



MINISTERUL FINANTELOR

Agenția Națională de Administrare Fiscală

Direcția generală antifraudă fiscală



## REFERAT

Privind proiectul de Ordin al Președintelui Agenției Naționale de Administrare Fiscală privind declararea serviciilor de trimitere contra ramburs efectuate de către furnizorii de servicii poștale pe teritoriul național și pentru aprobarea modelului, conținutului, modalităților de depunere pentru declarația informativă privind trimerile poștale contra ramburs efectuate de către furnizorii de servicii poștale pe teritoriul național

ANAF asigură colectarea veniturilor bugetului de stat, aplicarea unitară a prevederilor legislației privind impozitele, taxele, contribuțiile sociale și alte venituri bugetare în domeniul său de activitate, exercitarea prerogativelor stabilite prin lege prin aplicarea unui tratament echitabil tuturor contribuabililor.

Strategia Agenției Naționale de Administrare Fiscală pentru perioada 2021-2024 are la bază viziunea ANAF, care constă în transformarea instituției într-o administrație fiscală inovatoare și eficientă, capabilă să răspundă provocărilor mediului extern, să ofere servicii noi și adaptate diferitelor categorii de contribuabili facilitând în acest mod conformarea fiscală voluntară.

Obiectivele strategice asumate de ANAF sunt:

1. Îmbunătățirea serviciilor oferite: Dezvoltarea unei relații de parteneriat cu contribuabilii în cadrul serviciilor prestate;
2. Soluții digitale integrate: Transformarea digitală a ANAF prin adoptarea de soluții digitale integrate, care utilizează în mod optim datele și informațiile disponibile.
3. Prevenirea și combaterea evaziunii fiscale: ANAF - o organizație ce vine în sprijinul conformării contribuabililor și al menținerii unui mediu economic echitabil.
4. Eficiență și transparență: Transformarea ANAF într-o instituție solidă, modernă, credibilă și eficientă

Reformarea Agenției prin digitalizare este o componentă esențială a unui exercițiu strategic modern, iar aceasta trebuie dublată de o a doua componentă de maximă importanță - managementul eficient al resurselor umane.

Transformarea digitală a ANAF este necesară pentru a furniza capacitatea optimă de răspuns la provocările informaționale actuale și viitoare. În acest sens, sunt avute în vedere mai multe elemente definitorii:

- oferirea unei experiențe pozitive din perspectiva accesării serviciilor digitale de către contribuabili;
- utilizarea digitalizării ca abordare pentru toate domeniile administrației fiscale;

Adresa: București, P-ța Presei Libere nr. 1,  
corp C3, et.3-4, sect. 1  
Tel/fax:021/3270629/0213270601  
Email: [antifrauda.generala@anaf.ro](mailto:antifrauda.generala@anaf.ro)  
[www.antifrauda.ro](http://www.antifrauda.ro)

- furnizarea capacității adecvate de susținere a dezvoltării continue a serviciilor digitale;
- asigurarea cadrului tehnologic necesar tranziției către o administrație digitală.

Totodată unul din sub-obiectivele cele mai importante constă în edificarea bazelor de date prin culegerea și procesarea de informații disponibile pe platformele on-line în vederea identificării de comportamente fiscale neconforme și adaptarea măsurilor corespunzătoare.

Comerțul electronic reprezintă acea activitate de cumpărare/vânzare prin intermediul transmiterii de date la distanță, activitate specifică politicii expansive a marketingului companiilor comerciale. În România comerțul electronic a apărut la sfârșitul anului 1999 cunoscând o creștere semnificativă în ultimii ani, mai ales ca rezultat al pandemiei cauzate de COVID, ajungând în prezent în faza de maturitate.

În prezent, în România se observă că majoritatea firmelor manifestă un interes deosebit în ceea ce privește crearea și înființarea magazinelor virtuale. Firmele au înțeles că un magazin virtual este soluția ideală pentru maximizarea vânzărilor și a calității serviciilor lor. Dorința firmelor de a deține un magazin virtual a fost facilitată ca urmare a extinderii infrastructurii de comunicații, scăderii prețului de acces la Internet, creșterii numărului de posesori de calculatoare și scăderea neîncrederii în comerțul electronic.

Fiind un domeniu nou și în expansiune continuă, comerțul electronic a devenit extrem de atractiv pentru toate categoriile de agenți economici. De asemenea, cadrul legal specific pentru acest domeniu este foarte puțin reglementat și astfel s-a constatat că există un procent semnificativ de operatori economici care activează în mediul online și care nu-și îndeplinesc obligațiile legale. Aceste obligații se referă atât la înregistrarea și autorizarea activității, cât și la declararea veniturilor obținute, respectiv achitarea taxelor și impozitelor datorate.

