

Bruxelles, 1 martie 2019
(OR. en)

6873/19

LIMITE

FISC 135
ECOFIN 242
DIGIT 44

**Dosar interinstituțional:
2018/0073(CNS)**

NOTĂ

Sursă:	Președinția
Destinatar:	Comitetul Reprezentanților Permanenți / Consiliul
Nr. doc. Csie:	7420/18 FISC 151 ECOFIN 277 DIGIT 48 IA 78
Subiect:	Propunere de directivă a Consiliului privind sistemul comun al unui impozit pe publicitatea digitală pentru veniturile rezultate din furnizarea de servicii digitale de publicitate – Acord politic

I. INTRODUCERE

1. În continuarea dezbaterii din cadrul Consiliului ECOFIN din 4 decembrie 2018¹ și în vederea ajungerii la un acord politic în cadrul Consiliului ECOFIN din 12 martie 2019, președinția a pregătit prezenta notă, în care sunt rezumate lucrările desfășurate de la ultima discuție la nivel ministerial și în care este indicată calea de urmat.
2. În concluziile sale din 19 octombrie 2017², Consiliul European a subliniat necesitatea unui „sistem de impozitare eficient și echitabil, adecvat pentru era digitală”.
3. La 5 decembrie 2017, Consiliul ECOFIN și-a adoptat concluziile privind „Reacția la provocările reprezentate de impozitarea profiturilor din economia digitală”³.

¹ Documentul 14885/18.

² Documentul EUCO 14/17.

³ Documentul 15445/17.

4. La 21 martie 2018, Comisia a prezentat „pachetul privind impozitarea economiei digitale”, care conține:
- o comunicare intitulată „A sosit momentul instituirii unui standard de impozitare modern, echitabil și eficient pentru economia digitală”;
 - o propunere de directivă a Consiliului de stabilire a normelor de impozitare a societăților în cazul unei prezențe digitale substanțiale;
 - o propunere de directivă a Consiliului privind un sistem comun de impozitare a serviciilor digitale pentru veniturile rezultate din furnizarea anumitor servicii digitale (denumită în continuare „Directiva privind impozitarea serviciilor digitale”);
 - o recomandare a Comisiei referitoare la impozitarea societăților în cazul unei prezențe digitale substanțiale.
5. După o primă serie de dezbateri în cadrul Grupului de lucru pentru chestiuni fiscale (impozitarea economiei digitale)⁴ și al Grupului de lucru la nivel înalt pentru chestiuni fiscale⁵ și după un prim schimb de opinii desfășurat cu ocazia reuniunii informale a miniștrilor ECOFIN din 28 aprilie 2018, s-a hotărât ca dezbaterile să se axeze, într-o primă etapă, pe Directiva privind impozitarea serviciilor digitale⁶.

II. SITUAȚIA ACTUALĂ

6. Ca urmare a discuțiilor purtate în cadrul Consiliului ECOFIN din 4 decembrie 2018 cu privire la propunerea de directivă a Consiliului privind un sistem comun de impozitare a serviciilor digitale pentru veniturile rezultate din furnizarea anumitor servicii digitale, s-a hotărât analizarea posibilității de a se recurge la un instrument cu un domeniu de aplicare mai restrâns, în care să intre numai materialele publicitare digitale orientate spre utilizatori.
7. În consecință, textul a fost rescris, astfel încât accentul să cadă asupra veniturilor rezultate numai din furnizarea de servicii digitale de publicitate – sistemul comun al unui impozit pe publicitatea digitală.

⁴ Din 11 aprilie, 2 mai, 14 mai, 4 iunie, 5 iunie și 13 iunie 2018.

⁵ Din 18 aprilie și 16 mai 2018.

⁶ Documentul ST 9052/18.

8. Au avut loc cinci runde de discuții: reuniunea atașatorilor fiscali din 11 decembrie 2018, reuniunile Grupului de lucru pentru chestiuni fiscale (impozitarea economiei digitale) din 15 ianuarie și 20 februarie 2019 și reuniunile Grupului de lucru la nivel înalt pentru chestiuni fiscale din 31 ianuarie și 28 februarie 2019.
9. În urma acestor discuții, președinția consideră că au fost examinate toate aspectele proiectului de directivă și că au fost analizate toate posibilitățile de avansare la nivel tehnic. În viziunea președinției, textul care figurează în anexa la prezenta notă se bucură de sprijinul general a numeroase delegații. Continuă să existe însă câteva preocupări, după cum se explică în partea III a prezentei note.

III. ASPECTE-CHEIE

10. Câteva delegații continuă să aibă obiecții fundamentale față de impozitul pe publicitatea digitală în ansamblu, indiferent de ajustările tehnice aduse textului. În contextul discuțiilor purtate pe ambele teme – impozitarea serviciilor digitale și impozitul pe publicitatea digitală –, mai multe delegații continuă să se opună ajungerii la un acord asupra impozitului pe publicitatea digitală, reamintind că este necesar ca impozitarea digitală să fie privită în contextul mai larg al discuțiilor purtate în prezent în cadrul OCDE/G20. După cum se preconizează în nota de orientare, aprobată la 23 ianuarie 2019 de cadrul favorabil incluziunii privind erodarea bazei impozabile și transferul profiturilor, OCDE/G20 se lansează într-un proiect ambițios pentru găsirea, până în 2020, a unor soluții atât la provocările economiei digitalizate, cât și la restul problemelor legate de erodarea bazei impozabile și transferul profiturilor.
11. De asemenea, mai multe delegații continuă, pentru moment, să se arate preocupate de faptul că vânzarea de date privind utilizatorii este exclusă din domeniul de aplicare al veniturilor impozabile, definite la articolul 3 din proiectul de directivă privind impozitul pe publicitatea digitală.
12. Unele delegații indică faptul că, avându-se în vedere caracterul restrâns al domeniului de aplicare al impozitului pe publicitatea digitală, pragurile stabilite pentru persoanele impozabile la articolul 4 ar trebui revizuite sau coborâte.
13. Câteva delegații continuă să aibă ezitări și în ceea ce privește data intrării în vigoare, preferând ca aceasta să survină mai devreme sau mai târziu de data propusă de președinție.

14. În viziunea președinției, toate delegațiile continuă totuși să fie de acord cu faptul că ar trebui să își ducă mai departe eforturile comune pentru atingerea la un acord asupra unei soluții internaționale la nivelul OCDE până în 2020, prin care să se răspundă la provocările fiscale ale digitalizării economiei. Președinția ar fi pregătită să faciliteze discuțiile și coordonarea procesului respectiv la nivelul UE.

IV. CALEA DE URMAT

15. În acest context, Comitetul Reprezentanților Permanenți este invitat să recomande Consiliului să încerce să obțină un acord politic asupra textului de compromis prevăzut în anexa la prezenta notă.
-

2018/0073 (CNS)

Propunere de

DIRECTIVĂ A CONSILIULUI

**privind sistemul comun al unui impozit pe publicitatea digitală pentru veniturile rezultate din
furnizarea de servicii digitale de publicitate**

CONSILIUL UNIUNII EUROPENE,

având în vedere Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene, în special articolul 113,

având în vedere propunerea Comisiei Europene,

după transmiterea proiectului de act legislativ către parlamentele naționale,

având în vedere avizul Parlamentului European⁷,

având în vedere avizul Comitetului Economic și Social European⁸,

hotărând în conformitate cu o procedură legislativă specială,

⁷ JO C , , p. .

