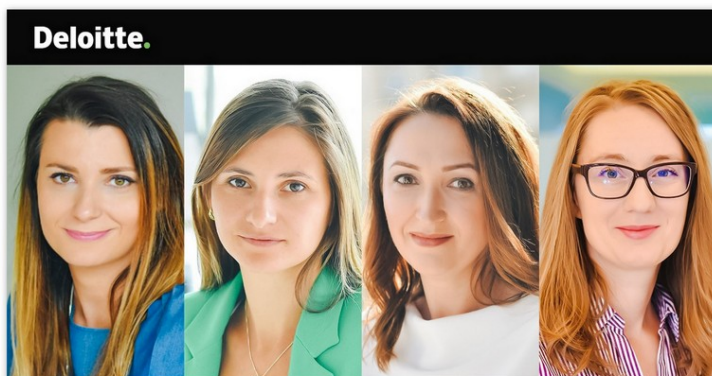


Documentarea relației dintre producător și retailer – o birocrație necesară?



Practicile comerciale dintre producătorii din domeniul agroalimentar și marile lanțuri de retail au fost reglementate, de-a lungul timpului, prin intermediul mai multor acte normative, cel mai recent fiind Legea nr. 81/2022 privind practicile comerciale neloiale dintre întreprinderi în cadrul lanțului de aprovizionare agricol și alimentar, care a revoluționat interacțiunea dintre cele două părți. Actul normativ s-a dovedit, însă, o supra-reglementare juridică, prin care legiuitorul român a limitat semnificativ libertatea de negociere a părților în ceea ce privește reducerile comerciale și financiare aplicate, precum și serviciile pe care marile lanțuri de retail le pot presta față de producători. Totodată, a creat noi obligații de documentare pentru entitățile vizate.

Conform legii, pentru a construi o relație contractuală pe baze corecte, companiile implicate trebuie să stabilească, în primul rând, care sunt cele mai importante limitări pe care Legea 81/2022 le aduce cu privire la libertatea de negociere a părților și cum trebuie să documenteze astfel încât să demonstreze că respectă aceste restricții. Din punct de vedere fiscal, acestea trebuie să se asigure că dețin documentația necesară pentru a susține tratamentul fiscal aplicabil în cazul reducerilor comerciale și al serviciilor prestate.

Legea 81, mai strictă decât legislația europeană

Urmarind implementarea unui mecanism de protecție a producătorilor vulnerabili, prin echilibrarea balanței puterii de negociere care înclina în favoarea marilor lanțuri de retail, autoritățile naționale au adoptat Legea nr. 81/2022. Deși scopul legii a fost transpunerea la nivel național a Directivei 633/2019 privind practicile comerciale neloiale (**Directiva UTP**), legiuitorul român a optat pentru o reglementare mai strictă față de cea europeană, introducând o serie de reguli care limitează libertatea de negociere a părților.

Deși impactul Legii 81 este mai ridicat în practică, sunt de menționat cel puțin două aspecte specifice industriei de retail care au suferit o serie de modificări: plafonarea costurilor pe care marile lanțuri de retail le pot factura producătorilor pentru prestarea serviciilor de publicitate și marketing, precum și instituirea interdicției sau plafonării anumitor reduceri comerciale sau financiare acordate de către producătorii retailerilor.

Reduceri de preț – ce este de reținut?

Daca anterior exista o libertate totala de negociere cu privire la reducerile acordate, Legea 81 impune limitari concrete. Anumite categorii de reduceri de preț, cum ar fi rabaturile (care se aplica pentru produsele cu defecte de calitate) sau reducerile financiare pentru plata facturii înainte de scadența, nu se mai pot acorda deloc. Discounturile (de tip *risturne* sau *remize*), care erau permise fara limitare înainte, sunt plafonate la 20% din cifra de afaceri pe care producatorul o realizeaza cu respectivul comerciant.

La acest capitol, legislația a fost clarificata și completata, pe alocuri, prin Hotărârea de Guvern nr. 198/2023 pentru aprobarea regulamentului privind procedura de înregistrare, investigare și soluționare a sesizărilor referitoare la practicile comerciale neloiale dintre întreprinderi în cadrul lanțului de aprovizionare agricol și alimentară. Astfel, în categoria formata din *remize* și *risturne* au fost incluse toate celelalte reduceri acordate de furnizor cumpărătorilor (spre exemplu, cele acordate temporar pentru stimularea vânzării unui produs, care, conform definițiilor contabile, nu intra în categoria *remizelor* sau *risturnelor*, dar, fiind o forma de discount, erau și anterior tratate ca făcând parte din aceasta categorie). Totodata, în momentul evaluării reducerilor aplicate, Consiliul Concurenței ia în considerare prevederile contractului în temeiul caruia furnizorul acorda reducerea în cauza, dar și prețul de vânzare negociat individual între furnizor și fiecare cumpărător (decă se dorește ca prețul de achiziție să se stabilească în baza unei negocieri individuale pentru fiecare cumpărător, astfel ca lista de prețuri generala a producătorului rămâne relevantă în analiza doar în măsura în care aceasta este anexata contractului ca preț de pornire). În plus, regulamentul prevede *raportarea valorii facturate (pe scurt, cifra de afaceri) la fiecare factura individuala emisa*, ceea ce exclude posibilitatea compensării reducerilor acordate pe o perioada mai lunga de timp.

