElidaGibbs ?
- baza de impozitare pentru magazine?

## *Concepte generale conform Directivei 2016/1065/CE vs legislația națională*

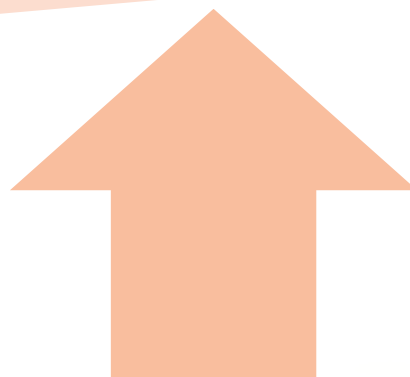
**Cupon valoric** instrument care presupune obligația de a-l accepta drept contrapartidă pentru o livrare de bunuri/prestare de servicii ulterioară



**Cupon un un singur scop (SPV)** = încă de la data emiterii se cunosc *cota de TVA datorată și locul prestării/livrării*

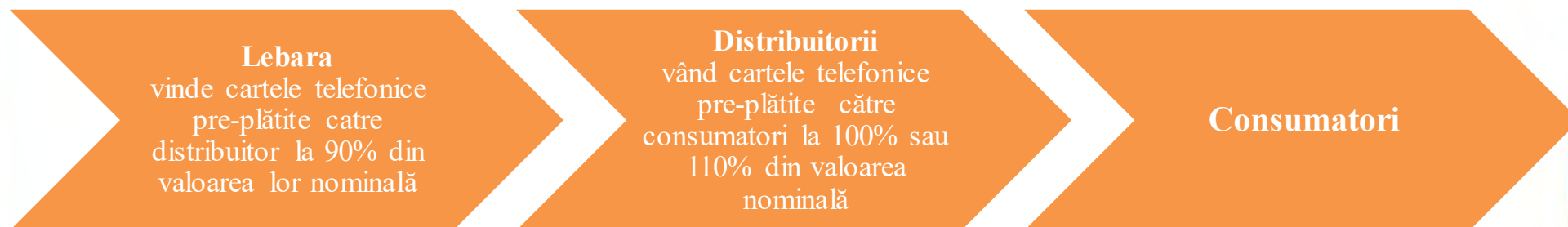
pct 25 (5) Norme:  
SPV = se cunosc toate informațiile relevante pt stabilirea regimului de TVA

**Cupon multi-scop (MPV)** = orice nu îndeplinește condițiile unui SPV



## Jurisprudență relevantă CJUE

### Cazul C-520/10 LEBARA Ltd



- *există două evenimente impozabile?*
- *care este baza de impozitare?*

## *SPV - implicații fiscale și contabile*

### Puncte cadou

pct. 25 (4) Norme CF =  
**venituri în avans**

pct (437) OMF 1802 =  
**venituri în avans** <=>  
programul de fidelizare  
permite evidența  
punctelor cadou

### Puncte cadou/ vouchere

Pct. 25 (4) Norme CF =  
**venituri în avans**

pct (437) OMF 1802 =  
**venituri curente?! <=>**  
entitatea nu dispune de  
un sistem de evidență a  
punctelor cadou  
- alte sisteme de  
fidelizare (cupoane  
valorice, tichete)



Dacă nivelul cheltuielilor necesare îndeplinirii obligației de a furniza premiile depășește contravaloarea produselor/serviciilor => provizion.



## *SPV vs MPV. Implicații fiscale și contabile. Directiva 2016/1065/CE vs legislația națională*

### SPV (Directiva)

- **Predarea cuponului** = livrare asimilată
- **Utilizarea cuponului** = nu este operațiune separată

pct. 25 (5) Norme,  
conform cu Directiva

### MPV (Directiva)

- **Predarea cuponului** = în afara sferei TVA
- **Utilizarea cuponului** = eveniment taxabil (livrare/prestare)

pct 25 (7) Norme, contrar  
Directivei: prestare de  
servicii scutită de TVA  
MPV = mijloace de plată





## Acordarea de vouchere către proprii salariați

**Wonderfull Bijou**  
vinde vouchere cadou

**Tax Consulting SRL**  
acordă voucherele cadou  
salariaților săi

**Salariați**  
valorifică voucherele

Acordarea voucherelor este o  
livrare de bunuri asimilată plată?