⁸ JO C 367, 10.10.2018, p. 73-77.

întrucât:

- (1) Economia mondială se transformă rapid într-una digitală și, drept urmare, au apărut noi modalități de a desfășura activități comerciale. Companiile digitale sunt caracterizate de faptul că operațiunile lor sunt strâns legate de internet. În special, modelele de afaceri digitale se bazează în mare măsură pe capacitatea de a desfășura activități de la distanță, cu o prezență fizică limitată sau inexistentă, pe contribuția utilizatorilor finali la crearea de valoare și pe importanța activelor necorporale.
- (2) Normele actuale de impozitare a societăților au fost dezvoltate în mare parte în decursul secolului XX, pentru companiile tradiționale. Ele se bazează pe ideea că impozitarea ar trebui să aibă loc acolo unde este creată valoarea. Cu toate acestea, aplicarea normelor actuale la economia digitală a dus la o nepotrivire între locul unde sunt impozitate profiturile și locul în care este creată valoarea, în special în cazul modelelor de afaceri care se bazează foarte mult pe participarea utilizatorilor. Prin urmare, a devenit evident faptul că normele actuale de impozitare a societăților sunt inadecvate pentru impozitarea profiturilor din economia digitală și trebuie revizuite.
- (3) Revizuirea respectivă constituie un element important al pieței unice digitale⁹, dat fiind că piața unică digitală are nevoie de un cadru fiscal modern și stabil pentru ca economia digitală să stimuleze inovarea, să combată fragmentarea pieței și să permită tuturor celor implicați să beneficieze de noua dinamică a pieței în condiții echitabile și echilibrate.

⁹ Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor intitulată „O strategie privind piața unică digitală pentru Europa” [COM(2015) 192 final, 6.5.2015].

- (4) În comunicarea sa intitulată „Un sistem de impozitare echitabil și eficient în Uniunea Europeană pentru piața unică digitală”¹⁰, adoptată la 21 septembrie 2017, Comisia a identificat dificultățile pe care le pune economia digitală normelor fiscale existente și s-a angajat să analizeze opțiunile de politică disponibile. Concluziile Consiliului ECOFIN din 5 decembrie 2017¹¹ invitau Comisia să adopte propuneri care să răspundă provocărilor pe care le prezintă impozitarea profiturilor în economia digitală, luând notă, de asemenea, de interesul exprimat de mai multe state membre pentru măsuri temporare care vizează veniturile rezultate din activitățile digitale desfășurate în Uniune ce ar rămâne în afara domeniului de aplicare al convențiilor de evitare a dublei impunerii.
- (5) Dată fiind natura globală a problemei impozitării economiei digitale, abordarea ideală ar fi să se găsească o soluție internațională multilaterală. Din acest motiv, Comisia este angajată activ în dezbaterile internaționale în acest sens. În cadrul OCDE, lucrările sunt în prezent în curs. Cu toate acestea, realizarea de progrese la nivel internațional este dificilă. Prin urmare, se iau măsuri pentru adaptarea normelor privind impozitarea societăților la nivelul Uniunii¹² și pentru încurajarea realizării de acorduri cu jurisdicții din afara Uniunii¹³, astfel încât cadrul de impozitare a societăților să poată fi adaptat la noile modele de afaceri digitale.
- (6) În așteptarea acestor măsuri, a căror aprobare și implementare este posibil să fie de durată, statele membre se confruntă cu o presiune de acțiune în legătură cu acest aspect, dat fiind riscul ca bazele lor de impozitare a societăților să se erodeze în mod semnificativ de-a lungul timpului. Măsurile necoordonate luate de statele membre în mod individual pot fragmenta piața unică și pot denatura concurența, împiedicând dezvoltarea de noi soluții digitale și competitivitatea Uniunii în ansamblu. Acesta este motivul pentru care este necesar să se adopte o abordare armonizată privind o soluție intermediară pentru serviciile digitale de publicitate, până la adoptarea unei soluții cuprinzătoare.

¹⁰ Comunicarea Comisiei către Parlamentul European și Consiliu intitulată „Un sistem de impozitare echitabil și eficient în Uniunea Europeană pentru piața unică digitală” [COM(2017) 547 final, 21.9.2017].

¹¹ Reacția la provocările reprezentate de impozitarea profiturilor din economia digitală – Concluzii ale Consiliului (5 decembrie 2017) (FISC 346 ECOFIN 1092).

¹² Propunere de directivă a Consiliului de stabilire a normelor de impozitare a societăților în cazul unei prezențe digitale substanțiale [COM(2018) 147 final].

¹³ Recomandarea Comisiei privind impozitarea societăților în cazul unei prezențe digitale substanțiale [C(2018) 1650 final].

- (7) Această soluție intermediară ar trebui să stabilească sistemul comun al unui impozit pe publicitatea digitală pentru veniturile rezultate din furnizarea de servicii digitale de publicitate de către anumite entități. Ea ar trebui să fie o măsură ușor de implementat, vizând veniturile provenite din furnizarea de servicii digitale de publicitate în cazul cărora utilizatorii contribuie în mod semnificativ la procesul de creare a valorii.
- (7a) Prezenta directivă nu ar trebui să împiedice statele membre să mențină sau să introducă impozite, taxe sau impuneri care nu pot fi caracterizate ca fiind similare impozitului pe publicitatea digitală, având în vedere în special domeniul de aplicare, funcția și alte caracteristici speciale ale acestora, cu condiția ca impozitele, taxele sau impunerile respective să nu se limiteze la întreprinderile digitale, ci să fie aplicate tuturor contribuabililor, indiferent de natura digitală sau nedigitală a acestora din urmă.
- (8) Ar trebui definite următoarele elemente ale impozitului pe publicitatea digitală: veniturile impozabile (ceea ce se impozitează), persoana impozabilă (cine este impozitat), locul de impozitare (ce proporție din veniturile impozabile se consideră că a fost obținută într-un stat membru și când), exigibilitatea, calcularea impozitului, cota și obligațiile aferente referitoare la colectarea impozitului și la cooperarea administrativă.
- (9) Impozitul pe publicitatea digitală ar trebui să se aplice veniturilor care rezultă din furnizarea de servicii digitale de publicitate, dat fiind că aceste servicii depind în mare parte de crearea de valoare de către utilizatori.
- (10) Prin urmare, veniturile impozabile ar trebui să fie cele care rezultă din plasarea pe o interfață digitală a unor materiale publicitare orientate spre utilizatorii interfeței respective. Dacă nu se obțin venituri din furnizarea unor asemenea servicii de publicitate, nu ar trebui să existe nicio obligație de plată a impozitului pe publicitatea digitală. Alte venituri care sunt obținute de entitatea ce furnizează asemenea servicii, dar care nu sunt generate în mod direct de aceste furnizări de servicii ar trebui, de asemenea, să nu intre în domeniul de aplicare al impozitului.