Serviciile prestate de comercianți catre producatori – ce modificari au intervenit de-a lungul timpului

Autoritățile din România au început să ia măsuri cu privire la serviciile pe care marile lanțuri de retail le pot factura producătorilor din 2016. Dacă într-o prima etapă au vizat industria alimentară, prin Legea 81, sfera de aplicare s-a extins la întregul lanț agroalimentar. Astfel, în 2016 s-a interzis total facturarea unor servicii către producători, dar în 2020 interdicția a fost limitată la „taxe și servicii, altele decât cele legate de actul comercial”. În aprilie 2022, prin Legea 81, autoritățile au clarificat ce servicii sunt legate de actul comercial (respectiv cele legate de vânzarea produselor), iar în cazul serviciilor de publicitate și marketing, au limitat valoarea care poate fi facturată la 5% din cifra de afaceri pe care producătorul o realizează cu respectivul comerciant (limita care include și reducerile promoționale acordate de producător lanțului de retail pentru a fi transferate consumatorilor).

Servicii vs. reduceri de preț – când apare riscul fiscal?

Așadar, Legea 81 reprezintă trecerea la o nouă paradigmă, în care listele de prețuri unice își pierd valoarea acordată în trecut, urmărindu-se mai mult negocieri individuale (spre exemplu, în cazul reducerilor comerciale, pentru a verifica plafonul de 20%, Consiliul Concurenței raportează prețul final de vânzare la valoarea negociată contractual). În plus, modificările aduse de lege trebuie reflectate în contractele dintre părți (inclusiv contractele în derulare au avut ca data de actualizare sfârșitul anului 2022). Dar, până la documentarea contractuală, părțile trebuie să agreeze modalitatea în care vor continua raporturile comerciale.

Dat fiind ca listele de prețuri unice își pierd valoarea, producătorii trebuie să regândească modalitatea de colaborare cu fiecare lanț de retail, mai ales cei care se afla într-o poziție dominantă (dețin o cota de piață de peste 40%), deoarece acest statut nu le ofera posibilitatea aplicării unor condiții comerciale diferite față de partenerii contractuali care se afla în situații similare.

Toate aceste schimbări juridice între tipurile de tranzacții permise în relația producător-retailer pot atrage și riscuri fiscale, având în vedere că tratamentul contabil și fiscal pentru servicii facturate și reduceri de preț nu este foarte clar definit. Din acest considerent, după stabilirea modalității de colaborare, părțile trebuie să documenteze procesul de negociere (contracte și anexe comerciale, corespondențe sau alte tipuri de acorduri comerciale prin care sunt agreeate reducerile de preț acordate). Lipsa unei documentații temeinice, care să asigure trasabilitatea

reducerilor de preț sau să justifice prestarea efectivă a serviciilor primite, poate conduce foarte ușor la o reclasificare și ajustare a bazei impozabile și, implicit, la impunerea unor obligații fiscale suplimentare.

Pentru a preveni astfel de situații, reducerile de preț trebuie incluse în politicile comerciale, mai ales în cazul producătorilor care au o poziție dominantă. În plus, trebuie identificate criteriile obiective de acordare și condițiile concrete de evaluare, iar ulterior să fie reflectate în contabilitate discounturile acordate pe parcursul anului astfel încât părțile să se asigure că pragul de 20% este respectat. Astfel, pentru a putea susține o diminuare a bazei impozabile, contribuabilii sunt obligați să pregătească și să prezinte, în cadrul unui eventual control fiscal, toate documentele pe care le consideră necesare pentru înțelegerea situației comerciale.

În cazul serviciilor prestate de comerciant către producător, deși regula generală de deductibilitate este acum mai permisivă și limitările cu privire la cheltuielile cu serviciile au fost nuanțate, în practică, abordarea inspectorilor fiscali a rămas aceeași. Astfel, aceștia continuă să solicite dovezi suplimentare prin care contribuabilul să justifice atât prestarea efectivă, cât și beneficiul economic adus de respectivul serviciu, pentru că, în caz contrar, deductibilitatea cheltuielii este refuzată de cele mai multe ori.

Concret, în funcție de tipul de serviciu facturat, este important ca beneficiarul să solicite și să păstreze documentele suport. Spre exemplu, dacă vorbim de servicii de marketing și promovare, ar trebui avute în vedere broșurile comerciantului în care au fost listate produsele, corespondența prin care s-au agreat anumite campanii promoționale sau agenda evenimentelor desfășurate în incinta comerciantului. Pentru servicii logistice sau de paletizare, ar trebui să existe documente de evidență privind cantitatea de marfă manipulată, forma în care aceasta a fost plasată, capturi din sistemele logistice, dar și alte documente prin care să poată fi demonstrată prestarea și necesitatea serviciului respectiv.

Așadar, documentarea relației dintre părți trebuie realizată cu mare atenție, pentru conformarea la legislația în vigoare și aplicarea tratamentului fiscal corect și optim pentru dezvoltarea afacerilor.