

Conformarea prin colaborare, o soluție pentru întărirea colectării

„Încurajarea conformării și digitalizarea ar putea fi răspunsul la demersurile administrației fiscale de a obține cu adevărat rezultate. Cel puțin aceasta pare să fie concluzia dacă ne uităm la încasările realizate în urma măsurilor de amnistie sau la bonificațiile acordate pentru stimularea plății”, este de părere Andra Cașu, Partener Asociat EY, Lider al Departamentului de Business Tax Advisory. Concluzia este susținută și de cifre. Astfel, un studiu recent realizat de EY România vorbește despre un minim istoric de 8% la diferența dintre procentul de conformare la declarare și cel de conformare la plată în 2019, anul unei amnistii. Prin digitalizare, Fiscul speră să scadă deficitul fiscal la TVA cu 10% până în 2024 și să crească cu 2,5% ponderea veniturilor colectate, așa cum se arată în strategia publică a ANAF.

Administrațiile fiscale din întreaga lume se sprijină pe atitudinea proactivă a contribuabililor în raportarea și plata taxelor. „Așa cum este și cazul ANAF, vorbim mai ales de completarea de către contribuabili a declarațiilor fiscale. Însă, nu există măsuri clare care să asigure administrațiile că se va întâmpla ce își doresc – contribuabilii să își plătească la timp și de bunăvoie taxele, adică să se conformeze cerințelor legale voluntar”, afirmă Andra Cașu.

Liderul Departamentului de Business Tax Advisory al EY Romania este de părere că: „Pentru stimularea conformării, autoritățile fiscale pot apela, așa cum încurajează și Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE), la anumite metode experimentate în alte țări care pot contribui la întărirea colectării. OCDE menționează în multiple rânduri aspecte legate de educarea contribuabililor și o bună comunicare a măsurilor, de servicii eficiente pentru plătitori, toate dublate de o bună cunoaștere a comportamentului contribuabilului și a motivelor care stau la baza deciziilor acestuia. Se vorbește astfel despre noțiunea de *behavioural insights* – sau, în traducere, informații directe despre comportamentul contribuabilului. Este probabil un nou început de avut în vedere și în România privind psihologia contribuabilului.”

Această abordare a funcționat cu succes în țări precum: Marea Britanie, Franța, Chile, Norvegia. Astfel, potrivit materialului remis redacției de EY România, fiscul britanic (HMRC) a creat un program de educare a plătitorilor de taxe, prin intermediul unor animații distribuite pe social-media, care prezintă modele de formulare completate, însoțite de explicarea rubricilor și de modul în care ar trebui să se răspundă întrebărilor din formularul de declarare a veniturilor, în cazul în care, de pildă, își schimbă locuința.

Fiscul francez, în schimb, a colaborat cu Ministerul Economiei și cu cel de Finanțe în crearea unei platforme în care explică modul în care sunt folosite taxele plătite de contribuabili. Pagina poate fi accesată din contul oricărui plătitor de impozite. Contribuabilii mai au la dispoziție și un simulator, pe care își pot calcula cu aproximație sumele de plată. Dincolo de spațiul european, de exemplu, Servicio de Impuestos Internos din Chile promovează completarea formularelor de impozitare prin intermediul și cu susținerea asociațiilor de oameni de afaceri.

În opinia Liderului Departamentului de Business Tax Advisory al EY Romania, pentru o mai bună conformare, administrațiile fiscale din România ar putea să utilizeze noi modalități de interacțiune cu contribuabilii, o abordare comportamentală sau „conformarea prin colaborare”. Un bun exemplu în acest sens este cel al Norvegiei, care, apelând la metoda comportamentală, și-a crescut cu 25% nivelul raportării.

Andra Cașu este de părere însă că metodele aplicate trebuie adaptate la specificul poporului român, cu deschidere spre o comunicare cât mai caldă prin care să simtă că autorităților „le pasă”, iar adoptarea copy/paste a metodei norvegiene nu va garanta o funcționare 100%. „Ar fi util ca autoritățile să identifice și să utilizeze stimulii comportamentali cei mai eficienți, eventual, folosind studiile psihologice existente, desfășurate de diverse instituții de marketing, din care să fie selectate informațiile utile pentru adaptarea comunicării pe filonul fiscal”, apreciază specialistul EY Romania.

Un argument în plus vine dinspre Albion: ceea ce a observat autoritatea fiscală britanică că funcționează, după ce a aplicat metoda comportamentală contribuabililor, a fost că oamenii reacționează la mesaje care le ating mândria, sentimentele de apartenență. HMRC a derulat o amplă campanie – telefoane, mesaje, emailuri, scrisori, care aveau un singur mesaj – „9 din 10 contribuabili din localitatea dvs. își plătesc taxele la timp”. Norma socială a funcționat, dovadă fiind creșterea încasărilor de la 67,5% la 83%.

„Crearea contului de plătitor și plata cât mai facilă a taxelor, de pe orice dispozitiv, reprezintă, de asemenea, un exemplu de bună practică. Pentru a se asigura că plățile au loc în cel mai eficient mod, administrațiile fiscale ar trebui să extindă metodele de plată electronice disponibile contribuabililor. De exemplu, în unele state membre OCDE este posibil să se plătească mai multe taxe și prin intermediul unei aplicații pentru smartphone-uri”, se arată în materialul de opinie citat.

Potrivit Liderului Departamentului de Business Tax Advisory al EY Romania, valoarea taxei datorate ar trebui să fie corectă de la început, pentru a evita situația în care contribuabilii să fie nevoiți să ceară și să aștepte rambursarea, iar în cazul rambursărilor, administrațiile fiscale trebuie să fie pregătite să le gestioneze cât mai repede, pentru a evita să-i pună pe contribuabili să aștepte mult și să sufere probleme cu fluxurile de numerar. „În acest fel, pe principiul românesc care spune: *bine faci, bine găsești*, o disciplină constantă pe care o va impune comportamentul autorităților fiscale române se va reflecta, în timp, și asupra disciplinei contribuabililor, care, gradual, vor înțelege că etapele încasărilor și rambursărilor bugetare sunt un perpetuum mobile, cu interes dual”, este de părere Andra Cașu.

Declarațiile recente ale președintelui ANAF, Mirela Călugăreanu, privind digitalizarea instituției și îmbunătățirea serviciilor puse la dispoziția cetățeanului, dintre care implementarea proiectului SAF-T, deja demarată, arată pași pe un drum care ar putea duce la întărirea colectării. SAF-T împreună cu conectarea caselor de marcat și cu e-factura ar putea oferi statului date în timp real și ar contribui cu adevărat la reducerea evaziunii și întărirea colectării.

Totuși, se apreciază că nu trebuie neglijate nici componenta comportamentală (cea mai importantă, după cum se vede), nici cea educațională (și contribuabilul român are nevoie să știe în termeni cât mai clari ce are de făcut, unde și cum poate să plătească) și nici cea legată de servicii (să poată plăti cât mai ușor). „Dacă vom găsi pârghiile comportamentale corecte la care să răspundă – poate până la urmă tot facilități fiscale sau bonificații, o legislație mai modernă și simplificată, care să ușureze declararea și plata, vom vedea acea colectare optimizată, cum au reușit și țările luate acum drept model”, concluzionează Partenerul Asociat EY. **(C.Ș.)**