- (11) Serviciile care constau în plasarea pe o interfață digitală a materialelor publicitare ale unui client orientate spre utilizatorii interfeței respective nu ar trebui să fie definite prin referire la cine deține interfața digitală prin intermediul căreia apar materialele publicitare pe dispozitivul unui utilizator, ci mai degrabă prin referire la entitatea responsabilă pentru permiterea apariției materialelor publicitare respective pe interfața în cauză. Acest lucru se datorează faptului că valoarea plasării de către o companie a materialelor publicitare ale unui client pe o interfață digitală rezidă în traficul de utilizatori și în datele privind utilizatorii de care se ține de obicei seama pentru plasarea materialelor publicitare, indiferent dacă interfața aparține companiei înseși sau unei terțe părți care oferă spre închiriere spațiul digital pe care vor apărea materialele publicitare. Cu toate acestea, ar trebui să se clarifice faptul că, în cazurile în care furnizorul serviciului de publicitate și proprietarul interfeței digitale sunt entități diferite, nu ar trebui să se considere că acesta din urmă a furnizat un serviciu impozabil în sensul impozitului pe publicitatea digitală. Acest lucru este necesar pentru a se evita posibilele efecte în cascadă și dubla impunere.
- (11a) Ar trebui să existe o dispoziție de prevenire a evitării obligațiilor fiscale, prin care să se asigure faptul că contribuabilii nu recurg, pentru eludarea obligațiilor fiscale, la acorduri comerciale specifice, precum vânzarea de date privind utilizatorii. Acordurile de natura amintită ar trebui ignorate, dacă nu sunt folosite din motive comerciale valabile, care reflectă realitatea economică.
- (12) *Eliminat*
- (13) *Eliminat*
- (14) *Eliminat*
- (15) *Eliminat*
- (16) *Eliminat*
- (17) *Eliminat*
- (18) *Eliminat*
- (19) *Eliminat*
- (20) *Eliminat*
- (21) *Eliminat*

- (22) Doar anumite entități ar trebui să fie considerate drept persoane impozabile în sensul impozitului pe publicitatea digitală, indiferent dacă sunt stabilite într-un stat membru sau într-o jurisdicție din afara Uniunii. În special, o entitate ar trebui să fie considerată drept o persoană impozabilă numai dacă îndeplinește ambele condiții următoare: (i) quantumul total al veniturilor la nivel mondial raportate de entitate pentru cel mai recent exercițiu financiar încheiat pentru care este disponibilă o declarație financiară depășește **[750 000 000]** EUR și (ii) quantumul total al veniturilor impozabile obținute de entitate în cadrul Uniunii în decursul exercițiului financiar respectiv depășește **[50 000 000]** EUR.
- (23) Primul prag (totalul veniturilor anuale la nivel mondial) ar trebui să limiteze aplicarea impozitului pe publicitatea digitală la companii de anumite dimensiuni, și anume cele care sunt în principal capabile să furnizeze servicii digitale de publicitate în cazul cărora contribuțiile utilizatorilor joacă un rol fundamental și care depind în mare măsură de rețele largi de utilizatori, de un trafic de utilizatori intens și de exploatarea unei poziții puternice pe piață. Un astfel de model de afaceri, care depinde de crearea de valoare de către utilizatori pentru obținerea de venituri, este viabil numai dacă este realizat de companii de anumite dimensiuni. Mai mult, companiile mai mari dispun de oportunitatea de a se angaja în practici de planificare fiscală agresivă. Acesta este motivul pentru care același prag a fost propus în cadrul altor inițiative ale Uniunii¹⁴. Un asemenea prag are, de asemenea, scopul să genereze securitate juridică, dat fiind că ar face mai ușoară și mai puțin costisitoare sarcina companiilor și a autorităților fiscale de a determina dacă o entitate este sau nu supusă la plata impozitului pe publicitatea digitală. El exclude, de asemenea, întreprinderile mici și întreprinderile nou-înființate, asupra cărora sarcinile de asigurare a conformității aferente noului impozit probabil că ar avea un efect disproporționat.
- (24) Cel de al doilea prag (totalul veniturilor impozabile anuale în Uniune) ar trebui să limiteze aplicarea impozitului la cazurile în care la nivelul Uniunii există o amprentă digitală semnificativă în legătură cu tipul de venituri care fac obiectul impozitului pe publicitatea digitală. În special, este important ca UE să ofere un mediu favorabil pentru activitățile de cercetare și dezvoltare și pentru inovare, în special pentru întreprinderile recent înființate din sectorul digital aflat în creștere rapidă. Ca atare, impozitele suplimentare pentru astfel de societăți ar trebui să fie evitate. Pragul ar trebui să protejeze întreprinderile din economia tradițională care sunt în curs de a deveni din ce în ce mai digitalizate. Acest prag ar trebui stabilit la nivelul Uniunii, pentru a nu se ține seama de diferențele de dimensiune a pieței care pot exista în cadrul Uniunii.

¹⁴ A se vedea articolul 2 din propunerile de directivă a Consiliului privind o bază fiscală (consolidată) comună a societăților [C(C)CTB] [COM(2016) 683 final, COM(2016) 685 final].

- (25) Pentru a se conforma cadrului juridic existent, orice entitate care este considerată drept persoană impozabilă și care obține venituri impozabile tratate ca fiind obținute într-un stat membru ar trebui să fie supusă la plata impozitului pe publicitatea digitală în statul membru în cauză, indiferent dacă entitatea respectivă este stabilită în statul membru în cauză, în alt stat membru sau într-o jurisdicție din afara Uniunii.
- (26) Ar trebui stabilite norme speciale pentru entitățile care fac parte dintr-un grup. Veniturile obținute de o entitate din furnizările efectuate către alte entități care aparțin aceluiași grup ar trebui să fie excluse din domeniul de aplicare al noului impozit. Pentru a se determina dacă o entitate se situează deasupra pragurilor aplicabile și, prin urmare, este considerată persoană impozabilă, pragurile ar trebui aplicate în ceea ce privește veniturile totale ale grupului. Faptul că pragurile de la articolul 4 sunt evaluate pentru grup în ansamblul său nu schimbă faptul că fiecare entitate care furnizează servicii taxabile în grup în mod individual este o persoană impozabilă. În cazul în care una sau mai multe persoane impozabile stabilite în Uniunea Europeană fac parte dintr-un grup, grupului i se va permite să desemneze o singură entitate stabilită în Uniune care să plătească impozitul pe publicitatea digitală și să îndeplinească obligațiile în numele fiecărei persoane impozabile din grupul respectiv. Această opțiune ar trebui să faciliteze respectarea normelor și sarcina administrativă pentru întreprinderi.
- (27) Prezenta directivă nu ar trebui să împiedice un stat membru să permită întreprinderilor să deducă impozitul pe publicitatea digitală plătit din baza de impozitare a profitului pe teritoriul lor, indiferent dacă ambele impozite sunt plătite în același stat membru sau în state membre diferite.
- (28) Veniturile impozabile ale unei entități ar trebui să fie tratate ca fiind obținute într-un stat membru într-o perioadă fiscală dacă utilizatorii unui serviciu impozabil furnizat de entitatea respectivă se află în statul membru în cauză. Un utilizator ar trebui considerat ca aflându-se într-un stat membru într-o perioadă fiscală în funcție de anumite norme specifice, pe baza locului unde a fost utilizat dispozitivul utilizatorului.
- (29) În cazul în care utilizatorii unui serviciu impozabil se află în diferite state membre sau jurisdicții din afara Uniunii, veniturile impozabile relevante obținute din serviciul respectiv ar trebui repartizate pentru fiecare tranzacție fiecărui stat membru în mod proporțional, pe baza numărului de apariții ale unui material publicitar pe dispozitivele utilizatorilor într-o perioadă fiscală într-un stat membru. (30) *Eliminat*
- (31) *Eliminat*
- (32) *Eliminat*