Angajatorul înregistrează o  
cheltuială deductibilă cu  
achiziționarea voucherelor?

Contravaloarea voucherelor este  
venit asimilat salariilor?



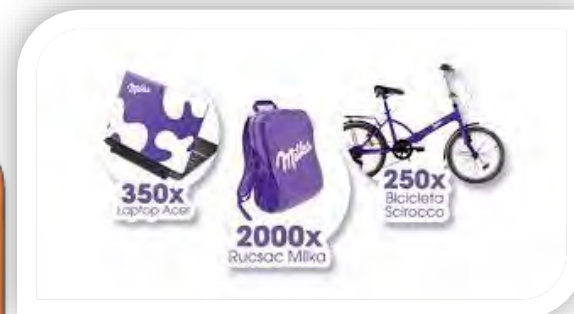
## Bunuri și servicii câștigate prin hazard

Art. 270 Cod fiscal  
– nu intră în baza  
impozabilă  
contravaloarea unor  
bunuri acordate  
gratuit. Servicii??

Loialitate =  
condiționată de  
volumul achizițiilor  
(ex. puncte)

Produse și servicii  
cadou =  
necondiționate,  
acordate prin  
tragere la sorți  
(loterii publicitare);

TVA-ul devine cost  
pentru serviciile  
gratuite sau pentru  
cadouri de tip  
loterie



## Cadouri de mică valoare



Acordarea de bunuri de mică valoare (fără plafon), care sunt folosite în legătură cu produsul principal



Întotdeauna sunt condiționate



Pe factura de vânzare, produsul principal este reflectat la valoarea de listă, iar produsul accesoriu este scos din gestiune printr-o factură cu valoare zero

