

Către: **Consiliul municipal Chișinău**

**Ref.: Taxa pentru suprafața de publicitate în mun. Chișinău**

**Stimați Domni, Stimate Doamne,**

Asociația Businessului European (EBA Moldova) Vă adresează cele mai înalte considerațiuni și exprimă recunoștința sa pentru cooperarea eficientă în condițiile evoluției situației epidemiologice determinată de răspândirea virusului de tip nou Covid – 19 la nivel național și internațional.

În acest context, luând în considerare deficiențele întâmpinate de către sectorul privat privind desfășurarea limitată a activităților sale economice ca urmare a instituirii stării de urgență în Republica Moldova, solicităm respectuos revizuirea tarifelor maxime aplicate pentru suprafața de publicitate în municipiul Chișinău, cu reducerea acestora până la 350 MDL m<sup>2</sup>.

Propunerea dată rezultă din scăderea cererii pentru serviciile de publicitate, suspendarea masivă a contractelor curente și necesitatea păstrării locurilor de muncă cu achitarea salariilor. În aceeași ordine de idei, transmitem în anexă *Analiza Impactului Economic al taxei pentru suprafața de publicitate în mun. Chișinău*, care a stat la baza propunerii de reducere a taxei.

*Anexă: Analiza Impactului Economic – 39 file.*

*Cu deosebit respect,*

**Mariana RUFA,**  
Director Executiv  
Asociația Businessului European

# **ANALIZA IMPACTULUI ECONOMIC**

## **AL TAXEI PENTRU SUPRAFAȚA DE PUBLICITATE ÎN MUN.CHIȘINĂU**

**Elaborat: Financial Consultants & Legal Advisers Brodsky Uskov Looper Reed&Partners  
la solicitarea ASOCIAȚIEI AGENȚIILOR DE PUBLICITATE**

# ELABORAT DE:

FINANCIAL CONSULTANTS&LEGAL ADVISERS BRODSKY USKOV LOOPER REED&PARTNERS

LA SOLICITAREA ASOCIAȚIEI AGENȚIILOR DE PUBLICITATE

ÎN COLABORARE/CONSULTARE CU

- ASOCIAȚIA AGENȚIILOR DE PUBLICITATE

- BNK-CONSULTING

- CAMERA DE COMERȚ ȘI INDUSTRIE  
MOLDOVA-CHINA

- EBS - INTEGRATOR

## RESURSE & REFERINȚE

- <http://rocs.hu-berlin.de>
- <http://epidemicforecasting.org>
- <https://covid19.healthdata.org>
- <https://nestarenie.ru/koronsvirus>
- <https://analytics.google.com>
- <https://inosmi.ru/economic>
- <http://www.aapm.md>
- <http://www.contabilitate.md>
- <https://monitorul.fisc.md>

- <https://www.tnsglobal.com>
- <http://eba.md>
- <https://www.legis.md>
- <https://competition.md>
- <https://www.infodebit.md>
- <http://www.yellowpages.md>
- <http://ksr.sovetrek lama.org>



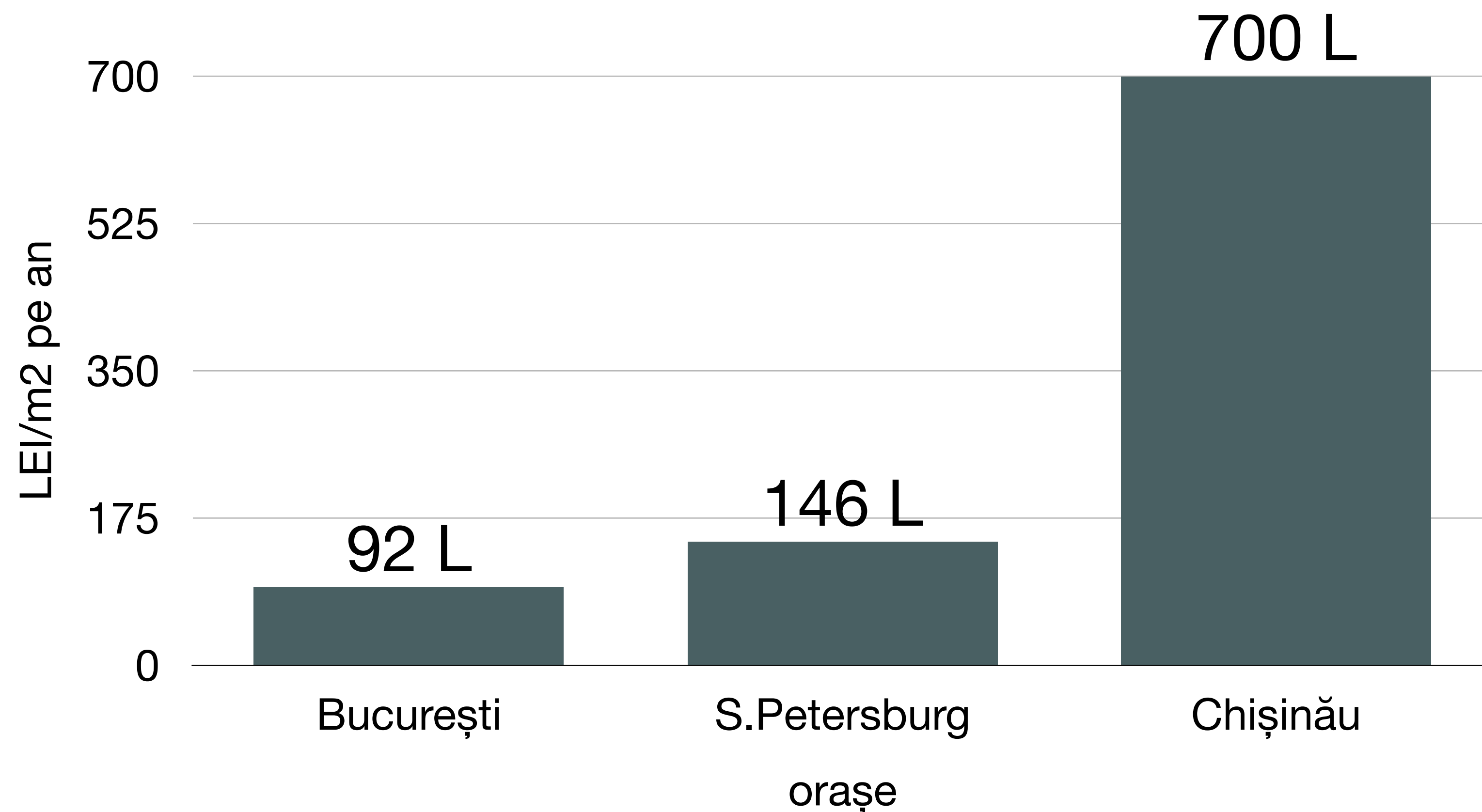
*Capitolul I*

# **ANALIZA ECONOMICĂ**

## **A TAXEI PENTRU SUPRAFAȚA DE PUBLICITATE**

# TAXA PENTRU SUPRAFAȚA DE PUBLICITATE

**mun.Chișinău în comparație cu mun.București și or.Sankt Petersburg**



## NOTĂ:

Taxa pentru suprafața de publicitate în mun. Chișinău este cea mai mare din zona europeii de est!

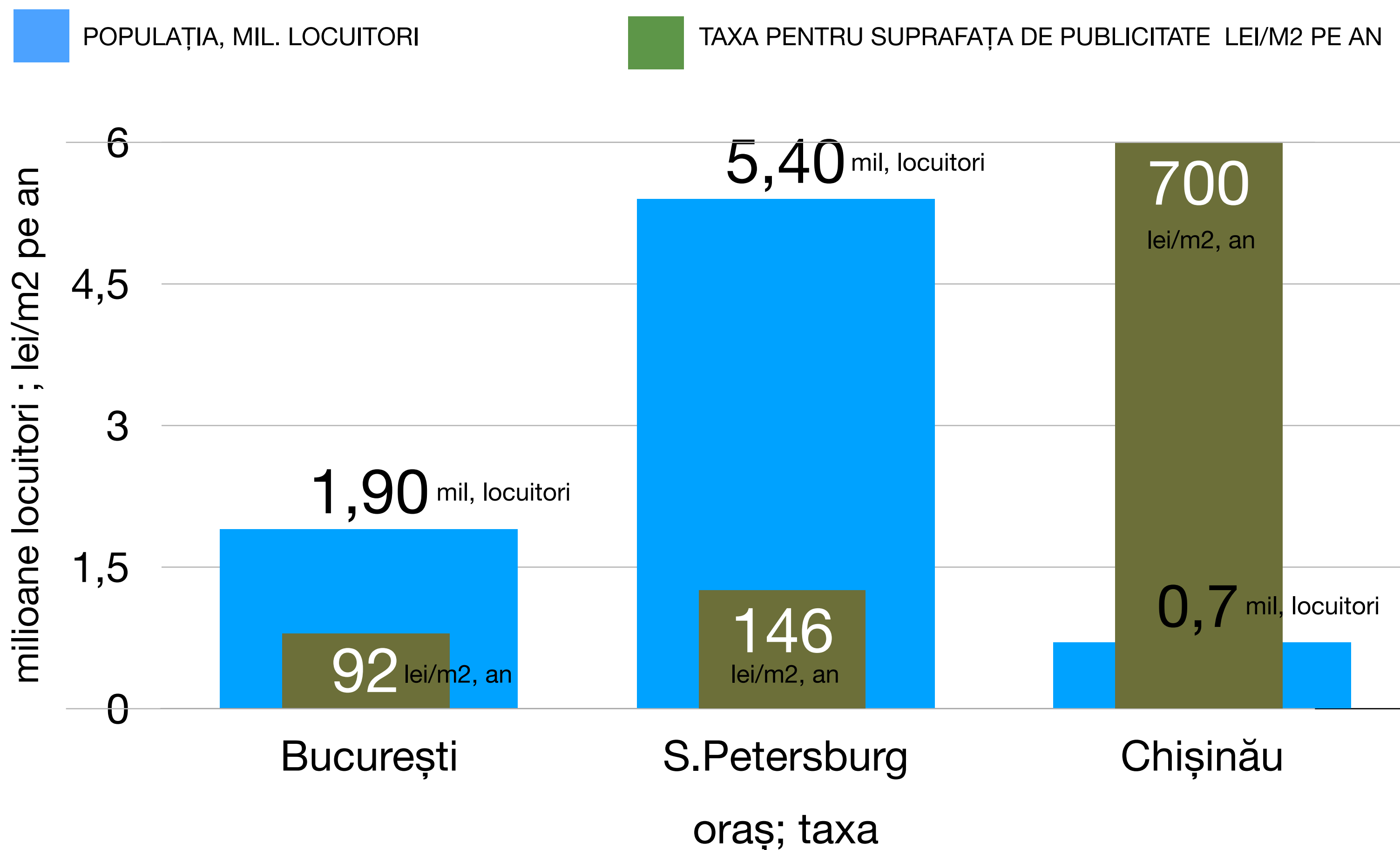
București = 23 RON/m2 ( 92 MDL)

Sankt Petersburg = 729 RUB/m2 ( 146 MDL)

Chișinău = 700 lei/m2

# TAXA PENTRU SUPRAFAȚA DE PUBLICITATE RAPORTATĂ LA NR. DE LOCUITORI

**mun.Chișinău în comparație cu mun.București și or.Sankt Petersburg**



## NOTĂ:

Taxa pentru suprafața de publicitate în mun. Chișinău este cea mai mare din zona europeii de est!

Raportată la nr. de contacte pe care le poate genera publicitatea exterioară pe raza unui oraș, rezultă că 1000 de Contacte generate de publicitatea OOH în Chișinău sunt cele mai scumpe în raport cu orașele de referință!

Acest fapt dezavantajează publicitatea exterioară, pentru că bugetele internaționale își calculează proporționalitatea investițiilor reeșind din nr. contactelor posibile raportate la prețul lor!



# GREUTATEA TAXEI PENTRU SUPRAFAȚA DE PUBLICITATE ÎN RAPORT CU PREȚUL LA PÎINE

mun.Chișinău în comparație cu mun.București și or.Sankt Petersburg



4,5 MDL

În Chișinău pentru 700 lei poți  
cumpăra 155 pîini



11,69 PYB

2,8 MDL

În Sankt Petersburg pentru 146 lei  
poți cumpăra 52 pîini



2,65 RON

10,55

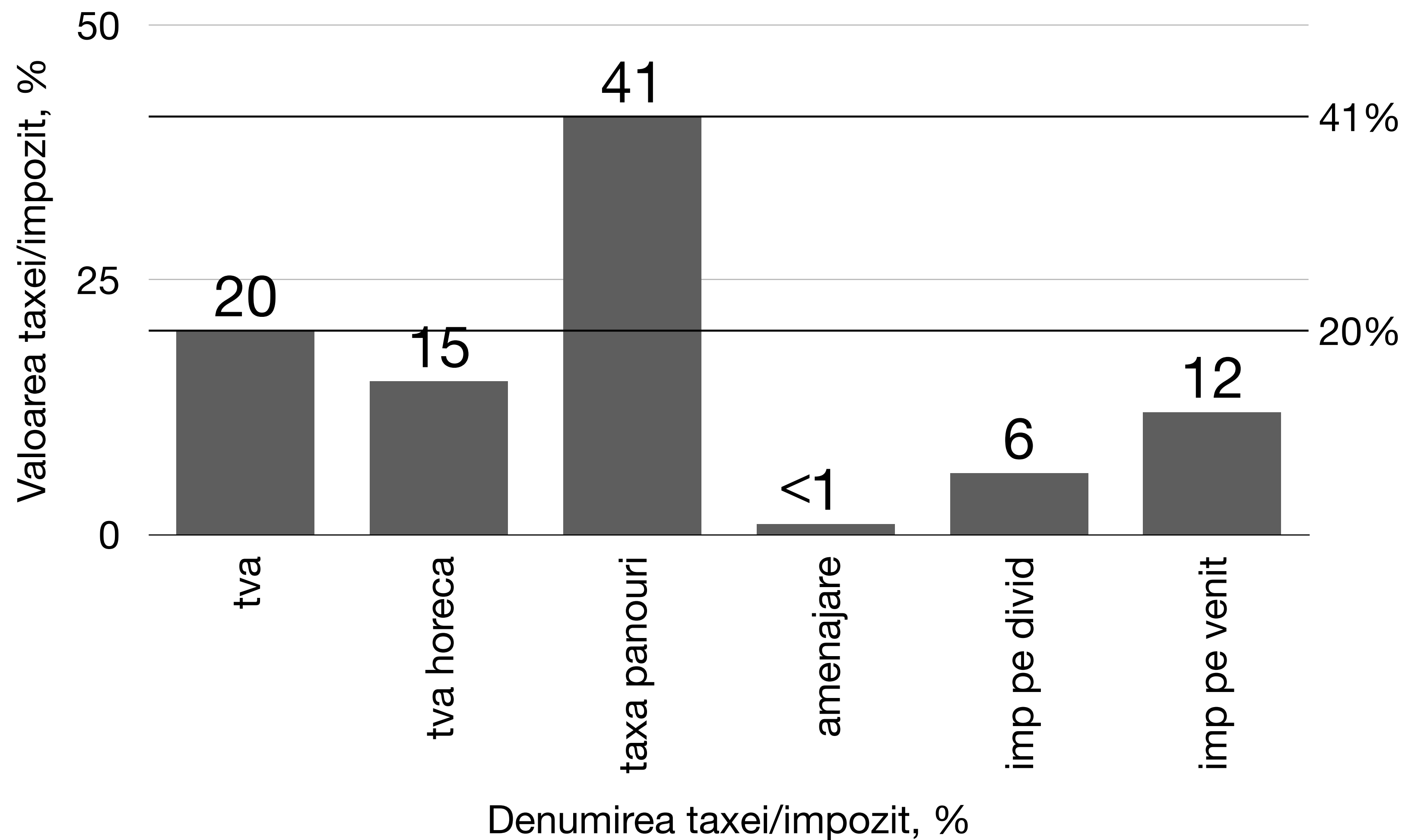
În București pentru 92 lei poți  
cumpăra 9 pîini

## NOTĂ:

Taxa pentru suprafața de  
publicitate în mun. Chișinău  
raportată la prețul unui produs  
de referință, precum pîinea.