- (33) Identificarea locului în care a fost folosit un dispozitiv al utilizatorului și, prin urmare, a locului de impozitare ar trebui să fie posibilă cu ajutorul adresei IP (protocol de internet) a dispozitivului utilizatorului. **Atunci când această informație nu este disponibilă, entitatea poate încerca să identifice locul unde se află utilizatorul pe baza altor elemente, dacă elementele respective permit estimarea rezonabilă a locului unde se află utilizatorul, cum ar fi instrumentele de geolocalizare.** Locul de impozitare nu ar trebui să țină seama de faptul dacă utilizatorii au contribuit cu bani la generarea de venituri și nici de locul din care a fost efectuată plata pentru furnizările care dau naștere unei obligații de plată a impozitului pe publicitatea digitală.
- (34) Orice prelucrare de date cu caracter personal efectuată în contextul impozitului pe publicitatea digitală ar trebui să se facă în conformitate cu Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului¹⁵, inclusiv cea care este posibil să fie necesară în legătură cu adresele IP (protocol de internet). Ar trebui să se acorde atenție în mod special necesității de a prevedea măsurile tehnice și organizatorice adecvate pentru respectarea normelor legate de legalitatea și securitatea activităților de prelucrare, de comunicarea de informații și de drepturile persoanelor vizate. Ori de câte ori este posibil, datele cu caracter personal ar trebui să fie anonimizate.
- (35) Veniturile impozabile ar trebui să fie egale cu totalul veniturilor brute obținute de o persoană impozabilă, minus taxa pe valoarea adăugată și alte impuneri similare. Veniturile impozabile ar trebui recunoscute ca fiind obținute de o persoană impozabilă în momentul în care devin exigibile, indiferent dacă au fost efectiv plătite sau nu până în acel moment. Impozitul pe publicitatea digitală ar trebui să fie exigibil într-un stat membru pentru proporția din veniturile impozabile obținute de o persoană impozabilă într-o perioadă fiscală care este tratată ca fiind obținută în statul membru în cauză și ar trebui calculat prin aplicarea cotei impozitului pe publicitatea digitală la proporția respectivă. Pentru a se evita denaturarea piețe unice, ar trebui să existe o singură cotă a impozitului pe publicitatea digitală la nivelul Uniunii. Cota impozitului pe publicitatea digitală ar trebui stabilită la 3 %.

¹⁵ 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) (JO L 119, 4.5.2016, p. 1).

- (36) Persoanele impozabile care furnizează servicii impozabile sunt supuse la plata impozitului pe publicitatea digitală și sunt supuse unei serii de obligații administrative. Identificarea, declararea impozitului pe publicitatea digitală (depunerea declarației de impozit pe publicitatea digitală) și plata impozitului pe publicitatea digitală ar trebui realizate pentru fiecare stat membru în care persoana impozabilă este supusă la plata impozitului pe publicitatea digitală. Pentru a reduce la minimum sarcina pentru întreprinderi, se propune ca procedura de identificare și depunerea declarației de impozit pe publicitatea digitală să aibă un format armonizat. Detaliile exacte ale unor astfel de formate armonizate ar trebui să fie convenite prin legislația de punere în aplicare. Declarația de impozit pe publicitatea digitală ar trebui să conțină aceleași informații și ar trebui să aibă același format în toate statele membre. Prin urmare, aceeași declarație de impozit pe publicitatea digitală ar trebui trimisă fiecărui stat membru în care este datorat impozitul pe publicitatea digitală. Persoana impozabilă ar trebui să indice în respectiva declarație de impozit pe publicitatea digitală toate numerele relevante de identificare în scopul impozitului pe publicitatea digitală atribuite aceleiași persoane. Faptul că toate statele membre în care este datorat impozitul pe publicitatea digitală cunosc informațiile privind obligația de plată a impozitului pe publicitatea digitală a aceluiași contribuabil în alte state membre constituie un „schimb de informații” imediat, care oferă fiecărui stat membru o imagine completă în cadrul Uniunii pentru fiecare contribuabil.
- (36a) Impozitul pe publicitatea digitală este datorat de persoana impozabilă în mod direct fiecărui stat membru în care este datorat impozitul pe publicitatea digitală. În consecință, fiecare stat membru în care este datorat impozit pe publicitatea digitală ar trebui să aibă dreptul de a asigura în mod direct executarea silită a impozitului pe publicitatea digitală datorat de persoana impozabilă căreia îi revine obligația de plată a acestuia, precum și să efectueze audituri fiscale și să adopte măsuri de control în scopul examinării obligației de plată a impozitului pe publicitatea digitală care îi revine unei persoane impozabile. Aceste măsuri de asigurare a executării silită și de control ar trebui să fie reglementate de norme și de procedurile aplicabile în fiecare stat membru în care este datorat impozit pe publicitatea digitală.
- (36b) O persoană impozabilă nestabilă în Uniunea Europeană ar trebui să desemneze o entitate stabilă într-un stat membru care aparține aceluiași grup drept persoana impozabilă sau un reprezentant fiscal stabilit într-un stat membru în scopul plății impozitului pe publicitatea digitală și al îndeplinirii obligațiilor administrative în numele persoanei impozabile. Această cerință ar trebui să garanteze calitatea gestionării impozitului pe publicitatea digitală. Entitatea din grup sau reprezentantul fiscal desemnat(ă) ar trebui să fie responsabil(ă) de garantarea respectării legislației fiscale de către întreprinderea dintr-o țară terță, inclusiv de depunerea declarațiilor de impozit pe publicitatea digitală în forma convenită. Acesta (aceasta) răspunde, de asemenea, de plata impozitului pe publicitatea digitală de către întreprindere pentru a garanta plata taxei datorate administrațiilor fiscale naționale. În cazul în care o persoană impozabilă nestabilă în Uniunea Europeană nu își îndeplinește obligațiile în materie de impozit pe publicitatea digitală, statele membre pot solicita unei entități stabilite în Uniunea Europeană care aparține aceluiași grup precum persoana impozabilă să plătească impozitul pe publicitatea digitală și să îndeplinească obligațiile în numele persoanei impozabile.

