

Metale prețioase

- Aur, argint și metalele din grupa platinei sunt materii prime din care se realizează bunuri și se folosesc în tehnică, medicină, tezaur, alimentație.

Plus valoarea majoră

- Se realizează la producția și comerțul cu bijuterii întrucât, spre deosebire de alte domenii de aplicabilitate a metalelor și pietrelor prețioase, în cazul bijuteriilor se utilizează cea mai mare cantitate de metale și pietre prețioase (peste 60%), în plus cererea de bijuterii deține cea mai mare cotă de piață din totalul produselor și serviciilor ce au la bază metale și pietre prețioase.

Controlul aurului

- Nu necesită o altă modalitate decât controlul general la alte materii prime sau bunuri asemănătoare - motive:
- este materie primă ca și multe altele;
- stocurile sunt constituite din capital privat;
- nu afectează sănătatea și siguranța publică;
- nu pune în pericol siguranța națională;
- reglementările contabile generale sunt suficiente (practica întâlnită și în celelalte state UE);
- nediscriminarea și pentru profesii este prevăzută în Constituție;

Anacronisme

- Persistă în zilele noastre, cum că: „... aurul trebuie controlat sever...” prin tot felul de măsuri, însă cei care susțin această aberație nu au cunoștințe despre sursa anacronismului.

V.I. Lenin

- Într-un discurs din 1918: „bijuteriile și obiectele din metal prețioase sunt un semn de decadentă a burgheziei... iar, în concepția noastră, se vor folosi metalele prețioase doar pentru căptușirea toaletelor publice datorită caracteristicilor acestora...”.

Monopol strict

- Statele comuniste au pus monopol strict asupra metalelor prețioase și pietrelor prețioase – la fel și România în perioada totalitară – unde doar unitățile socialiste și cooperativele erau îndreptățite să efectueze operațiuni în domeniu;

Controlul monopolului

- În România au fost realizate departamente specializate ale Miliției și BNR, iar în cele mai multe cazuri controalele au fost executate ca în filmele americane: „...fața la perete, mâinile sus, picioarele îndepărtate, nu vorbește nimeni...”, percheziții corporale – inclusiv lenjeria intimă, căutări în sertare, pe și sub dulapuri, în ghivecele de flori și coșurile de gunoi etc.!

Poate că mai sunt anumite persoane (unele și cu puteri decizionale!) care au asemenea viziuni inumane, nedemocratice, anacronice și total neavenite.

Tradiție de peste 6000 de ani

- Țara noastră deține o istorie de peste șase mii de ani în ceea ce privește prelucrarea aurului în bijuterii, fiind cea mai îndelungată din Europa.

Perioada interbelică

- Începând cu anii 1250 până în perioada interbelică bijuterii și argintarii erau organizați în bresle. Realizările meseriașilor din aceste organizații era remarcabilă, produsele breslelor din Brașov și Cluj fiind căutate în toată Europa Medievală. În muzeele din țară și din străinătate se pot admira obiecte realizate în acea perioadă de către bijuterii din această zonă.

REGLEMENTĂRI LEGALE / ÎN TRECUT ȘI PREZENT

Contradicție legislativă

- Până în 2004 a fost în vigoare Decretul 244 din 1978, care reglementa monopolul strict al statului în domeniu, prin care numai unitățile socialiste și cooperativele aveau dreptul de a efectua operațiuni cu metale și pietre prețioase. Atribuții de control, până în 1989, avea Miliția și BNR, care în multe cazuri au organizat acțiuni de control de o severitate ieșită din comun, abuzurile fiind una dintre cele mai utilizate practici.

- Din 1989 operatorii (în mare parte SRL-uri) trebuiau să obțină aprobarea unui judecător pentru efectuarea operațiunilor în domeniu. În aceste condiții destul de dure, cu un trecut înspăimântător și cu un prezent plin de obstacole și bariere administrative, totuși această ramură economică s-a dezvoltat în mod miraculos, după „Revoluție”, în ciuda faptului că mulți antreprenori au fost supuși unor abuzuri, astăzi greu de imaginat. Ex.: **sectoristul** controla marcarea obiectelor, **SANIPID-ul** făcea stocul de aur și multe, multe altele!