În mun.Chișinău greutatea taxei  
este triplă față de greutatea  
taxei în S.Petersburg și de 17 ori  
mai grea decît în mun.București!

## TAXA PENTRU SUPRAFAȚA DE PUBLICITATE ÎN RAPORT CU ALTE TAXE ȘI IMPOZITE RAPORTATE LA VENITURI, DATELE ANULUI 2019



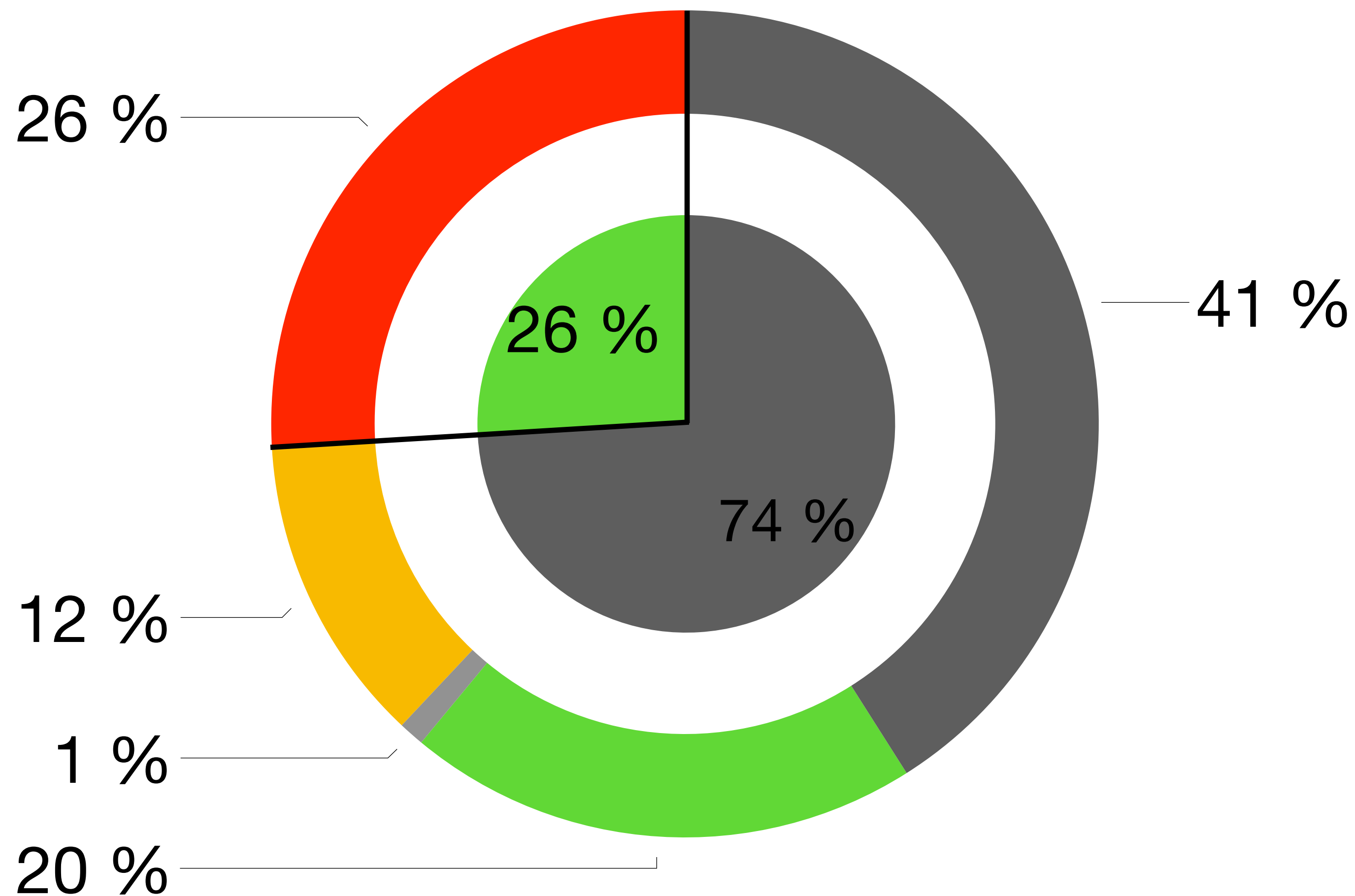
### NOTĂ:

Taxa pentru suprafața de publicitate este cel puțin de 2 ori mai mare decât orice altă taxă și impozit achitat de agenții economici din municipiul Chișinău.



## SUMA TAXELOR ȘI IMPOZITELOR ACHITATE DE ÎNTREPRINDERILE PRESTATOARE DE SERVICII DE PUBLICITATE EXTERIOARĂ, DATELE ANULUI 2019

- taxa pentru suprafața de publicitate 41 %,      ● tva 20%
- taxa pentru amenajare 1 %                      ● alte impozite 12%
- sold 26%

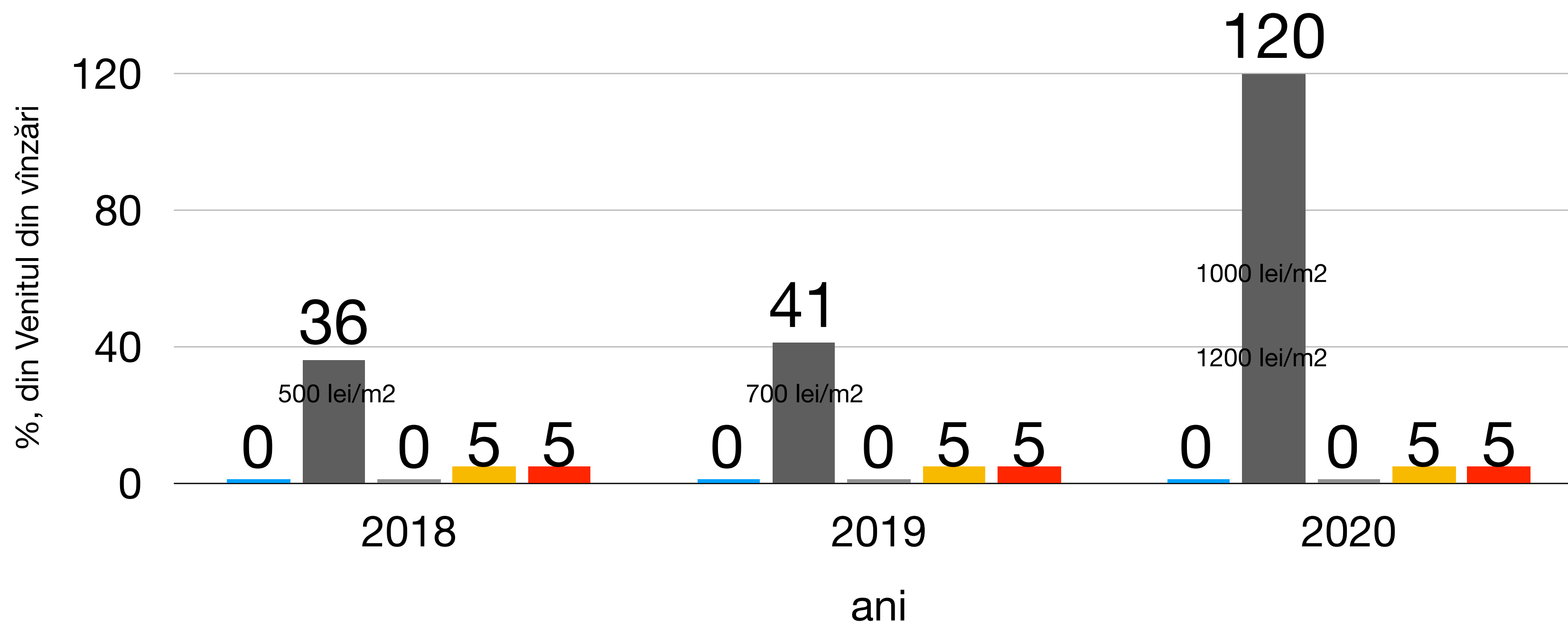


### NOTĂ:

Suma tuturor taxelor și impozitelor, achitate de un agent economic în mun.Chișinău din domeniul publicității exterioare, constituie 74% iar venitul constituie 26%, din care întreprinderea urmează să acopere Salariile, cheltuielile ce însoțesc activitatea, investițiile dar și să genereze profit!

**ANALIZA TAXELOR PENTRU DIFERITE TIPURI DE PUBLICITATE ȘI EVOLUȚIA PENTRU PERIOADA 2018 - PROGNOZA 2020, ESTIMATĂ ÎN COTĂ ( % ) FAȚĂ DE VOLUMUL PIEȚII ( VENITUL DIN VÎNZĂRI)**

- taxa locală pentru publicitate la TV 0%
- taxa locală pentru suprafața de publicitate 36%, 41%, 120%
- taxa locală pentru publicitate în internet 0%
- taxa locală pentru publicitatea în cinematografe 5%
- taxa locală pentru publicitate pe transport 5%

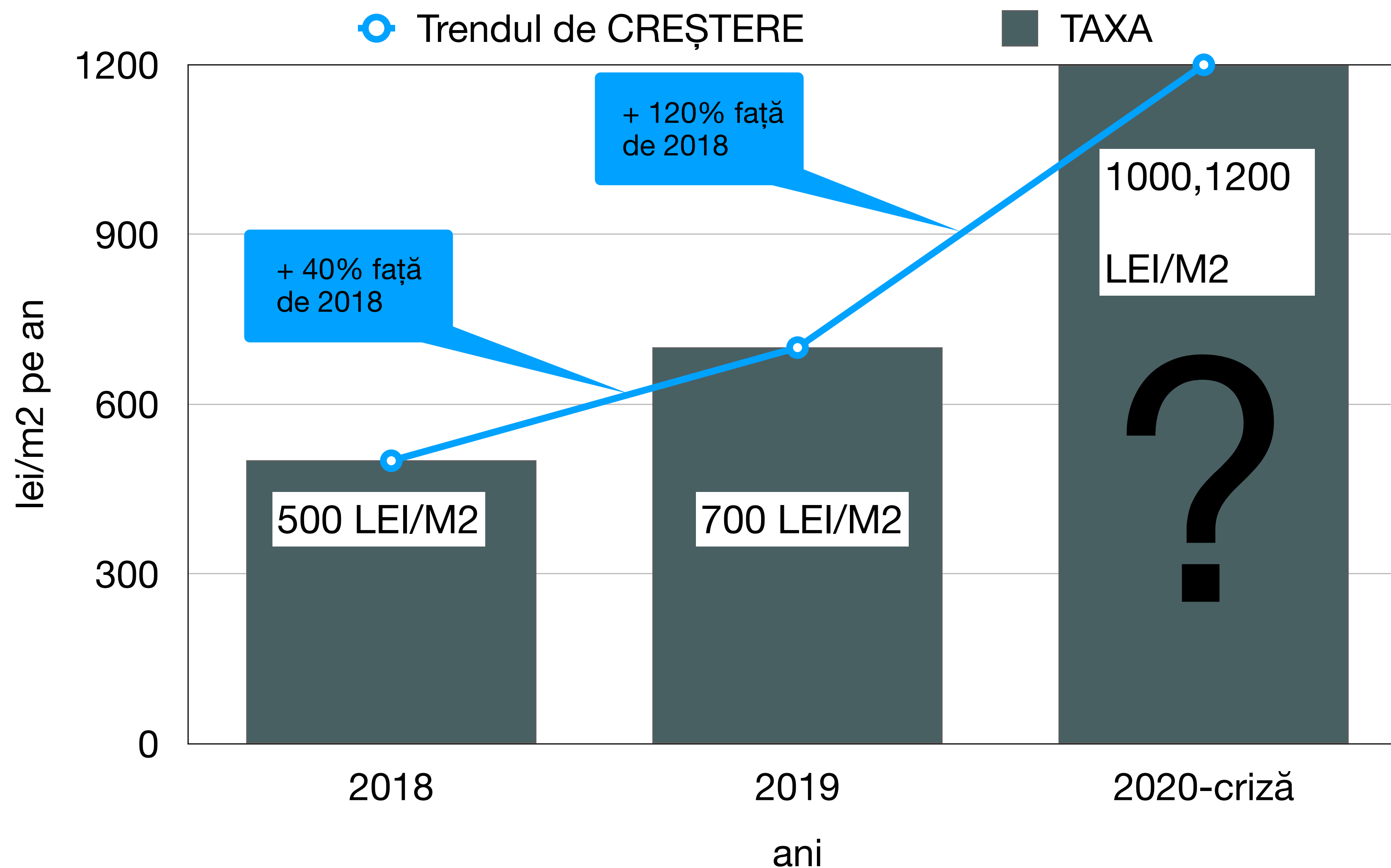


## NOTĂ:

Taxa pentru suprafața de publicitate este mai mare în raport cu alte taxe pentru alte tipuri de publicitate. Acest fapt crează un context de **concurență neloială!**

Publicitatea exterioară este în concurență cu alte tipuri de publicitate ( precum TV, RADIO, INTERNET ) care la rîndul său nu sunt supuse taxărilor suplimentare sau taxele lor sunt radical mai mici în raport cu taxa pentru suprafața de publicitate!

## EVOLUȚIA TAXEI PENTRU SUPRAFAȚA DE PUBLICITATE PENTRU ANII: 2018; 2019; PROGNOZA 2020



### NOTĂ:

Taxa pentru suprafața de publicitate a crescut cu pînă la 120% în perioada a 2 ani, generînd un context de piață absolut neprevizibilă

Taxa pentru 2020 a fost aprobată fără a calcula impactul asupra industriei. Rezultatul acesteia este unul fatal! Agenții economici sunt în proces de contestare a acesteia!