- (37) Statele membre ar trebui să poată stabili obligații contabile, de ținere a evidențelor sau de alt gen destinate să asigure faptul că impozitul pe publicitatea digitală datorat este efectiv plătit, precum și alte măsuri de prevenire a evaziunii, a eludării și a abuzurilor fiscale.
- (38) În vederea asigurării unor condiții uniforme pentru punerea în aplicare a prezentei directive în ceea ce privește obligațiile administrative de îndeplinit, ar trebui conferite competențe de executare Comisiei. Respectivetele competențe ar trebui să fie exercitate în conformitate cu Regulamentul (UE) nr. 182/2011 al Parlamentului European și al Consiliului¹⁶.
- (39) Întrucât administrațiile fiscale din toate statele membre se bazează în principiu pe aceleași date, directiva prevede un schimb de informații cu privire la eventuale modificări ale veniturilor declarate rezultate în urma auditurilor fiscale și a măsurilor de control. Orice modificare a valorilor cuprinse într-o declarație de impozit pe publicitatea digitală inițiată de persoana impozabilă ar trebui efectuată doar prin modificarea declarației respective și ar trebui prezentată de către persoana impozabilă prin mijloace electronice fiecărui stat membru în care era datorat impozit pe publicitatea digitală în cel mult trei ani de la data la care trebuia depusă declarația inițială. Dispozițiile privind secretul de serviciu al informațiilor sunt aliniate la Directiva 2011/16/UE¹⁷. Ori de câte ori este necesar, statele membre ar trebui să utilizeze dispozițiile adoptate de Uniune în ceea ce privește cooperarea administrativă în domeniul fiscal, precum Directivele 2011/16/UE și 2010/24/UE ale Consiliului¹⁸, sau alte măsuri disponibile la nivel internațional, precum Convenția multilaterală privind asistența administrativă reciprocă în materie fiscală, articolul 26 din Modelul de convenție fiscală al OCDE și Modelul de acord al OCDE privind schimbul de informații în materie fiscală.

¹⁶ Regulamentul (UE) nr. 182/2011 al Parlamentului European și al Consiliului din 16 februarie 2011 de stabilire a normelor și principiilor generale privind mecanismele de control de către statele membre al exercitării competențelor de executare de către Comisie (JO L 55, 28.2.2011, p. 13).

¹⁷ Directiva 2011/16/UE a Consiliului din 15 februarie 2011 privind cooperarea administrativă în domeniul fiscal și de abrogare a Directivei 77/799/CEE (JO L 64, 11.3.2011, p. 1).

¹⁸ Directiva 2010/24/UE a Consiliului din 16 martie 2010 privind asistența reciprocă în materie de recuperare a creanțelor legate de impozite, taxe și alte măsuri (JO L 84, 31.3.2010, p. 1).

- (40) În conformitate cu Declarația politică comună a statelor membre și a Comisiei din 28 septembrie 2011 privind documentele explicative¹⁹, statele membre s-au angajat să însoțească, în cazurile justificate, notificarea măsurilor de transpunere cu unul sau mai multe documente care să explice relația dintre componentele unei directive și părțile corespunzătoare din instrumentele naționale de transpunere. În ceea ce privește prezenta directivă, legiuitorul consideră că este justificată transmiterea unor astfel de documente.
- (41) Obiectivele prezentei directive vizează protejarea integrității pieței unice, asigurarea bunei funcționări a acesteia și evitarea denaturării concurenței. Deoarece, datorită naturii lor, obiectivele respective nu pot fi realizate în mod satisfăcător de către statele membre, ci pot fi realizate mai bine la nivelul Uniunii, Uniunea poate adopta măsuri în conformitate cu principiul subsidiarității, astfel cum este prevăzut la articolul 5 din Tratatul privind Uniunea Europeană. În conformitate cu principiul proporționalității, stabilit la același articol, prezenta directivă nu depășește ceea ce este necesar pentru realizarea acestor obiective.
- (42) Impozitul pe publicitatea digitală ar trebui să fie doar o soluție intermediară până la adoptarea unei soluții cuprinzătoare (a se vedea considerentul 6). Prin urmare, o dată fixă de expirare, alături de clauza de revizuire și de corelarea cu evoluțiile de la nivel mondial, asigură acest caracter intermediar,

ADOPTĂ PREZENTA DIRECTIVĂ:

Capitolul 1

OBIECT ȘI DEFINIȚII

Articolul 1

Obiect

Prezenta directivă stabilește sistemul comun al unui impozit pe publicitatea digitală pentru veniturile rezultate din furnizarea de servicii digitale de publicitate.

¹⁹ JO C 369, 17.12.2011, p. 14.

Articolul 2

Definiții

În sensul prezentei directive, se aplică următoarele definiții:

1. „entitate” înseamnă orice persoană juridică sau construcție juridică ce desfășoară o activitate prin intermediul unei companii sau al unei structuri care este transparentă în scopul impozitului pe profit;
- 1a. „stabilită pe teritoriul Uniunii” se referă la o întreprindere care și-a stabilit activitatea în Uniune sau un sediu fix pe teritoriul Uniunii;
- 1b. „nestabilită pe teritoriul Uniunii” se referă la o întreprindere care nu și-a stabilit nici activitatea în Uniune, nici un sediu fix pe teritoriul Uniunii;
2. „grup” înseamnă toate entitățile, inclusiv o societate-mamă și toate filialele acesteia în temeiul articolului 2 punctul 11 din Directiva 2013/34/UE a Parlamentului European și a Consiliului²⁰;
3. „interfață digitală” înseamnă orice software, inclusiv un site web sau o parte a acestuia, și aplicații, inclusiv aplicații mobile, care pot fi accesate de utilizatori;
4. „utilizator” înseamnă orice persoană fizică sau orice persoană juridică sau construcție juridică, indiferent de natura sa, care accesează o interfață digitală printr-un dispozitiv;
5. *eliminat*
- 5a. „materiale publicitare orientate spre utilizatori” înseamnă orice formă de comunicare comercială digitală al cărei scop este promovarea unui produs, a unui serviciu sau a unei mărci și care este orientată spre utilizatorii unei interfețe digitale pe baza datelor colectate cu privire la aceștia.

²⁰ Directiva 2013/34/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 26 iunie 2013 privind situațiile financiare anuale, situațiile financiare consolidate și rapoartele conexe ale anumitor tipuri de întreprinderi, de modificare a Directivei 2006/43/CE a Parlamentului European și a Consiliului și de abrogare a Directivelor 78/660/CEE și 83/349/CEE ale Consiliului (JO L 182, 29.6.2013, p. 19).

- 5b. [...]
6. „adresă IP (protocol de internet)” înseamnă o serie de litere sau cifre care se atribuie dispozitivelor conectate în rețea pentru a le facilita comunicarea pe internet;
7. „perioadă fiscală” înseamnă un an calendaristic.

Articolul 3
Venituri impozabile

- (1) Veniturile care rezultă din plasarea, de către o entitate, pe o interfață digitală a unor materiale publicitare orientate spre utilizatori [...] sunt considerate drept „venituri impozabile” în sensul prezentei directive.
- (1a) Veniturile rezultate din acordurile în cazul cărora eludarea obligațiilor fiscale prevăzute în prezenta directivă este scopul principal sau unul din scopurile principale sunt considerate drept venituri impozabile în temeiul prezentei directive.
- (2) Veniturile menționate la alineatul (1) includ veniturile totale brute, minus taxa pe valoarea adăugată și alte impuneri similare.
- (3) Alineatul (1) se aplică indiferent dacă interfața digitală este deținută de entitatea responsabilă cu plasarea materialelor publicitare pe ea. În cazul în care entitatea responsabilă cu plasarea materialelor publicitare nu deține interfața digitală, se consideră că entitatea respectivă, și nu proprietarul interfeței digitale, furnizează un serviciu care se încadrează la alineatul (1).
- (4) *eliminat*
- (5) *eliminat*
- (6) *eliminat*

- (7) Veniturile care rezultă din furnizarea unui serviciu care se încadrează la alineatul (1) de către o entitate aparținând unui grup către altă entitate din același grup nu sunt considerate drept venituri impozabile în sensul prezentei directive.
- (8) Dacă o entitate care face parte dintr-un grup furnizează un serviciu care se încadrează la alineatul (1) și veniturile rezultate din furnizarea respectivului serviciu sunt obținute de altă entitate din grup, în sensul prezentei directive se consideră că veniturile în cauză au fost obținute de entitatea care furnizează serviciul.
- (9) Serviciile care se încadrează la alineatul (1) sunt menționate în capitolele 2 și 3 ca „servicii impozabile”.