## Tratament contabil – produse acordate cu valoare 0

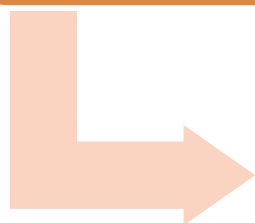


## Jurisprudență relevantă CJUE

### Cazul C-461/12 GRANTON Advertising BV

Vinde carduri de fidelitate către consumatori

• Granton



Prezintă carduri către restaurante, saloane de frumusețe etc

• Consumatori



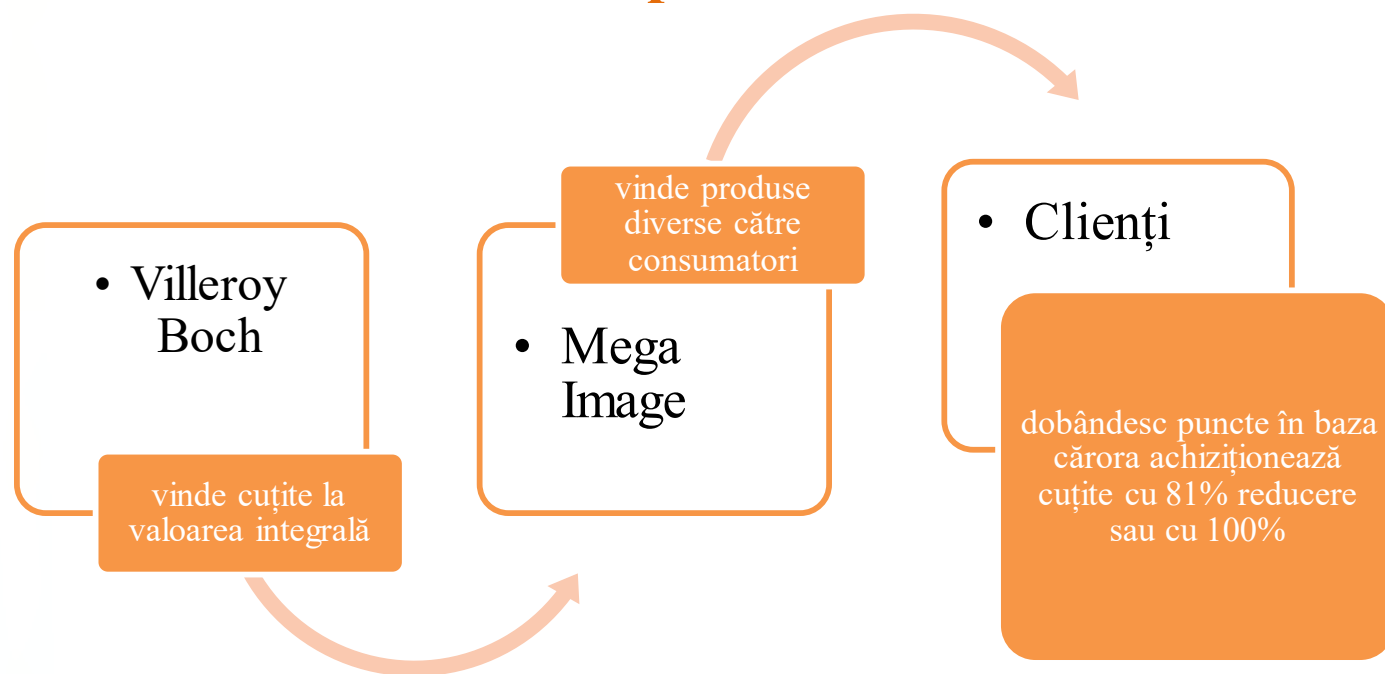
Acordă reduceri • Restaurante



- există două evenimente impozabile?
- este aplicabilă vreo scutire?
- care este baza de impozitare?



## Valorificare vouchere – puncte de reducere



V&B vinde cuțite la valoarea integrală, Mega Image le dă cu reducere clienților și apoi solicită reducerea de la V&B

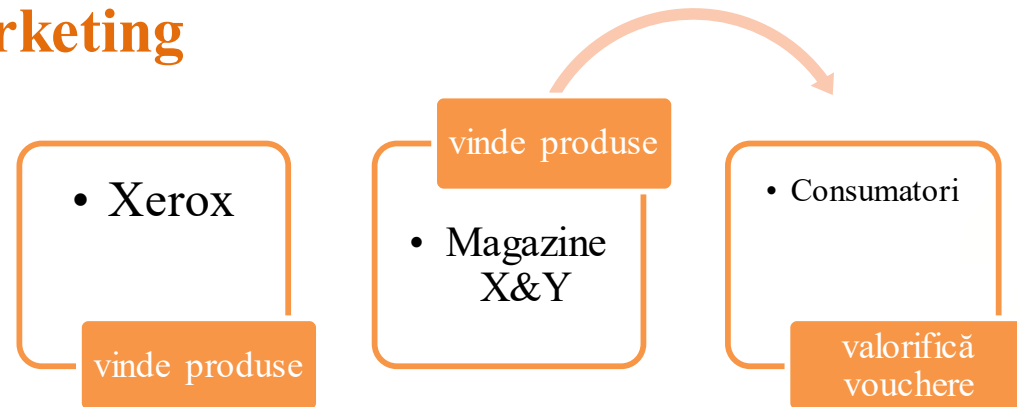
V&B vinde cuțite la valoare integrală, Mega Image le dă cu reducere clienților și suportă reducerea

reducerea se suportă proporțional de V&B și Mega Image

Cine suportă costurile de marketing ?



## Campanii promoționale în care gestiunea voucherelor este asigurată de o agenție de marketing



XEROX angajează o societate de marketing (PROMO Comp) să emită vouchere de reducere și să le administreze

Clienții care dobândesc vouchere se duc la magazinele Y să le valorifice (reduceri)

cine face livrarea produselor compensatoare și cine acordă reducerea pentru acestea?

câte evenimente impozabile avem și ce facturi se emit?

- XEROX emite o singură factură de reduceri către PROMO Comp, cu anexă
- PROMO Comp emite câte o factură de reducere pentru fiecare magazin X&Y



## Recapitulare tratament contabil – reduceri de preț

### Cheltuieli de marketing

- Mostre, produse de mică valoare
- Bunuri și servicii câștigate prin hazard (excursii)

### Cheltuieli privind mărfurile

- Vânzări de tipul 5+1 sau 6 la preț de 5

### Venituri în avans

- Programe de fidelizare - puncte cadou





# **Dobrinescu Dobrev.ro**

## **Taxe – Litigii - Consultanță**



**Intrarea Roma nr. 7, Sector 1, București**

**[luisiana@dobrinescudobrev.ro](mailto:luisiana@dobrinescudobrev.ro)**