*Capitolul II*

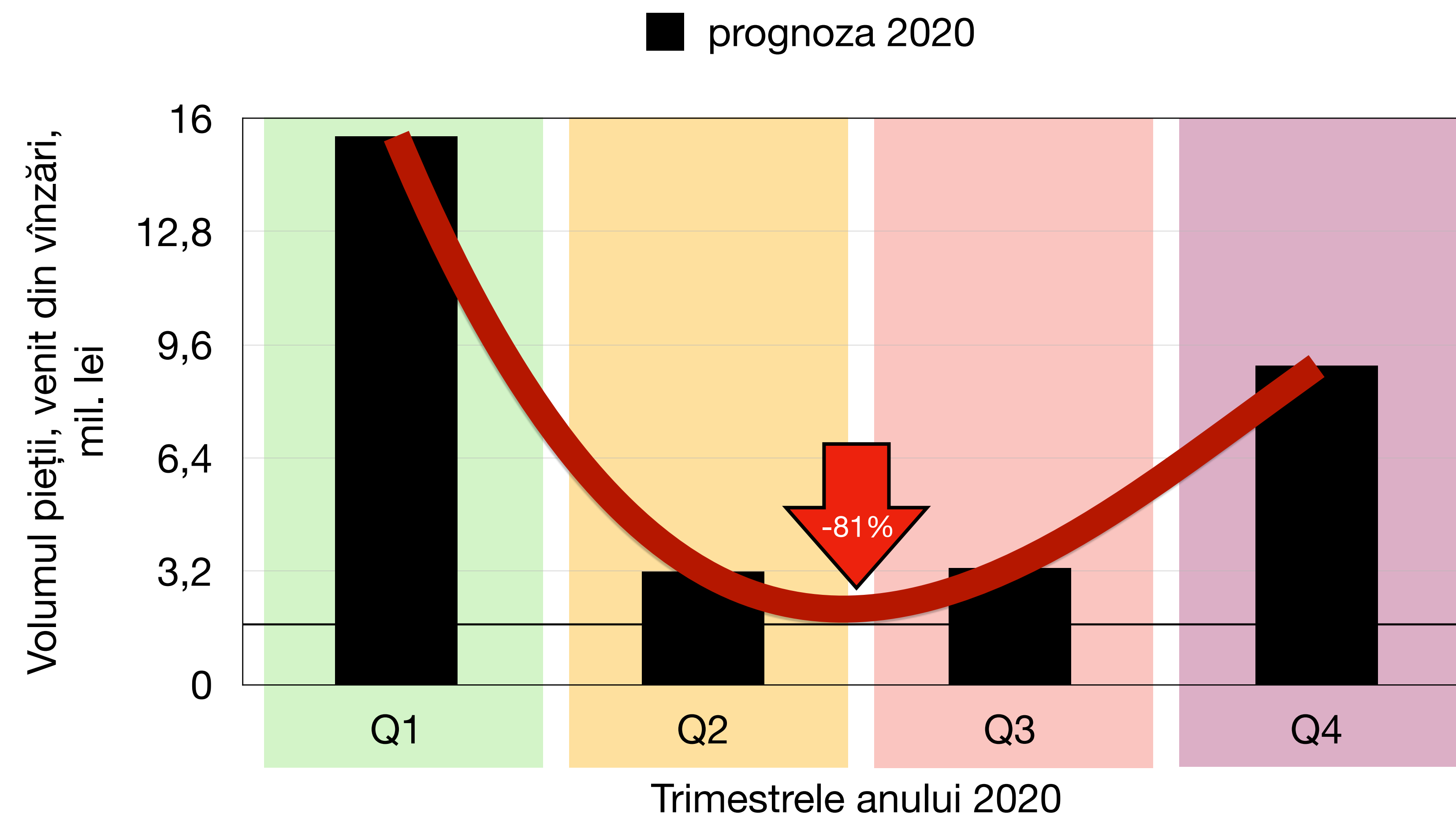
# **ANALIZA PIEȚII**

**VOLUMUL PIEȚII. COTA TAXEI RAPORTATĂ LA VOLUMUL PIEȚII.**

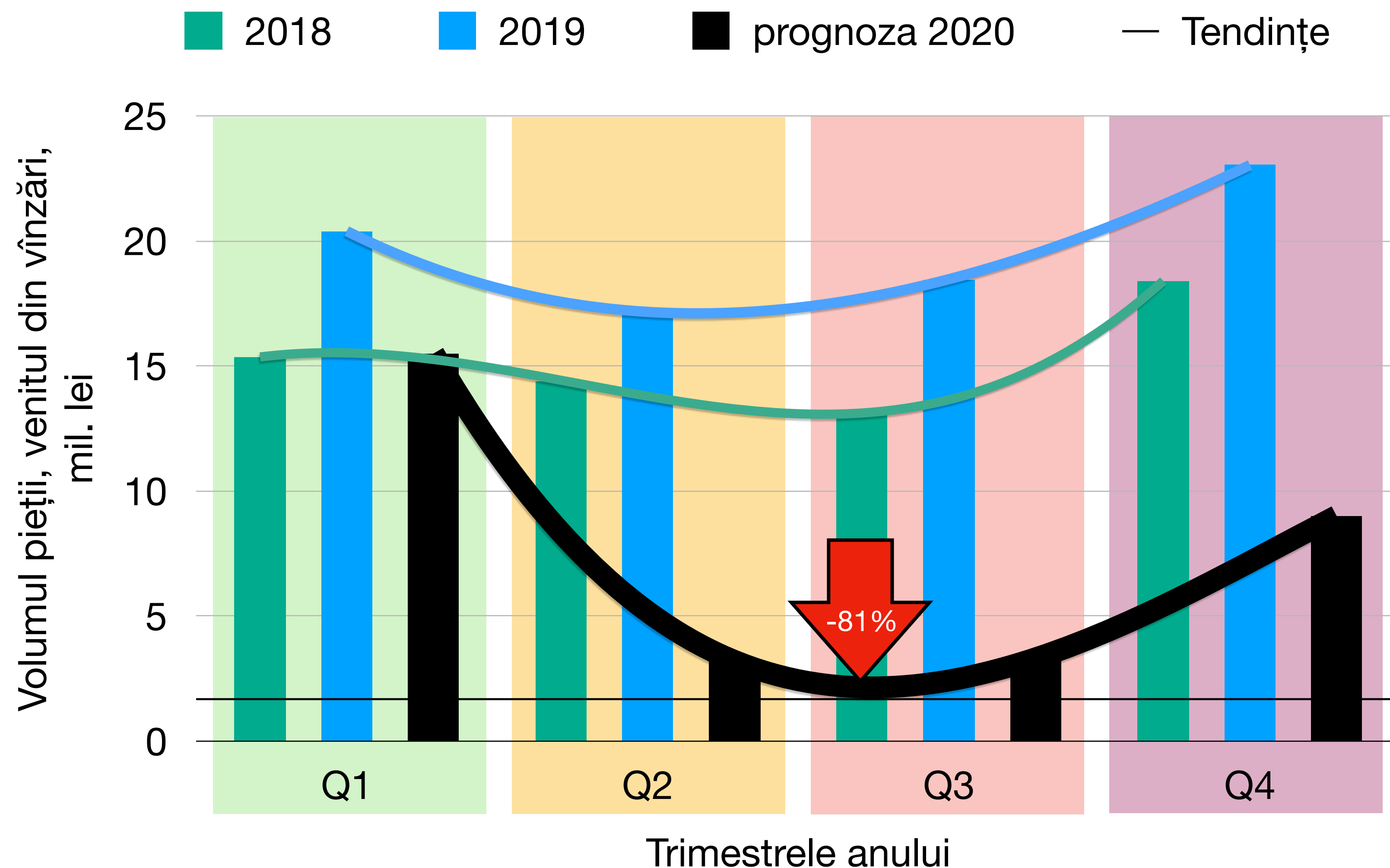
**PROGNOZA Evoluției VOLUMULUI pieții ( venitul din vânzări)  
publicității exterioare în mun. Chișinău pentru **anul prognoza  
2020, distribuție trimestrială****

**NOTĂ:**

PROGNOZA Volumului de piață pentru 2020 prezintă o scădere cu cel puțin - 50%, iar în lunile critice scăderea atinge o cotă de pînă la -81 %



## EVOLUȚIA TRIMESTRIALĂ A VOLUMULUI PIEȚII DE PUBLICITATE EXTERIOARĂ ÎN MUN. CHIȘINĂU, DATELE ANILOR 2018-prognoza 2020

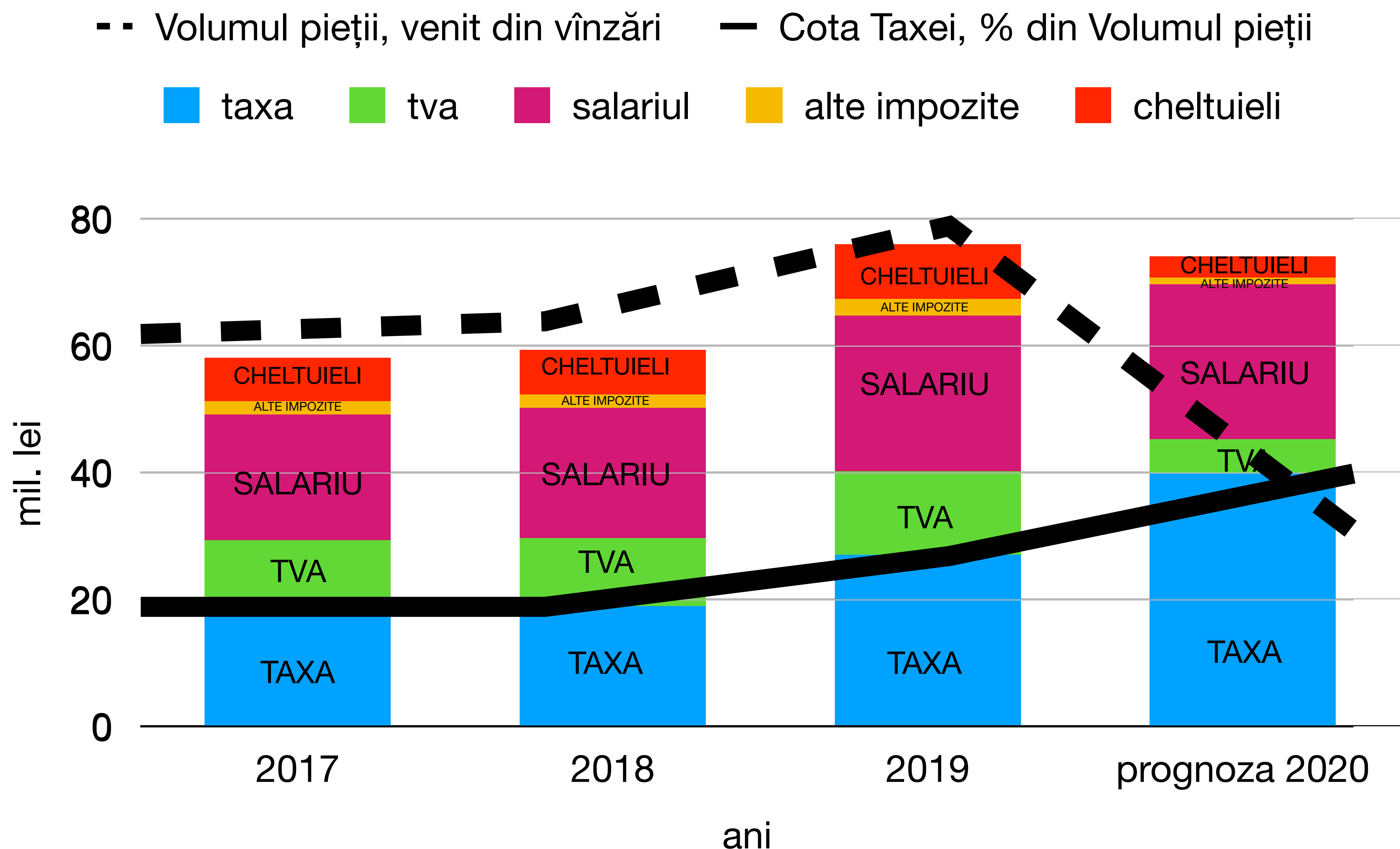


### NOTĂ:

Volumul de piață 2020 este în scădere cu cel puțin - 50%, iar în lunile critice scăderea atinge o cotă de pînă la -81 %



## EVALUAREA COTEI TAXEI PENTRU PUBLICITATE, TVA, SALARIULUI, ALTOR IMPOZITE ȘI CHELTUIELI ÎN RAPORT CU VOLUMUL PIEȚII, DATELE ANILOR 2017-2020



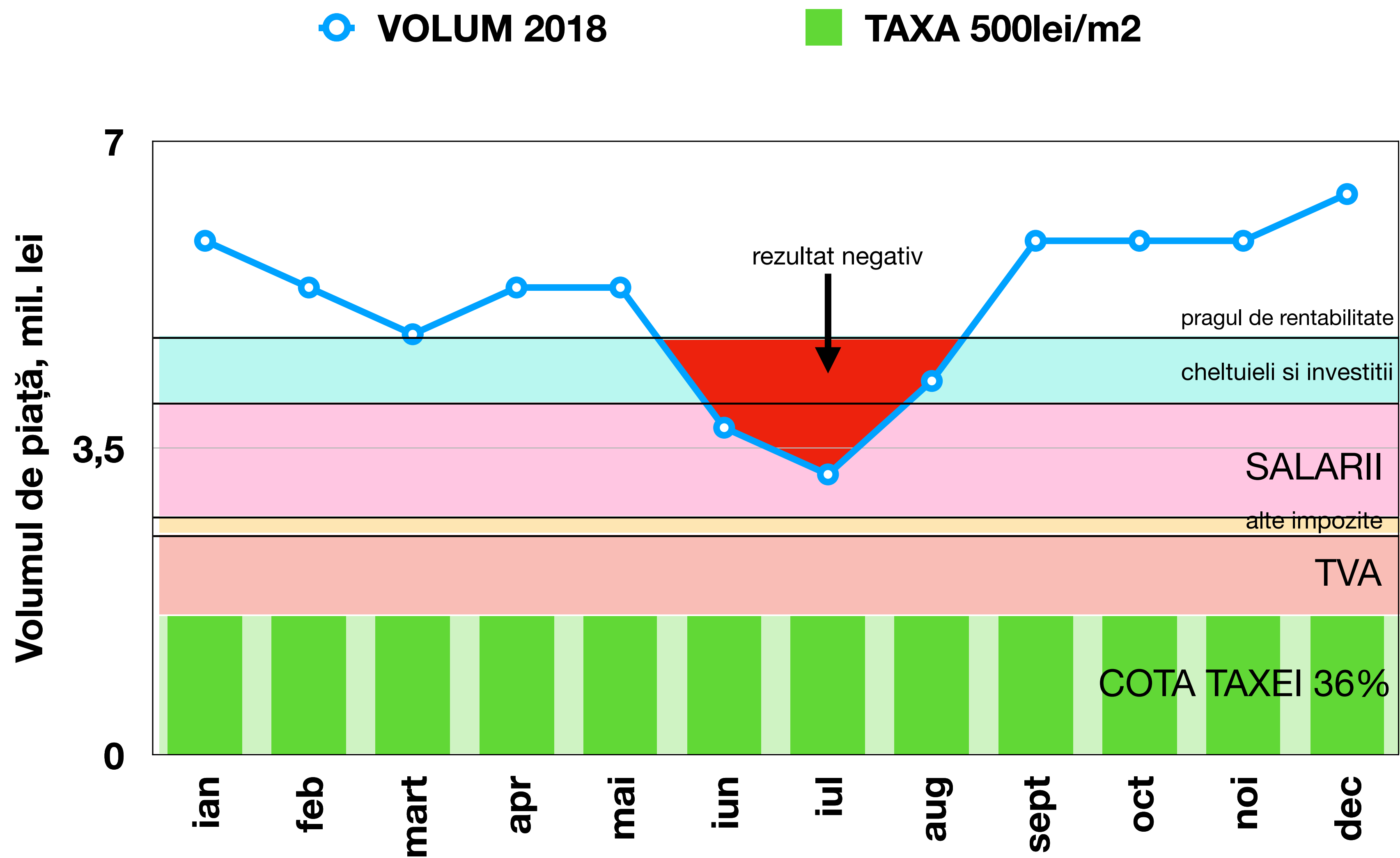
NOTĂ:

IMPORTANT:

\* Pentru perioada stării excepționale ( martie, aprilie, mai) taxa spre achitare este mai mare decât veniturile companiilor în segmentul publicității exterioare



# COTA TAXEI DIN VOLUMUL DE PIAȚĂ: **ANUL 2018 - TAXA 500** **LEI**



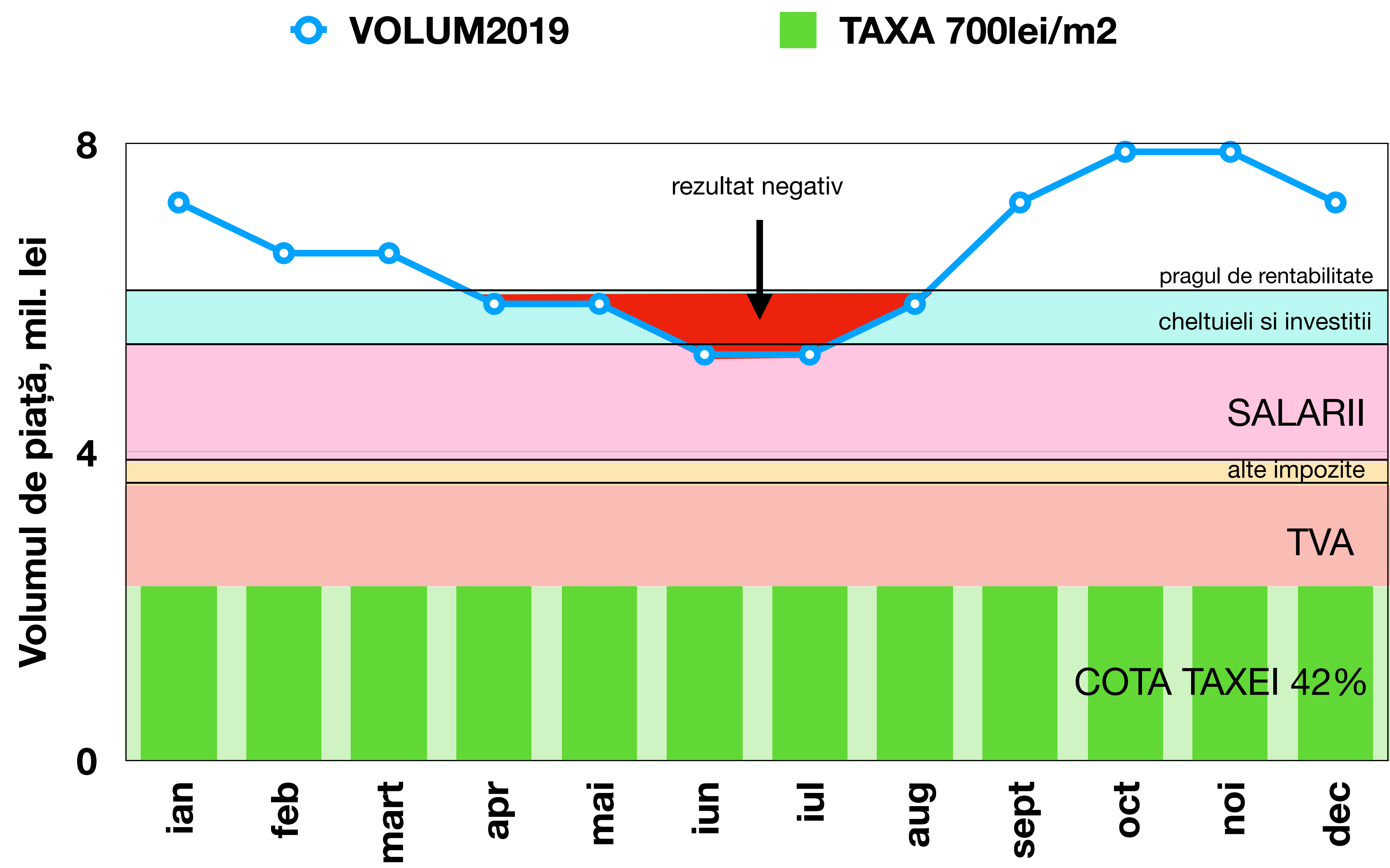
**NOTĂ:**

Bazîndun-ne pe datele volumului de piață din 2018 și valoarea taxei de 500 de lei - COTA TAXEI a constituit 36% din total .

COTA TAXEI DIN VOLUMUL DE PIAȚĂ: **ANUL 2019 - TAXA 700 LEI**

NOTĂ:

Bazîndun-ne pe datele volumului de piață din 2019 și valoarea taxei de 700 de lei - COTA TAXEI a constituit 42% din total .



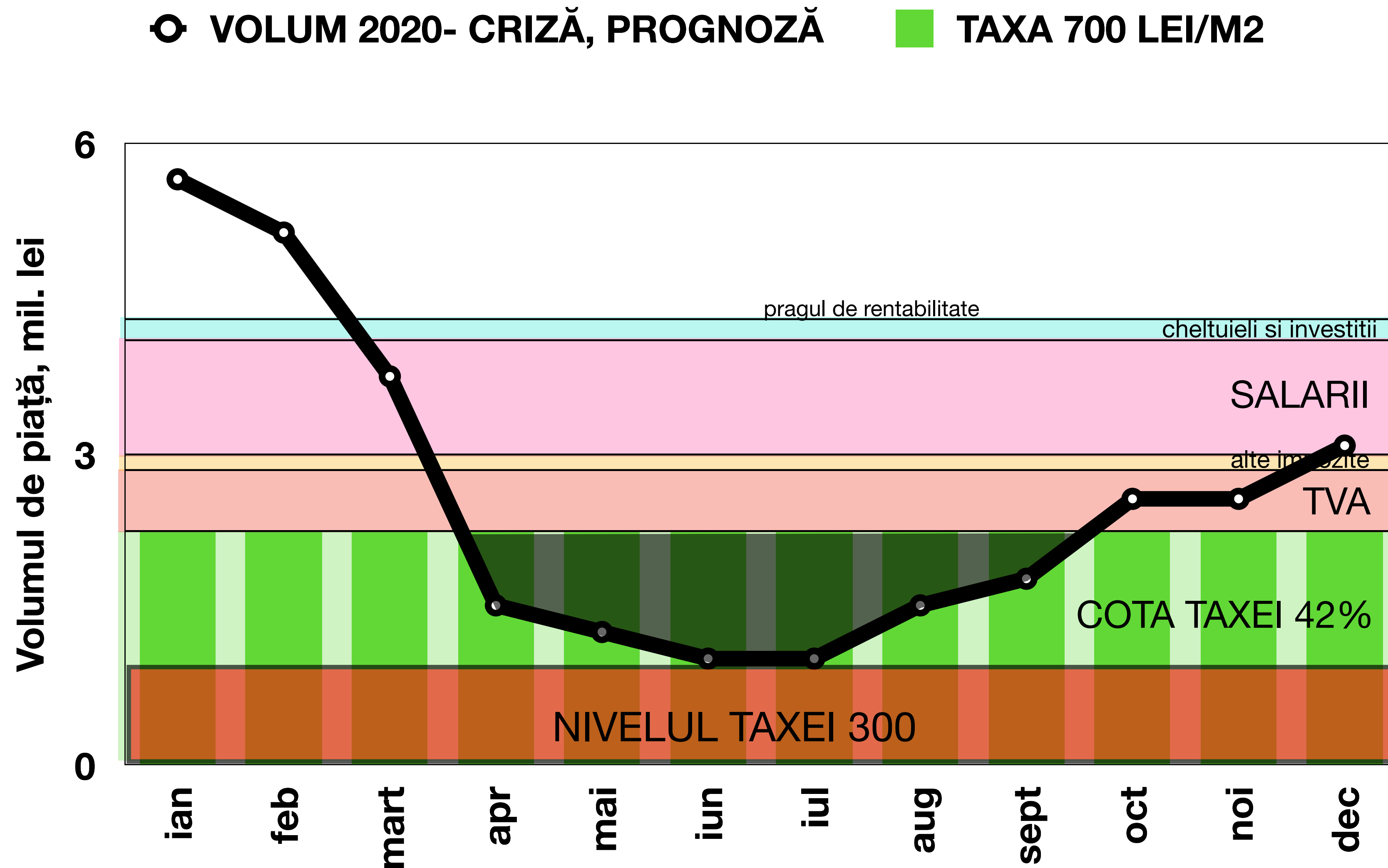
# PROGNOZA COTEI DE TAXĂ DIN VOLUMUL DE PIAȚĂ: **ANUL 2020 – TAXA 700 LEI**

NOTĂ:

Pentru 2020 se prognozează o scădere a volumului de piață cu peste 50, care a început din data 17.03.2020

Valoarea taxei va atinge cote mai mare decât valoarea vânzărilor

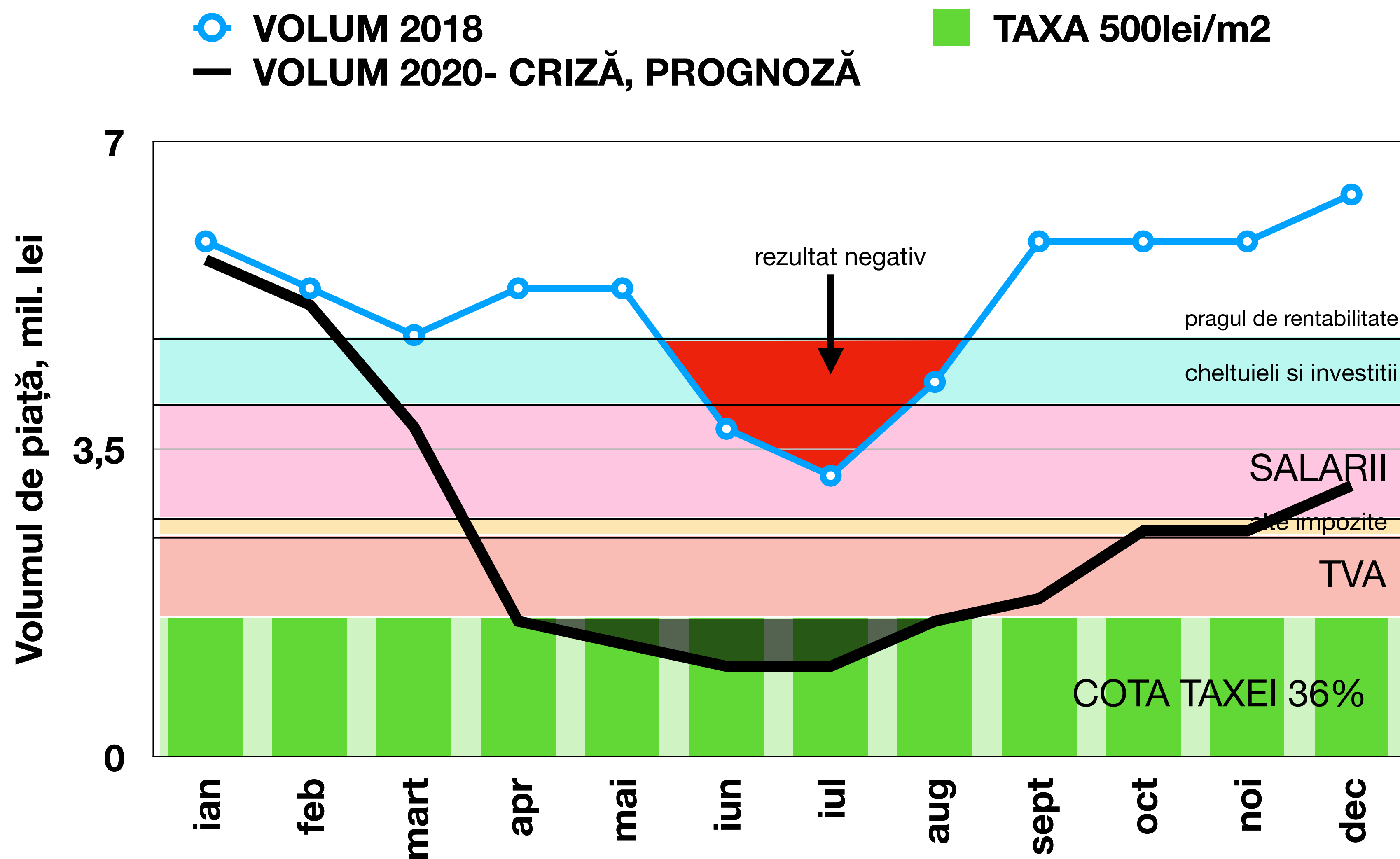
Punctul zero al trendului unde valoarea venitului din vânzări este egală cu valoarea taxei spre achitare este la cota de 300 de lei