Articolul 4
Persoană impozabilă

- (1) „Persoană impozabilă”, în legătură cu o perioadă fiscală, înseamnă o entitate care furnizează serviciile impozabile descrise la articolul 3 alineatul (1) și care îndeplinește ambele condiții următoare:
- (a) quantumul total al veniturilor la nivel mondial raportate de entitate pentru exercițiul financiar relevant depășește **[750 000 000]** EUR;
 - (b) quantumul total al veniturilor impozabile obținute de entitate în cadrul Uniunii în decursul exercițiului financiar relevant depășește **[50 000 000]** EUR.
- (2) În cazul în care o entitate raportează sau obține venituri în altă monedă decât euro, veniturile sunt convertite în euro în scopul aplicării alineatului (1), prin utilizarea cursului de schimb publicat în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene* la ultima dată a exercițiului financiar relevant sau, dacă nu s-a efectuat nicio publicare în ziua respectivă, a cursului publicat în ziua precedentă.
- (3) La alineatele (1) și (2), „exercițiul financiar relevant” înseamnă exercițiul financiar acoperit de cea mai recentă declarație financiară disponibilă emisă de entitate înainte de sfârșitul perioadei fiscale în cauză.

- (4) Atunci când se stabilește, în temeiul alineatului (1) litera (b), dacă sunt obținute venituri impozabile în cadrul Uniunii, se aplică regula enunțată la articolul 5 alineatul (1).
- (5) Veniturile impozabile sunt recunoscute în sensul prezentei directive ca fiind obținute în momentul în care devin exigibile, indiferent dacă sumele relevante au fost efectiv plătite sau nu.
- (6) Dacă entitatea menționată la alineatul (1) face parte dintr-un grup, pragurile de la alineatul respectiv se aplică veniturilor la nivel mondial raportate de întregul grup, precum și veniturilor impozabile obținute în Uniune de întregul grup. Cu toate acestea, fiecare entitate din cadrul grupului care furnizează servicii impozabile descrise la articolul 3 alineatul (1), și nu grupul în ansamblul său, este considerată drept persoană impozabilă în cazul în care sunt îndeplinite condițiile prevăzute la alineatul (1).

Capitolul 2

LOCUL DE IMPOZITARE, EXIGIBILITATEA ȘI CALCULAREA IMPOZITULUI

Articolul 5

Locul de impozitare

- (1) În sensul prezentei directive, veniturile impozabile obținute de o entitate într-o perioadă fiscală sunt tratate ca fiind obținute într-un stat membru în respectiva perioadă fiscală dacă utilizatorii serviciului impozabil se află în statul membru în cauză în acea perioadă fiscală.

Primul paragraf se aplică indiferent dacă utilizatorii respectivi au contribuit sau nu cu bani la generarea veniturilor în cauză.

- (2) În privința unui serviciu impozabil, se consideră că utilizatorul se află într-un anumit stat membru într-o anumită perioadă fiscală dacă materialul publicitar în cauză apare pe dispozitivul utilizatorului într-un moment în care dispozitivul este utilizat în statul membru în cauză în respectiva perioadă fiscală pentru a accesa o interfață digitală.

- (3) Pentru fiecare perioadă fiscală, proporția din totalul veniturilor impozabile ale unei entități care este tratată în temeiul alineatului (1) ca fiind obținută într-un stat membru se determină proporțional cu numărul apariții ale unui material publicitar pe dispozitivele utilizatorilor în acea perioadă fiscală.
- (4) În scopul stabilirii locului de impozitare a veniturilor impozabile care intră sub incidența impozitului pe publicitatea digitală, nu se ține seama de locul din care este efectuată orice plată pentru serviciul impozabil.
- (5) În sensul prezentului articol, statul membru în care este folosit dispozitivul unui utilizator se stabilește pe baza adresei IP (protocol de internet) a dispozitivului. **Atunci când această informație nu este disponibilă, entitatea poate încerca să identifice locul unde se află utilizatorul pe baza altor elemente, dacă elementele respective permit estimarea rezonabilă a locului unde se află utilizatorul [...], cum ar fi instrumentele de geolocalizare.**
- [...]
- (6) Datele care este posibil să fie colectate de la utilizatori în scopul aplicării prezentei directive se limitează la datele care indică statul membru unde se află utilizatorii, fără a permite identificarea utilizatorilor respectivi.

Articolul 6
Exigibilitate

Impozitul pe publicitatea digitală este exigibil într-un stat membru pentru proporția veniturilor impozabile obținute de o persoană impozabilă într-o perioadă fiscală, care este tratată, în temeiul articolului 5, ca fiind obținută în statul membru în cauză. Impozitul pe publicitatea digitală devine exigibil în statul membru în cauză în următoarea zi după încheierea respectivei perioade fiscale.

Articolul 7
Calcularea impozitului

Impozitul pe publicitatea digitală se calculează pentru un stat membru și pentru o perioadă fiscală prin aplicarea cotei impozitului pe publicitatea digitală la proporția veniturilor impozabile menționată la articolul 6. Procentul pentru calcularea proporției din veniturile impozabile se rotunjește la două zecimale în acest scop.

În cazul în care quantumul cuprinde cel puțin trei zecimale, iar valoarea celei de a treia zecimală este șase sau mai mult, la a doua zecimală se adăugă unu. În cazul în care valoarea celei de a treia zecimală este patru sau mai puțin, a doua zecimală rămâne aceeași. Dacă a treia zecimală este cinci, a doua zecimală rămâne aceeași în cazul în care este pară și se mărește cu o unitate în cazul în care este impară. În cazul în care o cifră este 9 și trebuie mărită cu o unitate conform regulilor de mai sus, atunci cifra anterioară se mărește cu o unitate și cifra rotunjită este 0.

Articolul 8
Cotă

Cota impozitului pe publicitatea digitală este stabilită la 3 %.

Capitolul 3

OBLIGAȚII

Articolul 9

Persoana răspunzătoare pentru plată și pentru îndeplinirea obligațiilor

- (1) Impozitul pe publicitatea digitală se plătește, iar obligațiile din prezentul capitol se îndeplinesc de către persoana impozabilă care furnizează serviciile impozabile.