Conform datelor statistice disponibile, comunicate de ONRC, în 2019 erau înregistrate un număr de 19.988 entități cu cod CAEN principal 4791 - Comerț cu amănuntul prin intermediul caselor de comenzi sau prin Internet. Acest număr a crescut în 2020 la 24.415, iar la finalul 2021 erau la 29.808.

La acestea se mai adaugă, bineînțeles, și numeroase alte entități care au aceasta activitate ca una secundară.

Administrarea fiscală a activităților din sectorul comerțului electronic necesită o abordare diferită față de cea reglementată prin procedurile uzitate în mod curent, aspect ce rezultă din specificul acestui tip de comerț, respectiv:

- absența unei locații fizice pentru derularea tranzacțiilor, ceea ce face dificilă identificarea jurisdicției fiscale;
- controlarea de la distanță a domeniilor web;
- utilizarea unor metode de plată variate (ramburs, plăți online, criptomonede etc).

Principalele riscuri asociate ale comerțului electronic sunt:

- neînregistrarea fiscală și nedeclararea veniturilor;

- anonimitatea: comercianții pot construi un site sau un cont pe o platformă de vânzări fără să fie obligați să furnizeze foarte multe informații despre ei înșiși;
- avantaje concurențiale incorecte;
- vânzarea de produse ilegale/contrafăcute și/sau introducerea în circuitul comercial a unor produse care nu au proveniență legală (nu există documente justificative sau există documente care nu atestă proveniența reală);

Un specific al activității de comerț online din România este acela că majoritatea cetățenilor care efectuează achiziții online încă preferă ca mijloc de plată sistemul ramburs cu numerar. Mai mult decât atât, comercianții online, în special cei din zona gri, preferă remiterea rambursurilor încasate de operatorii de servicii de curierat de la clienții finali tot cu numerar.

Astfel, întrucât operatorii de servicii de curierat reprezintă un intermediar între clientul final și operatorul magazinului online, aceștia colectează și pot furniza informații esențiale pentru ANAF în vederea identificării beneficiarilor reali ai încasărilor aferente tranzacțiilor online.

Prin OUG 67/2022 privind unele măsuri fiscale, precum și pentru modificarea și completarea art. 59 din Legea nr. 207/2015 privind Codul de procedură fiscală, s-a introdus obligația furnizorilor de servicii poștale de trimitere contra ramburs de a furniza lunar organului fiscal central informații referitoare la trimiterile poștale care au ca particularitate achitarea de către destinatar expeditorului, prin intermediul rețelei poștale, a contravalorii bunului care face obiectul trimiterii poștale înregistrate.

Legea 207/2015 privind Codul de procedură Fiscală  
Art. 59

(2<sup>1</sup>) În scopul asigurării conformării fiscale, furnizorul de servicii poștale de trimitere contra ramburs este obligat, sub rezerva respectării inviolabilității secretului corespondenței, să furnizeze lunar organului fiscal central informații referitoare la trimiterile poștale care au ca particularitate achitarea de către destinatar expeditorului, prin intermediul rețelei poștale, a contravalorii bunului care face obiectul trimiterii poștale înregistrate.

(2<sup>2</sup>) Informațiile referitoare la trimiterile poștale se referă la:

a) numărul de înregistrare și data trimiterii poștale;

b) datele de identificare a expeditorului;

c) numele și prenumele în cazul persoanelor fizice și denumirea în cazul persoanelor juridice destinate;

d) adresele de expediție, respectiv livrare;

e) contravaloarea bunului livrat.

(2<sup>3</sup>) Perioada de stocare a datelor prevăzute la alin. (2<sup>2</sup>) este de 5 ani, calculată de la data primirii de către organul fiscal central, urmând ca datele să fie șterse automat după împlinirea acestui termen.

(2<sup>4</sup>) Furnizorul de servicii poștale informează persoanele ale căror date cu caracter personal sunt prelucrate privind transmiterea acestora către organul fiscal central.

(2<sup>5</sup>) Persoanele ale căror date cu caracter personal sunt prelucrate potrivit alin. (2<sup>1</sup>) beneficiază de toate drepturile prevăzute de Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 aprilie 2016 privind

protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Directivei 95/46/CE (Regulamentul general privind protecția datelor).

În considerarea celor prezentate anterior, propunem avizarea proiectului de ordin care cuprinde modelul, conținutul, modalitățile de depunere pentru declarația informativă privind declararea serviciilor de trimitere contra ramburs efectuate de către furnizorii de servicii poștale pe teritoriul național și pentru aprobarea modelului, conținutului, modalităților de depunere pentru declarația informativă privind trimiterile poștale contra ramburs efectuate de către furnizorii de servicii poștale pe teritoriul național.