# COTA TAXEI DIN VOLUMUL DE PIAȚĂ: RAPORTUL ANILOR 2018 /2020

## TAXA - 500 LEI



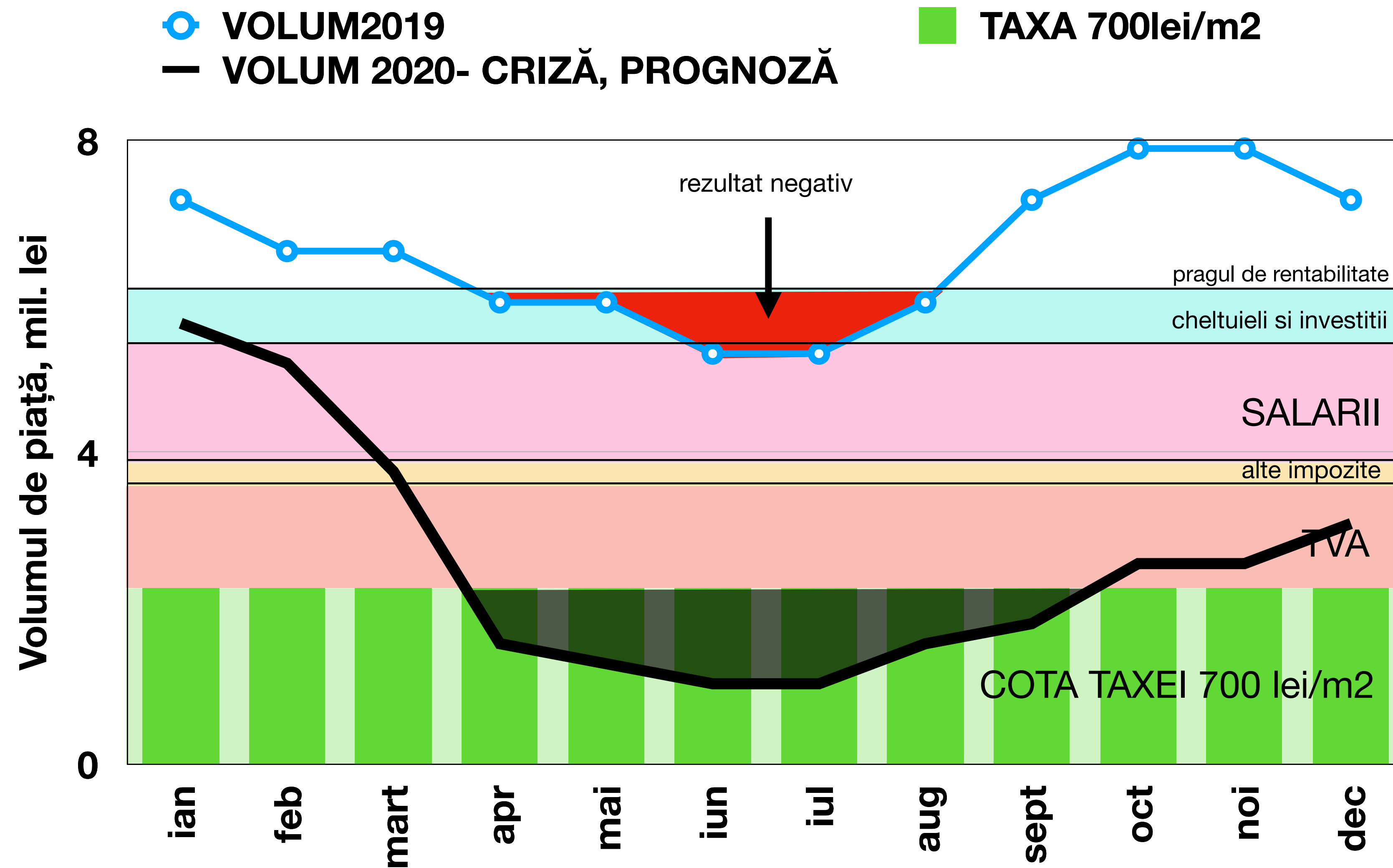
## NOTĂ:

Proгноza trendului de piață pentru 2020 prevede o scădere a vânzărilor sub pragul de rentabilitate al anului 2018

volumul de vânzări 2020 nu acopera nici taxa din 2018 la valoarea de 500 de lei/m2, scăzând sub nivelul acesteia!

# COTA TAXEI DIN VOLUMUL DE PIAȚĂ: RAPORTUL ANILOR 2019/2020

## TAXA – 700 LEI



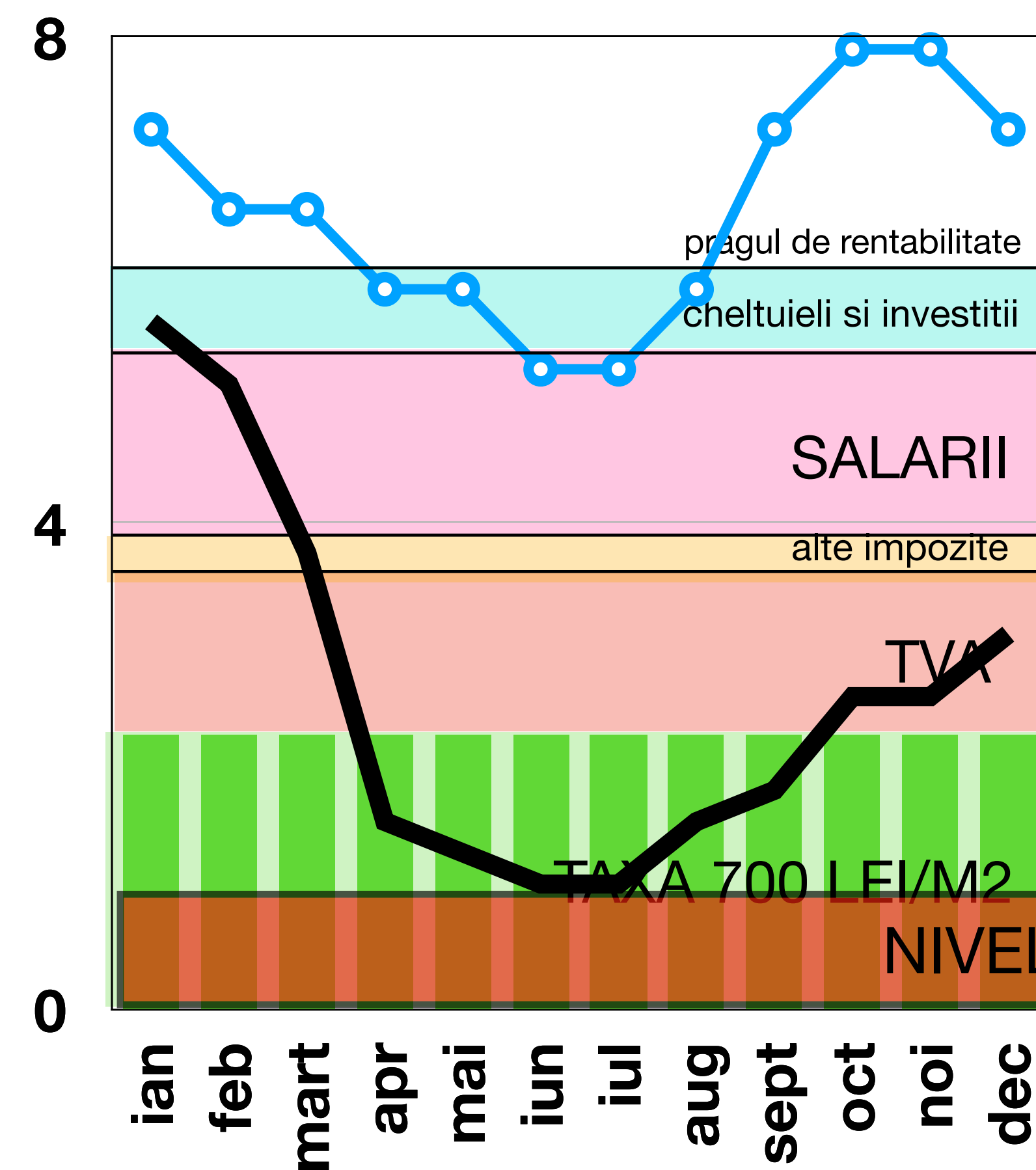
## NOTĂ:

Proгноza trendului de piață pentru 2020 prevede o scădere a vânzărilor sub pragul de rentabilitate al anului 2019

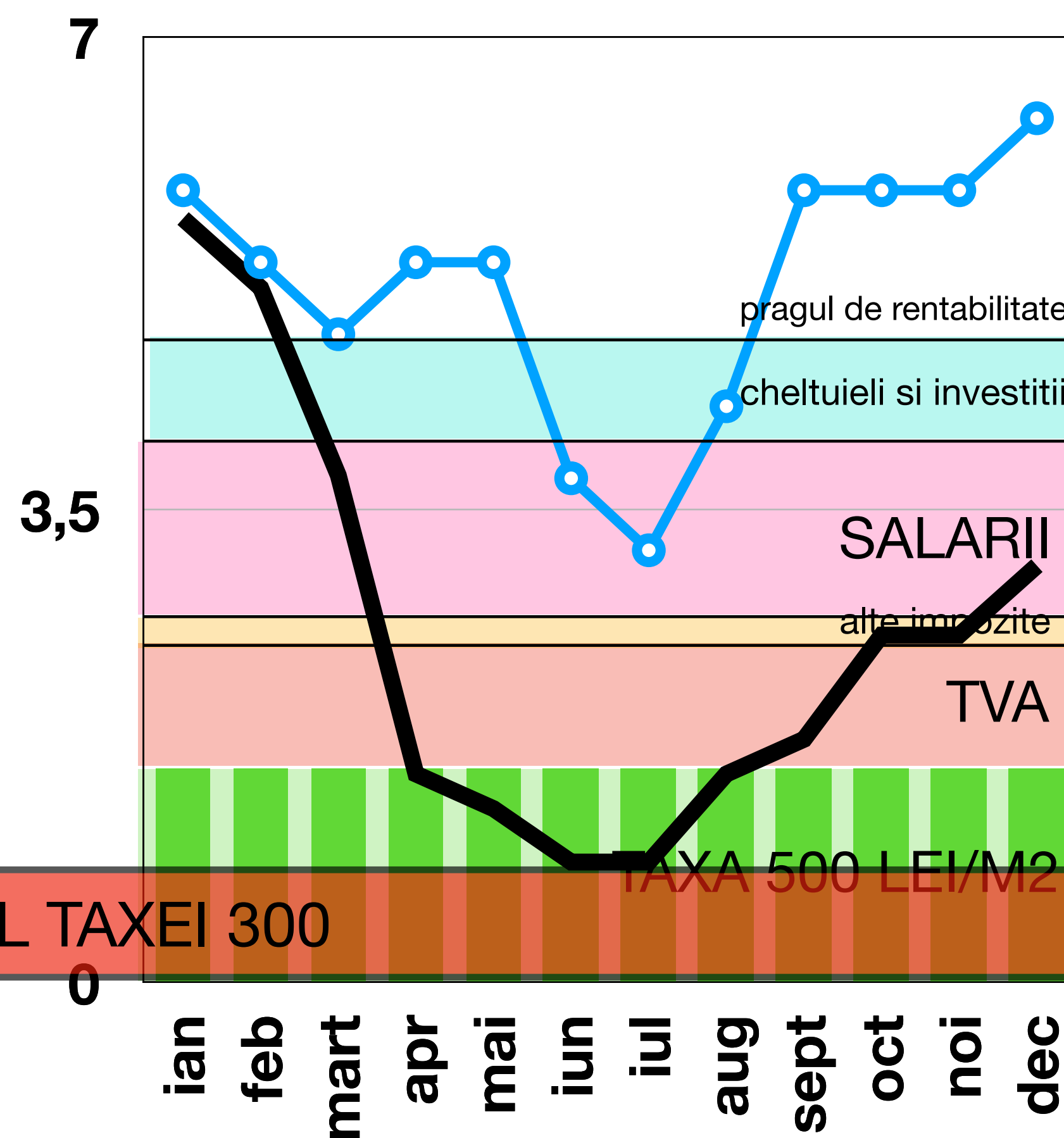
volumul de vânzări 2020 nu acopera nici taxa din 2019 la valoarea de 700 de lei/m2, scăzând sub nivelul acesteia!

# VOLUMUL DE VÎNZĂRI 2020 CRIZĂ PROGNOZAT RAPORTAT LA TAXA ANILOR 2018 ȘI 2020

○ VOLUM 2019  
 ■ TAXA 700lei/m2  
 — VOLUM 2020- CRIZĂ, PROGNOZĂ



○ VOLUM 2018  
 ■ TAXA 500lei/m2  
 — VOLUM 2020- CRIZĂ, PROGNOZĂ



NOTĂ:

Prognoza pentru anul 2020 raportat la volumul 2019 și 2018 prezintă o tendință sub nivelul de rentabilitate, în ambele cazuri trendul vânzărilor prognozat 2020 a ajuns la cota taxei 300 (punctul când venitul de vânzări este egal cu suma taxelor care trebuie achitate)