- (2) Fără a se aduce atingere alineatului (1) și articolului 4 alineatul (1), în cazul în care una sau mai multe persoane impozabile stabilite în Uniunea Europeană fac parte dintr-un grup, grupului i se va permite să desemneze o singură entitate stabilită în Uniune și care aparține grupului care să plătească impozitul pe publicitatea digitală și să îndeplinească obligațiile din acest capitol în numele fiecărei persoane impozabile din grupul respectiv care este supusă la plata impozitului pe publicitatea digitală.
- (3) În cazul în care o persoană impozabilă care nu este stabilită pe teritoriul Uniunii aparține unui grup din care una sau mai multe entități sunt stabilite în Uniune, persoana impozabilă desemnează una dintre aceste entități în scopul plății impozitului pe publicitatea digitală și pentru îndeplinirea obligațiilor prevăzute în prezentul capitol în numele persoanei impozabile.
- (4) În cazul în care o persoană impozabilă care nu este stabilită pe teritoriul Uniunii aparține unui grup din care una sau mai multe entități sunt stabilite în Uniune și în cazul în care persoana impozabilă nu și-a îndeplinit obligațiile care îi revin în temeiul alineatului (3), statele membre pot solicita ca una dintre aceste entități să plătească impozitul pe publicitatea digitală și să îndeplinească obligațiile prevăzute în prezentul capitol în numele persoanei impozabile.
- (5) O persoană impozabilă care nu este stabilită pe teritoriul Uniunii și nu face parte dintr-un grup desemnează un reprezentant fiscal stabilit într-un stat membru în scopul plății impozitului pe publicitatea digitală și pentru îndeplinirea obligațiilor prevăzute în prezentul capitol în numele persoanei impozabile respective.
- (6) În cazul în care o persoană impozabilă nu este stabilită pe teritoriul Uniunii și persoana impozabilă respectivă face parte dintr-un grup care nu are entități stabilite în Uniune, persoana impozabilă desemnează un reprezentant fiscal stabilit într-un stat membru în scopul plății impozitului pe publicitatea digitală și pentru îndeplinirea obligațiilor prevăzute în prezentul capitol în numele fiecărei persoane impozabile din grupul respectiv care este supusă la plata impozitului pe publicitatea digitală.
- (7) În cazul în care o entitate sau un reprezentant fiscal este desemnat(ă) în conformitate cu alineatele (2)-(6) de la prezentul articol, trimiterea la persoana impozabilă în prezentul capitol include trimiterea la reprezentantul fiscal sau la entitatea desemnată în sensul prezentului capitol.

Articolul 10

Identificare

- (1) O persoană impozabilă se identifică în fiecare stat membru în care persoana impozabilă respectivă este supusă la plata impozitului pe publicitatea digitală.
- (2) Identificarea se efectuează pe cale electronică, în termen de maximum 30 zile de la încheierea primei perioade fiscale pentru care persoana impozabilă este supusă la plata impozitului pe publicitatea digitală în temeiul prezentei directive („prima perioadă de exigibilitate”).
- (3) *eliminat*
- (4) Identificarea impusă de alineatul (1) include cel puțin următoarele informații cu privire la persoana impozabilă:
 - (a) numele;
 - (b) denumirea comercială, dacă este diferită de nume;
 - (c) adresa poștală;
 - (d) adresa electronică;
 - (e) numărul național de identificare fiscală, dacă este cazul;
 - (f) numele persoanei de contact;
 - (g) numărul de telefon;
 - (h) *eliminat*
 - (i) numărul IBAN sau OBAN.
- (5) Persoana impozabilă notifică fiecărui stat membru în care este supusă la plata impozitului pe publicitatea digitală orice modificare a informațiilor prevăzute la alineatul (4) în termen de 30 de zile de la momentul în care a intervenit modificarea.

- (6) În cazul în care o entitate sau un reprezentant fiscal este desemnat(ă) în temeiul articolului 9 alineatele (2)-(6), informațiile furnizate de respectiva entitate desemnată sau de respectivul reprezentant fiscal desemnat în temeiul prezentului articol în ceea ce privește fiecare persoană impozabilă din cadrul grupului sau fiecare persoană impozabilă reprezentată includ, de asemenea, informații cu privire la ea însăși (el însuși) în ceea ce privește elementele enumerate la alineatul (4).
- (7) Comisia poate adopta acte de punere în aplicare pentru a stabili un format comun al notificării impuse de prezentul articol. Respectivile acte de punere în aplicare se adoptă în conformitate cu procedura prevăzută la articolul 24 alineatul (2).

Articolul 11

Număr de identificare

- (1) Un stat membru în care este datorat impozit pe publicitatea digitală atribuie persoanei impozabile un număr individual de identificare în scopul impozitului pe publicitatea digitală și notifică persoanei impozabile numărul respectiv prin mijloace electronice, în termen de 30 de zile de la data la care a fost primită notificarea efectuată în temeiul articolului 10.

În cazul în care un reprezentant fiscal este desemnat în temeiul articolului 9 alineatul (5) sau (6), un stat membru în care este datorat impozit pe publicitatea digitală atribuie reprezentantului fiscal un număr individual de identificare în scopul impozitului pe publicitatea digitală și notifică reprezentantului fiscal numărul respectiv prin mijloace electronice, în termen de 30 de zile de la data la care a fost primită notificarea efectuată în temeiul articolului 10.

- (2) Fiecare număr individual de identificare cuprinde un prefix în conformitate cu codul ISO 3166 Alfa 2, care se referă la statul membru în care este datorat impozit pe publicitatea digitală. Cu toate acestea, Grecia și Regatul Unit utilizează prefixul „EL”, respectiv „UK”.
- (3) Statele membre iau măsurile necesare pentru a se asigura că sistemele lor de identificare permit identificarea persoanelor impozabile și păstrează un registru de identificare ce cuprinde toate numerele de identificare individuale pe care le-au alocat.

Articolul 12

eliminat

Articolul 13

eliminat

Articolul 14

Declarația de impozit pe publicitatea digitală

- (1) Persoana impozabilă depune în fiecare stat membru în care este supusă la plata impozitului pe publicitatea digitală o declarație de impozit pe publicitatea digitală pentru fiecare perioadă fiscală. Declarația se transmite pe cale electronică în termen de 90 de zile de la încheierea perioadei fiscale acoperite de declarație.
- (2) În cazul în care o persoană impozabilă a făcut uz de opțiunea de la articolul 9 alineatul (2) sau este obligată, în temeiul articolului 9 alineatul (3) sau (6), să desemneze o entitate sau un reprezentant fiscal, entitatea sau reprezentantul fiscal respectiv(ă) este autorizat(ă) să depună o declarație consolidată de impozit pe publicitatea digitală în numele tuturor persoanelor impozabile din cadrul grupului.

Articolul 15

Informațiile din declarația de impozit pe publicitatea digitală

- (1) Declarația de impozit pe publicitatea digitală conține următoarele informații:
 - (a) toate numerele de identificare în scopul impozitului pe publicitatea digitală atribuite de statele membre în temeiul articolului 11; atunci când se desemnează un reprezentant fiscal în temeiul articolului 9 alineatul (5) sau (6), numerele de identificare în scopul impozitului pe publicitatea digitală ale reprezentantului;
 - (b) pentru toate statele membre în care este datorat impozit pe publicitatea digitală pentru perioada fiscală relevantă, quantumul total al veniturilor impozabile tratate ca fiind obținute de persoana impozabilă în statele membre în cauză, împreună cu quantumul impozitului pe publicitatea digitală datorat pentru suma respectivă în statele membre în cauză.

- (2) Declarația de impozit pe publicitatea digitală cuprinde, de asemenea, în ceea ce privește perioada fiscală, cuantumul total al veniturilor la nivel mondial și cuantumul total al veniturilor impozabile în Uniune care se aplică în sensul articolului 4 alineatul (1).
- (3) Statele membre pot impune ca declarația să fie întocmită în moneda lor națională. Conversia se efectuează în conformitate cu articolul 4 alineatul (2).
- (4) *eliminat*
- (5) *eliminat*
- (6) Comisia poate adopta acte de punere în aplicare pentru a stabili un format comun al declarației de impozit pe publicitatea digitală. Respectivetele acte de punere în aplicare se adoptă în conformitate cu procedura prevăzută la articolul 24 alineatul (2).

Articolul 16

Modalități de plată

- (1) Impozitul pe publicitatea digitală datorat de o persoană impozabilă în fiecare stat membru pentru o perioadă fiscală se plătește de persoana impozabilă în fiecare stat membru în care aceasta este supusă la plata impozitului pe publicitatea digitală în cel mult 90 de zile de la încheierea perioadei fiscale în cauză.
- (2) *eliminat*
- (3) Plata se efectuează într-un cont bancar desemnat de fiecare stat membru.
- (4) *eliminat*
- (5) Statele membre pot impune ca plata să se efectueze în moneda lor națională.
- (6) *eliminat*
- (7) *eliminat*

Articolul 17

Modificarea declarației de impozit pe publicitatea digitală

- (1) Orice modificare a valorilor cuprinse într-o declarație de impozit pe publicitatea digitală inițiată de persoana impozabilă se face doar prin modificarea declarației respective și nu prin ajustări incluse într-o declarație ulterioară.
- (2) Modificările menționate la alineatul (1) se transmit pe cale electronică tuturor statelor membre în care era datorat impozit pe publicitatea digitală în cel mult trei ani de la data la care trebuia depusă declarația inițială.
- (3) Orice plată suplimentară a impozitului pe publicitatea digitală datorat de o persoană impozabilă care derivă din modificările de la alineatul (1) se efectuează în același timp cu depunerea declarației modificate de impozit pe publicitatea digitală.

Articolul 18

Măsuri privind contabilitatea, ținerea de evidențe, combaterea fraudelor, asigurarea executării silite și controlul

- (1) Statele membre stabilesc obligații contabile, de ținere a evidențelor și de alt gen destinate să asigure faptul că impozitul pe publicitatea digitală datorat autorităților fiscale este efectiv plătit.
- (2) Statele membre prevăd că persoana impozabilă trebuie să fie în măsură să demonstreze că veniturile nedeclarate din publicitatea online au fost obținute din materiale publicitare neorientate spre utilizatori.
- (3) *eliminat*
- (4) Fiecare stat membru în care este datorat impozit pe publicitatea digitală asigură executarea silită a impozitului pe publicitatea digitală datorat de persoana impozabilă relevantă. În acest sens, se aplică normele și procedurile fiecărui stat membru, inclusiv normele și procedurile referitoare la sancțiuni, dobânzi și alte impuneri pentru efectuarea cu întârziere a plăților sau pentru neplata impozitului pe publicitatea digitală, precum și normele și procedurile referitoare la executarea creanțelor.
- (5) *eliminat*

Capitolul 4

COOPERAREA ADMINISTRATIVĂ

Articolul 19

Desemnarea autorităților competente

Fiecare stat membru desemnează autoritatea competentă care să fie responsabilă în statul membru respectiv pentru gestionarea tuturor aspectelor legate de obligațiile prevăzute în capitolul 3 și în prezentul capitol și notifică numele și adresa electronică a acestei autorități Comisiei. Numele și adresele electronice ale autorităților competente sunt publicate de Comisie în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene*.

Articolul 20

Schimbul de informații

Autoritatea competentă a fiecărui stat membru comunică în termen de 30 de zile autorităților competente ale tuturor celorlalte state membre în care persoana impozabilă este supusă la plata impozitului pe publicitatea digitală orice modificare a veniturilor declarate menționată la articolul 15 alineatul (1) litera (b) și alineatul (2) și rezultată în urma auditurilor fiscale și a măsurilor de control. Informațiile comunicate între statele membre sub orice formă conform prezentei directive intră sub incidența secretului profesional și se bucură de protecția conferită informațiilor de acest tip în temeiul legislației interne a statului membru care le primește. Astfel de informații pot fi utilizate pentru administrarea și aplicarea legislației interne a tuturor statelor membre referitoare la taxele și impozitele menționate la articolul 2 din Directiva 2011/16/UE.

Articolul 21

Mijloace pentru schimbul de informații

- (1) Informațiile și documentele care trebuie transmise în temeiul prezentului capitol se transmit pe cale electronică folosind rețeaua CCN.
- (2) Comisia poate adopta acte de punere în aplicare pentru a stabili detaliile tehnice privind transmiterea acestor informații și documente. Respectivele acte de punere în aplicare se adoptă în conformitate cu procedura prevăzută la articolul 24 alineatul (2).

Capitolul 5

DISPOZIȚII FINALE

Articolul 24

Procedura comitetului

- (1) Comisia este asistată de un comitet. Comitetul respectiv este un comitet în sensul Regulamentului (UE) nr. 182/2011.
- (2) Atunci când se face trimitere la prezentul alineat, se aplică articolul 5 din Regulamentul (UE) nr. 182/2011.

Articolul 25

Transpunere

- (1) Statele membre adoptă și publică, cel târziu la [31 decembrie 2021], actele cu putere de lege și actele administrative necesare conformării cu prezenta directivă. Statele membre informează de îndată Comisia cu privire la aceasta.

Statele membre aplică dispozițiile respective începând de la [1 ianuarie 2022].

Atunci când statele membre adoptă aceste acte, ele cuprind o trimitere la prezenta directivă sau sunt însoțite de o astfel de trimitere la data publicării lor oficiale.

- (2) Statele membre comunică Comisiei textul principalelor dispoziții de drept intern pe care le adoptă în domeniul reglementat de prezenta directivă.
- (3) Până la 31 decembrie 2020, Comisia va pregăti un raport de evaluare a progreselor înregistrate în ceea ce privește revizuirile standardelor internaționale de impozitare a societăților pentru a face față provocărilor generate de digitalizare convenite la nivelul OCDE, însoțit, dacă este cazul, de o propunere de amânare a aplicării prezentei directive sau de abrogare a prezentei directive.
- (4) Prezenta directivă expiră după intrarea în vigoare a revizuirilor standardelor internaționale de impozitare a societăților pentru a face față provocărilor generate de digitalizare convenite la nivelul OCDE sau cel târziu până la data de 31 decembrie [2025].

Articolul 26
Intrare în vigoare

Prezenta directivă intră în vigoare în a douăzecea zi de la data publicării în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene*.

Articolul 27
Destinatari

Prezenta directivă se adresează statelor membre.

Adoptată la Bruxelles,

Pentru Consiliu
Președintele