## *Capitolul III*

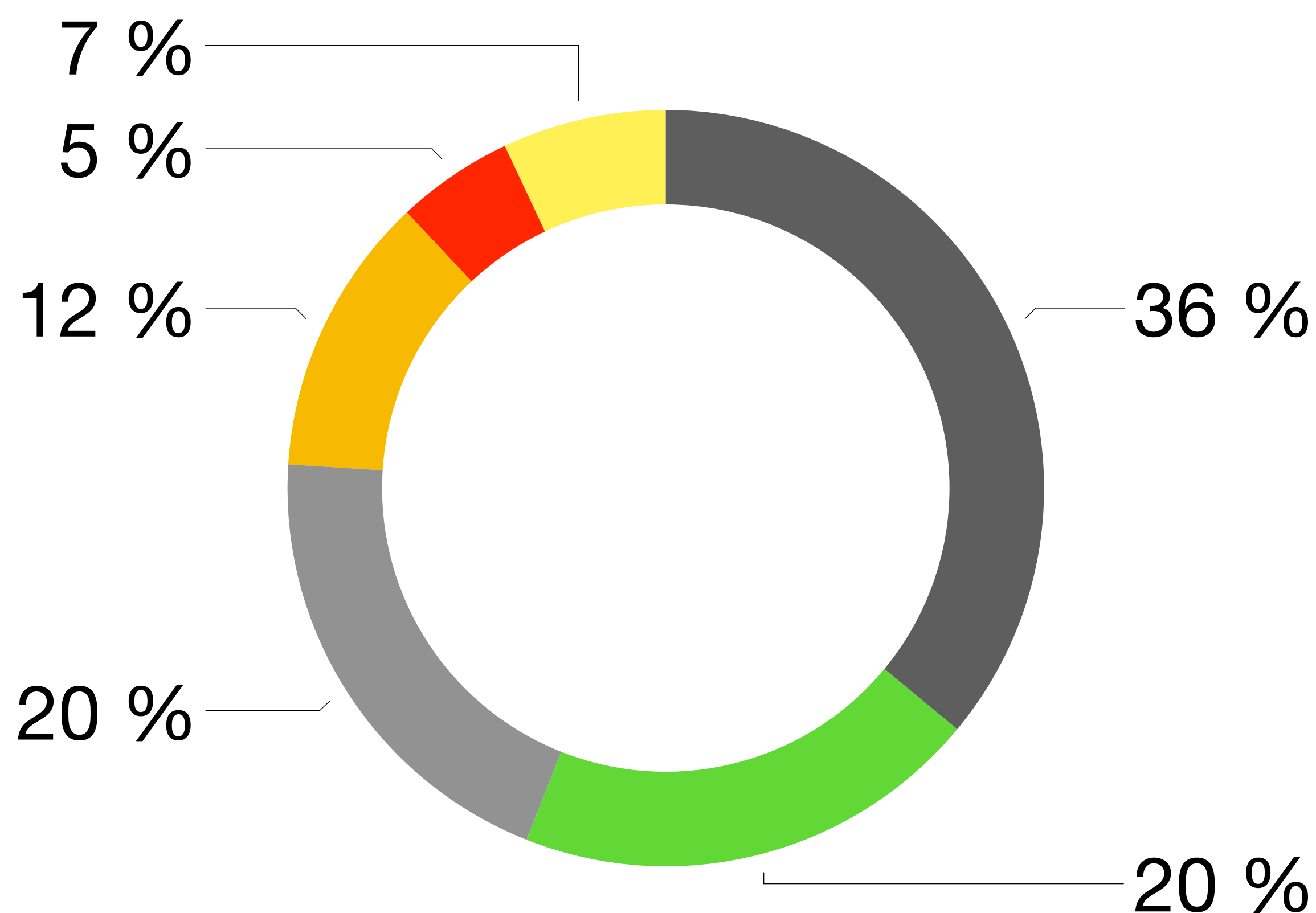
# STRUCTURA COSTURILOR

**COTA TAXEI; PONDEREA CHELTUIELILOR; IMPOZITE; SALARII.**



## PONDEREA COSTURILOR DIN VOLUMUL DE VÂNZĂRI:

**ANUL 2018 - TAXA 500 lei**



## NOTĂ:

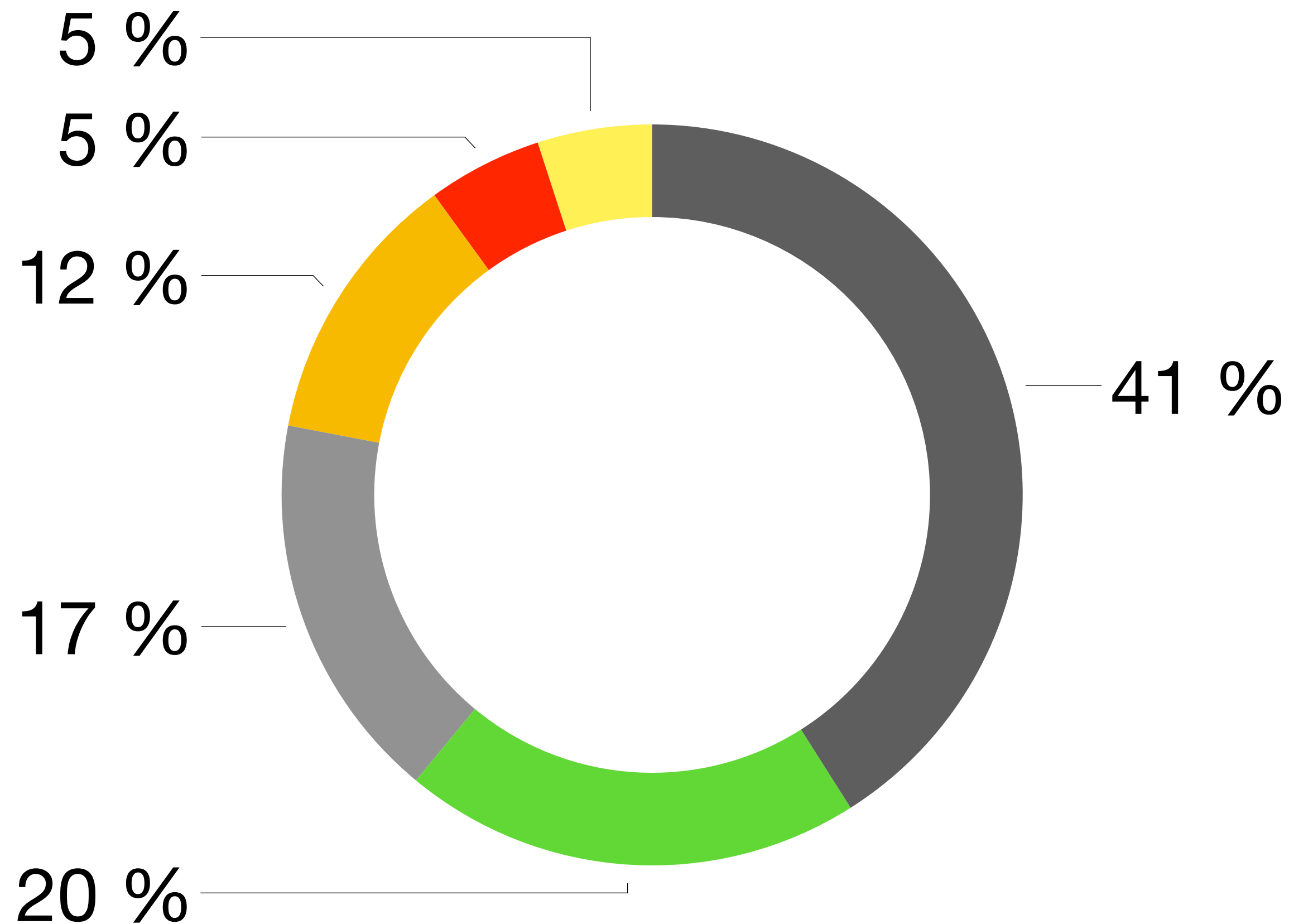
Suma tuturor taxelor și impozitelor pentru anul 2018 constituie : 68%

Soldul care asigura fondul de salarii, alte cheltuieli și profitul : 32%

Este de menționat ca raportul Impozitelor și taxelor achitate din total Venit constituie circa 2/3

## PONDEREA COSTURILOR DIN VOLUMUL DE VÂNZĂRI:

**ANUL 2019 - TAXA 700 lei**



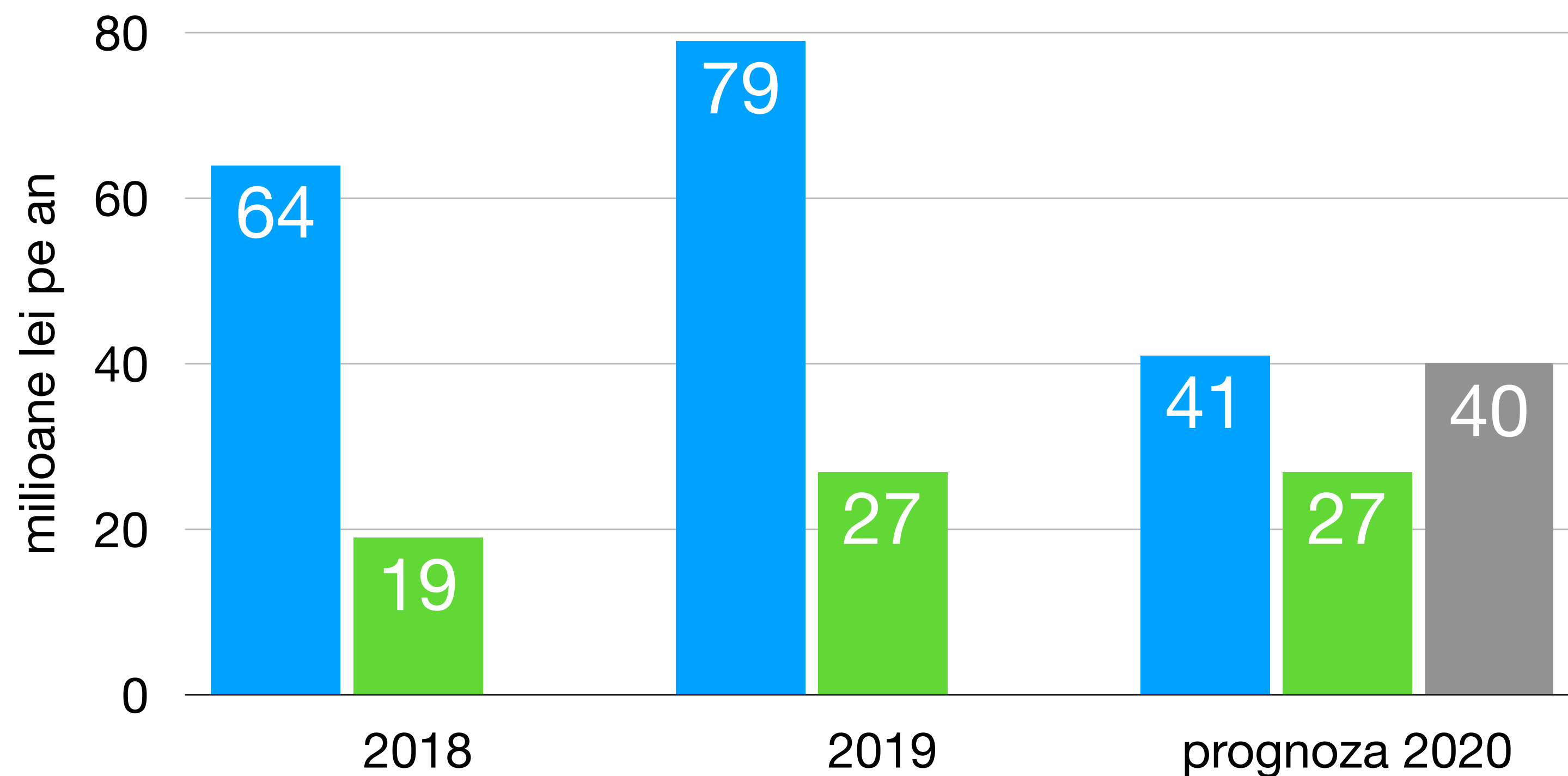
### NOTĂ:

Suma tuturor taxelor și impozitelor pentru anul 2019 constituie : 73%

Soldul care asigura fondul de salarii, alte cheltuieli și profitul : 27%

Este de menționat ca raportul Impozitelor și taxelor achitate din total Venit constituie mai mult de 2/3 ceea ce micșorează considerabil fondul de salarii.

# ANALIZA EVOLUȚIEI VOLUMULUI PIEȚII ȘI VOLUMULUI TAXEI ACHITATE PENTRU PERIOADA 2018-PROGNOZA 2020



## NOTĂ:

2018

taxa 19 mil

volumul pieței 64 mil (incl tva)

2019

taxa 27 mil

volumul pieței 79 mil (incl tva)

prognoza 2020

taxa 27 mil (la 700 lei/m<sup>2</sup>)

taxa 40 mil (la 1000, 1200 lei/m<sup>2</sup>)

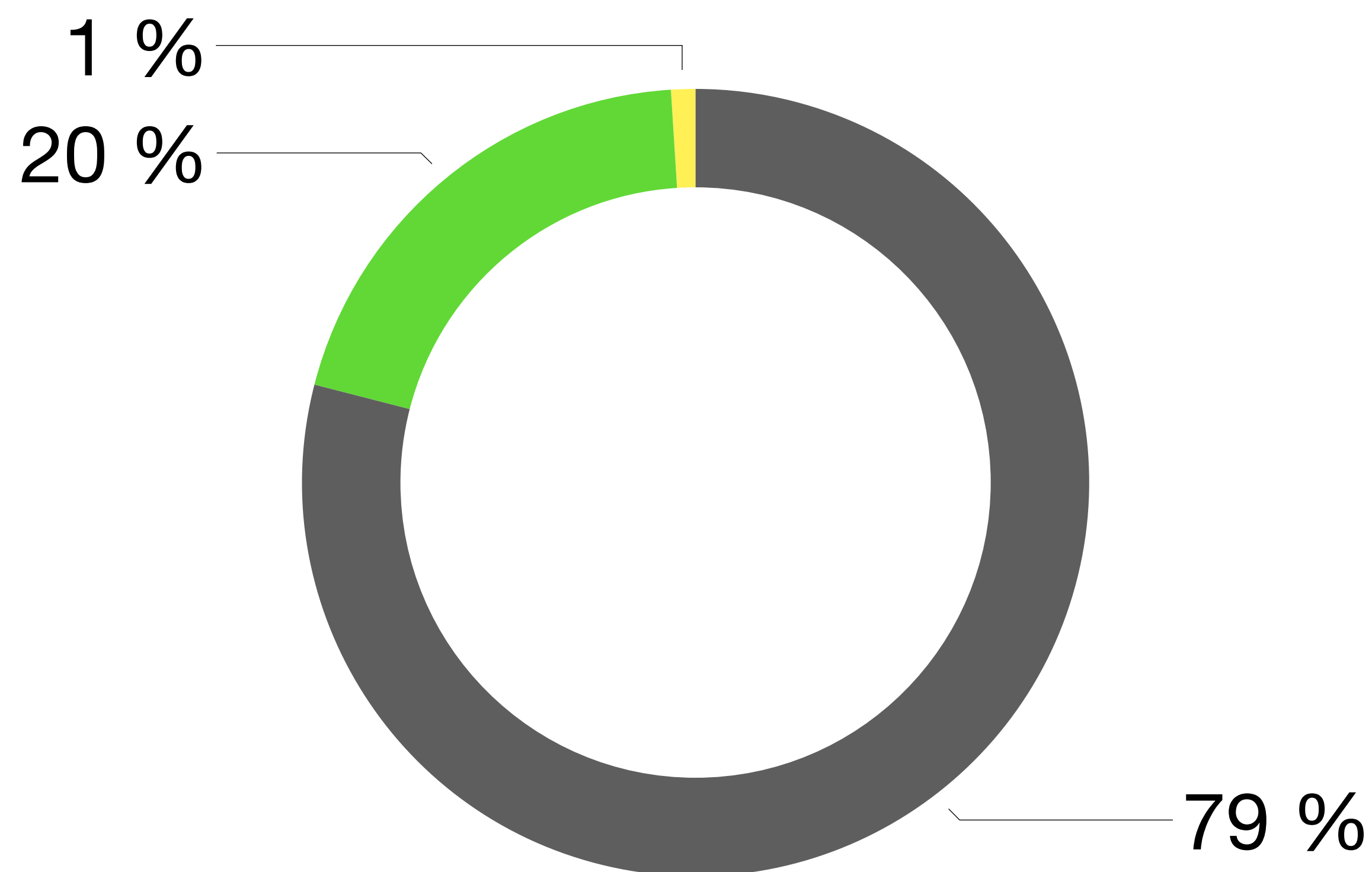
volumul pieței 41 mil (incl tva)



## PONDEREA COSTURILOR DIN VOLUMUL DE VÂNZĂRI:

### ANUL 2019 - TAXA 700 lei

● TAXA PUBLICITATE 79%      ● TVA 20%      ● alte 1



## NOTĂ:

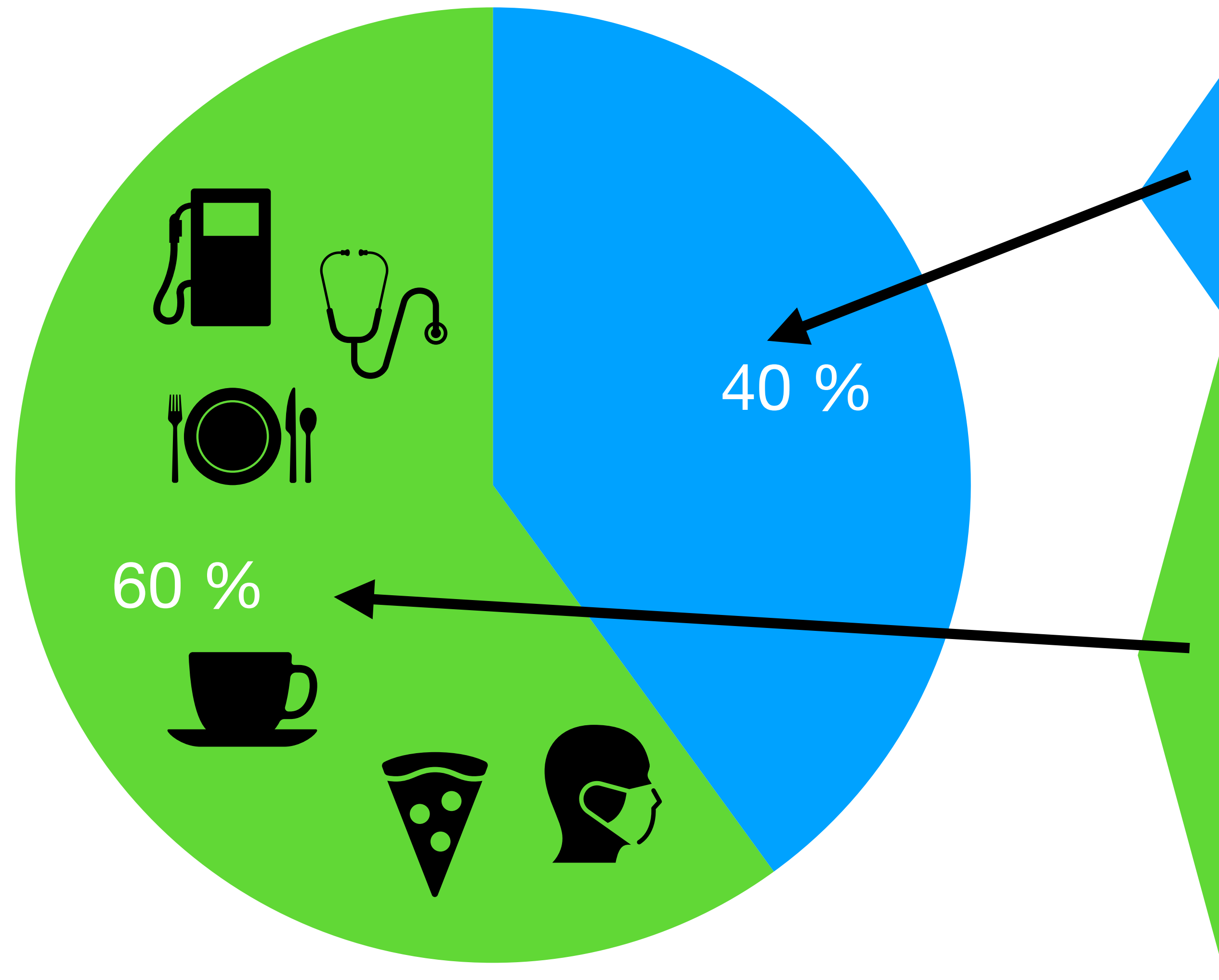
La volumul de piață prognozat pentru 2020, cota taxei va constitui 79 % (în cazul taxei de 700 lei/m<sup>2</sup>)

Acest fapt face imposibilă desfășurarea unei activități economice !

## *Capitolul IV*

# **ANALIZA MEDIULUI ANTREPRENORIAL TIPURI DE AGENȚI ECONOMICI; TIPURI DE PUBLICITATE EXTERIOARĂ**

# STRUCTURA VOLUMULUI NUMERIC AL PUBLICITĂȚII EXTERIOARE ÎN MUN. CHIȘINĂU



- Panouri publicitare destinate activității economice de publicitate
- -----alte tipuri -----
- Panouri publicitare utilizate ca accesoriu ( ca indicator) de ajutor pentru activitatea de bază ( ex: Benzinării, indicatoare etc)
- Panouri utilizate pentru amenajarea locului de desfășurare a activității de antreprenariat
- Firme și alte boxe luminoase



# CONSTATĂRI

## CONCLUZII. ABATERI.

- Taxa pentru suprafața de publicitate este cea mai mare taxă din mun. Chișinău;
- Taxa pentru suprafața de publicitate este discriminatorie în raport cu taxa pentru publicitate la TV și Internet;
- Majorarea taxei pentru suprafața de publicitate a avut loc în progresie irațională (neargumentată economic);
- Cota taxei pentru suprafața de publicitate în ponderea costurilor este cea mai mare;
- Taxa pentru suprafața de publicitate se răsfrânge iminent asupra agenților economici care își au ca activitate de bază: prestarea serviciilor de publicitate, deoarece nu este raportat la venitul din vânzări.



# CAUZELE DIFICULTĂȚILOR CU CARE SE CONFRUNTĂ COMPANIILE DIN SECTORUL PUBLICITĂȚII EXTERIOARE

- Taxa exagerată care a rămas a fi fixă pentru perioada de criză și constituie o valoare de până la 120% din venitul din vânzări a serviciilor prestate;
- Scăderea cererii pentru serviciile de publicitate;
- Suspendarea masivă a contractelor curente (asistăm la un val de suspendări care sa ridicat în 10 zile la 80%);
- Întârzierea plăților, pentru perioadele anterioare dar și curente, de la clienți și riscul ca aceste plăți să nu mai vină din cauza falimentării clienților.

**PROVOCĂRILE SECTORULUI PENTRU URMĂTOAREA PERIOADĂ**

|                                          |                                           |
|------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Reducerea veniturilor cu peste 50%       | Reducerea veniturilor clienților          |
| Optimizarea cheltuielilor cu minimum 30% | Taxa neproportional de exagerată          |
| Necesitatea reducerii de personal        | Incertitudinea referitor la ziua de mâine |

# MĂSURI ȘI ANALIZĂ

| Măsura propusă                       | ANALIZA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Micșorarea cheltuielilor de personal | <p>Măsura propusă poate fi implementată în limita necesităților de bază a întreprinderii.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- disponibilizarea personalului auxiliar ( office manageri, secretari, juriști)</li> <li>- micșorarea salariilor personalului de bază (contabili, personalului tehnic, administrația)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Micșorarea Altor Cheltuieli          | <p>Măsura poate fi implementată parțial:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- anularea cheltuielilor de reprezentanță, deplasări, premii, <b>investiții!</b></li> <li>- micșorarea cheltuielilor de transport administrative</li> <li>- imposibil de anulat cheltuielile de deservire tehnică ( securitatea tehnică )</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Ajustarea taxei pentru publicitate   | <p>Avînd în vedere că baza impozabilă a taxei nu este în corelare cu vânzările, ajustarea acesteia poate avea loc prin următoarele metode:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- micșorarea taxei prin decizie</li> <li>- ajustarea taxei prin diversificarea ei față de activitatea economică pe care o desfășoară agentul economic :</li> <li>- 1) pentru agenții economici care utilizează publicitatea exterioară ca mijloc de susținere și ea nu constituie activitatea de bază - taxa poate fi lăsată fără modificări</li> <li>- 2) pentru agențiile de publicitate care își desfășoară activitatea prin prestarea serviciilor de publicitate exterioară ( și aceste servicii depășesc 50% din volumul activității) taxa trebuie armonizată în raport cu alte taxe la același tip de serviciu prestat ( de publicitate). Armonizarea se poate obține doar prin schimbarea bazei impozabile Art. 291 al Codului Fiscal q) la taxa pentru dispozitivele publicitare – <del>suprafața feței (fețelor) dispozitivului publicitar pe care se amplasează publicitatea exterioară.</del> <b>serviciile de plasare și/sau difuzare a anunțurilor publicitare prin intermediul dispozitivelor publicitare.</b> Această măsură va exclude contextul de concurență neloială în care se află publicitatea exterioară față de alte tipuri de publicitate!</li> </ul> |

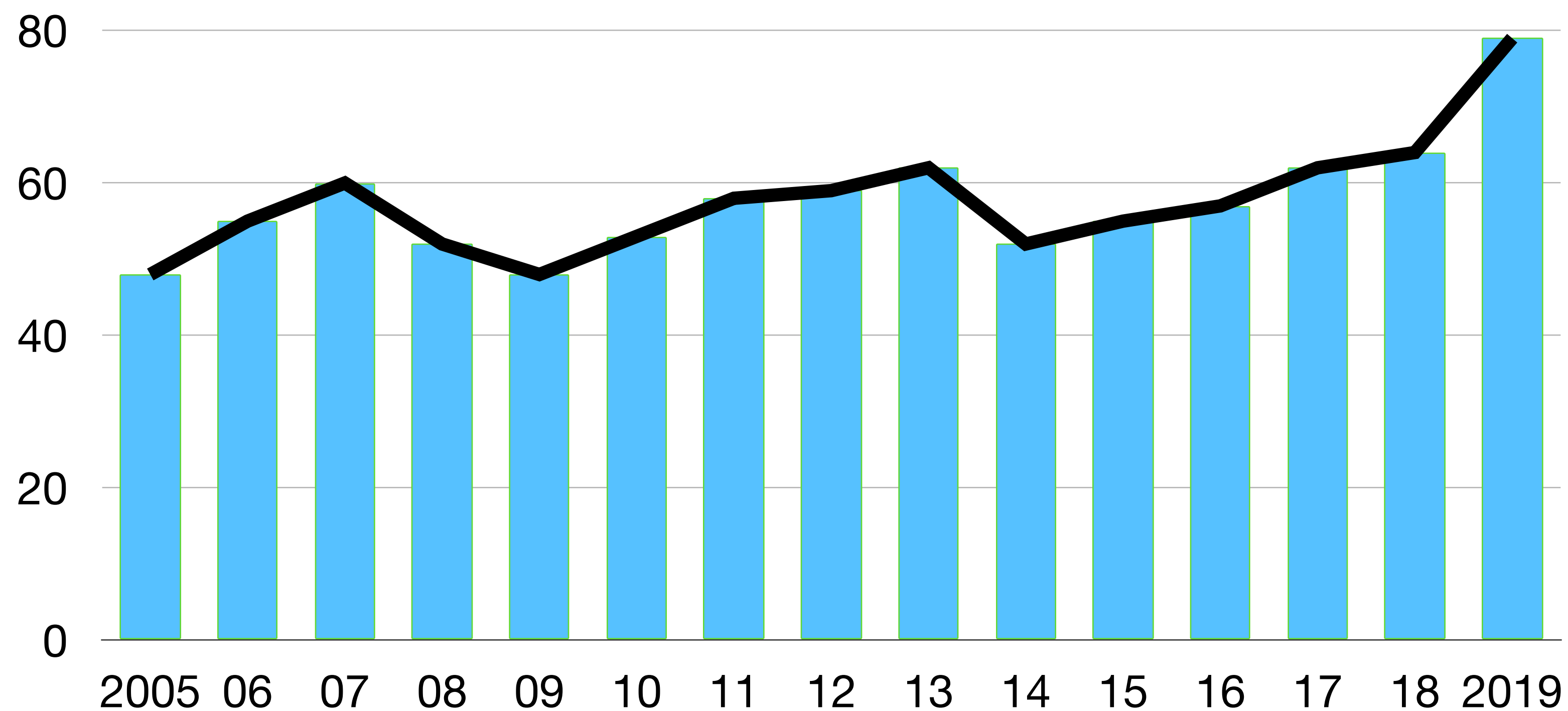


## *Capitolul V*

# **MODELAREA EVOLUȚIEI ECONOMICE PENTRU ANII 2020-2021**

**PENTRU ANUL 2020 SE PROGNOZEAZĂ O SCĂDERE DE 50% FAȚĂ DE  
2019, IAR PENTRU ANUL 2021 O CREȘTERE DE 15% FAȚĂ DE 2020**

## EVOLUȚIA VOLUMULUI VÎNZĂRILOR: ANII 2005 - 2019



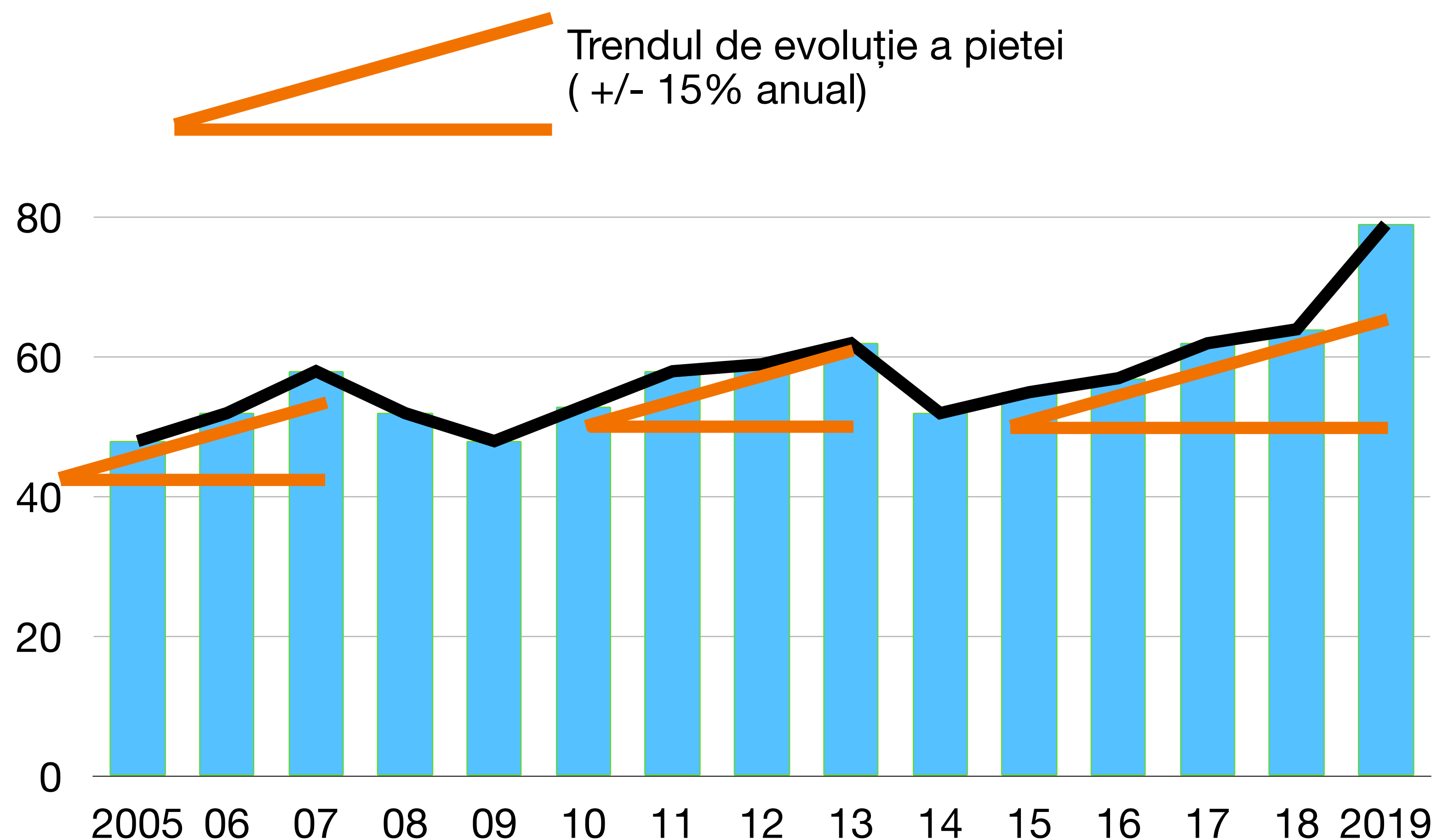
### NOTĂ:

În perioada 2005- 2019 piața a cunoscut două crize care s-au soldat cu scăderea drastică a volumului de piață

Este vorba despre criza din 2008 dar și criza din 2014 generată de perturbările cursului valutar!



# PROGNOZA EVOLUȚIEI VOLUMULUI VÎNZĂRILOR: ANII 2005 – 2019 ÎN RAPORT CU ANUL 2020

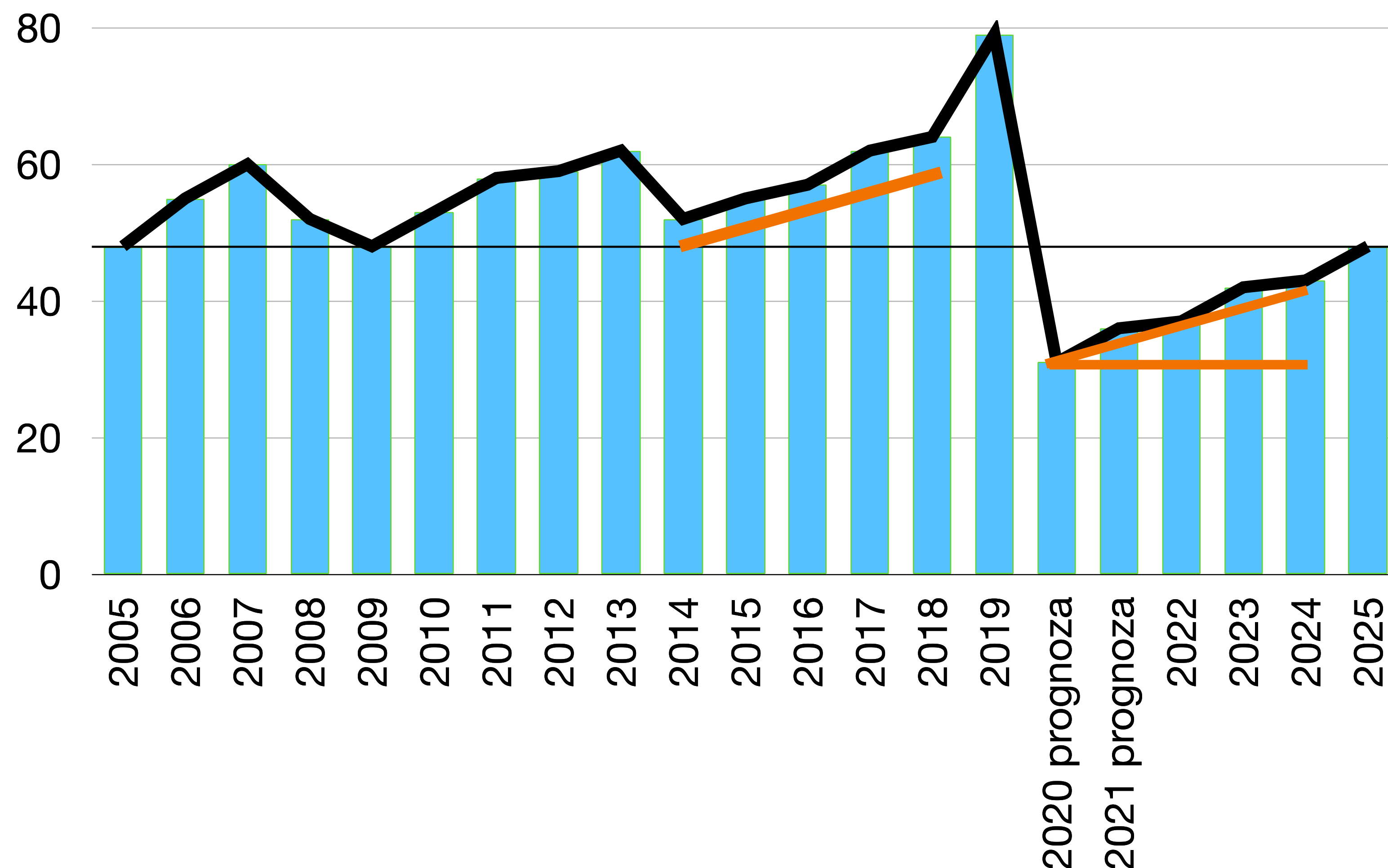


## NOTĂ:

Pe parcursul perioadei de analiză se pronunță trendul de creștere de piață după fiecare scădere generată de o criză. În acelaș timp putem estima un interval de timp care este necesar pentru revigorarea pieții după o scădere bruscă.

1. Trendul anual de creștere a pietei ( +/- 15% anual)
2. Perioada de creștere ( 4-5) ani

## PROGNOZA EVOLUȚIEI VOLUMULUI PIEȚII: **ANII 2005 – 2019 ȘI PROGNOZA PENTRU ANII 2020 - 2025**



### NOTĂ:

Este de remarcat că criza generată de pandemia COVID19 a provocat o scădere de piață fără de precedent în istoria publicității. Scăderea prognozată pentru anul 2020 este de circa 50% în raport cu anul 2019.

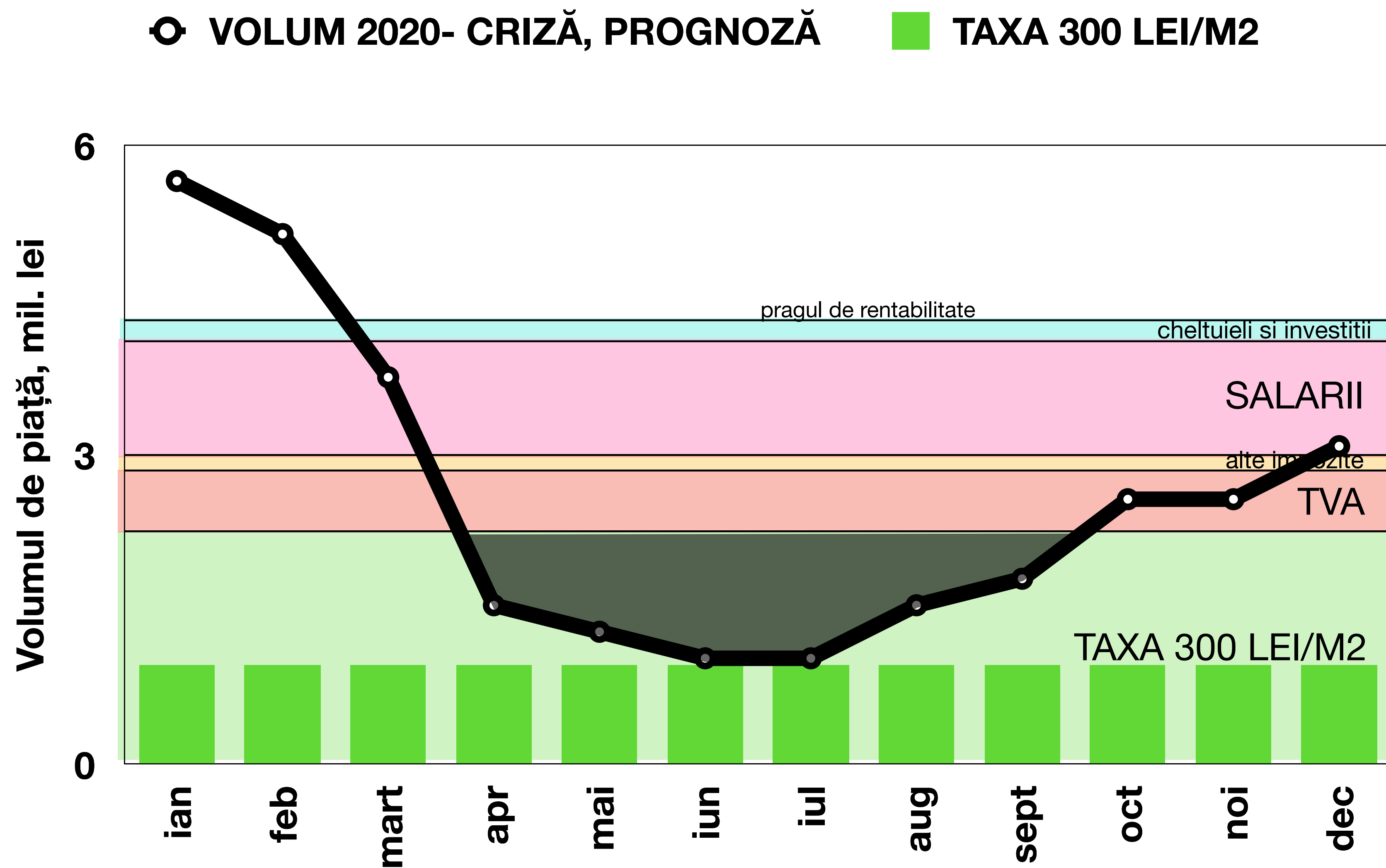
Aplicînd formula, prezentată mai sus, de revigorare în urma unei crize, putem constata că în perioada cîtorva ani, piața publicității exterioare va atinge nivelul anului 2005 !



# COTA TAXEI RAPORTATĂ LA VOLUMUL DE PIAȚĂ: PROGNOZA PE ANUL 2020 – TAXA 300 LEI

## NOTĂ:

În cazul unei taxe de 300 lei/m<sup>2</sup>, în perioada lunilor iunie și iulie, volumul de vânzări va atinge nivelul care va permite acoperirea taxei, păstrând rezultatul economic a acestui an NEGATIV!

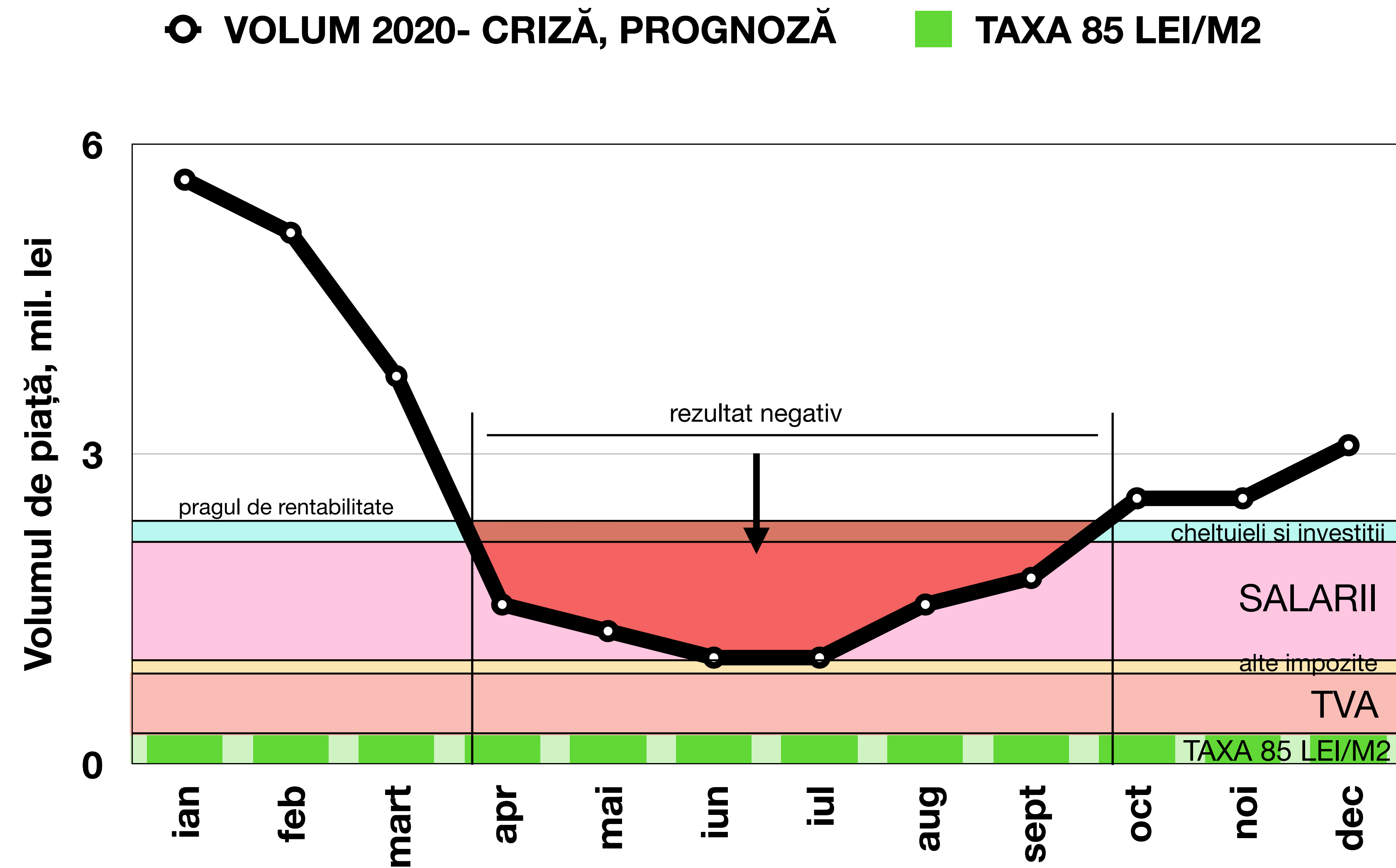


# COTA TAXEI RAPORTATĂ LA VOLUMUL DE PIAȚĂ: PROGNOZA PE ANUL 2020 – TAXA 85 LEI

## NOTĂ:

În cazul unei taxe de 85 lei/m<sup>2</sup>, anul 2020 va avea un rezultat nul, acest lucru însă va genera o revigorare mai rapidă a segmentului în anul 2021

85 lei/m<sup>2</sup> pe an constituie o COTA de 10% de la Volumul pieții



## CONCLUZIILE MODELĂRII ECONOMICE PE PERIOADA 2020-2021

- RESUSCITAREA BUSINESSULUI LA COTA ZERO VA AVEA LOC TIMP DE 2 -4 ANI
- CONDIȚII OBLIGATORII:
  - 1) Taxa pentru suprafața de publicitate = nu mai mare de 20%;
  - 2) Excluderea repetării situației de carantină, pe perioada cărei nu activează agenții economici;
  - 3) Fluctuația cursului valutar nu mai mare de 20% ( ce constituie 170 de lei/m2 pe an);
  - 4) Optimizări salariale și altor cheltuieli.

### NOTĂ:

Estimările modelate ne demonstrează o cădere fără de precedent, care valoric pot fi comparate cu volumul de piață a anilor 2005



**VĂ MULȚUMIM PENTRU ATENȚIE**