Primul Patronat

- În anul 2000 s-a constituit primul patronat în această branșă (Patronatul Bijuteriilor din România - PBR), care s-a implicat activ pentru blocarea intenției de creare a unui Oficiu Național de Marcare, inițiat de premierul de atunci, fost și actual șef al BNR.

„Oficiul” dorit de premier nu s-a realizat, iar atribuțiile de control în domeniu s-au transferat la ANPC în urma propunerii și susținerii acestui demers într-o formă bine argumentată din partea patronatului.

Deci, faptul că astăzi ANPC reglementează și monitorizează piața obiectelor din metale și pietre prețioase se datorează în mare parte PBR care, în ciuda opiniilor generalizate, nu și-a dorit un sector fără niciun fel de control – un „no man’s land” al bijuteriilor, ba dimpotrivă, a considerat imperativ necesar un control corect, eficient și bazat pe principiile liberale ale economiei de piață, ca factor determinant de creștere economică și prosperitate în această ramură de activitate.

OUG 190/2000

- A fost promulgată în anul 2004, act normativ în care două cerințe ale Patronatului nu au fost realizate și anume:

1. autorizarea trebuia acordată pe baza dovezii de profesionalitate;
2. crearea unui sistem de școlarizare.

Lipsa acestora ne creează și în prezent probleme majore.

Modalitatea autorizării operațiunilor cu metale și pietre prețioase a fost complet distorsionată de către ANPC, asimilând-o ca pe o sursă de venituri, lipsită chiar și astăzi de orice justificare corectă. În fapt, această autorizare constituie o suprataxare nejustificată a unei ramuri economice, contribuind astfel la o decapitalizare semnificativă a operatorilor din domeniu.

SITUAȚIA ECONOMICĂ DIN RAMURĂ

Astăzi în România

- Operează peste 6000 de firme din care aproximativ 2000 prestează servicii și produc bijuterii, iar aproximativ 200 de firme dețin mijloace de producție modernă.
Peste 60.000 de persoane mai sunt direct angajate.

Producția autohtonă

- A involuat dramatic, nereușind să țină pasul cu piața nefiscalizată.

În 2008 s-au vândut în România, aproximativ 1.000 kg de bijuterii din aur de 585/000 pe lună. Tehnologia disponibilă la noi și capacitățile de producție ar fi fost suficiente pentru a putea satisface cel puțin jumătate din cererea pieței, cu rezultate economice impresionante atât pentru branșă, cât și pentru consumator și bugetul de stat.

La momentul actual se produc circa 100 kg de bijuterii din aur de 585/000 pe lună și dublu cantitate de bijuterii din argint.

Piața autohtonă

În 2004 s-a produs o dezechilibrare majoră în această ramură economică prin eliminarea accizării bijuteriilor vândute în casele de amanet. Această măsură coroborată și cu TVA-ul a însumat un avantaj de peste 50% din prețul normal fiscalizat. Astfel s-a creat miza pentru piața neagră. Sacoșarii, care la început aprovizionau din Turcia casele de amanet, au luat-o pe cont propriu și au ajuns în timp la cote de peste 75-80% din totalul pieței!

Fiscalitatea uriașă și discriminatorie combinată cu o birocrație excesivă și costisitoare a condus, inevitabil, la situația de mai sus.

Piața nefiscalizată

Păgubește în primul rând producția internă și comerțul legal. Apoi contribuie esențial la operațiuni ilicite prin care sunt păcăliți consumatorii. Iar bugetul consolidat este văduvit semnificativ.

PERSPECTIVE

Colaborare instituțională

În 2013 s-a încheiat un protocol de colaborare între confederațiile patronale UGIR-1903, CONPIROM și ANPC prin care s-a stabilit colaborarea instituțiilor pentru elaborarea unui nou act normativ care să conducă la soluționarea problemelor identificate. Ceea ce constituie un prim pas democratic în exercițiul legiferării în acest domeniu.

Probleme majore

Lipsa de profesionalitate și de etică profesională sunt carențele majore care determină situația precară a domeniului, situație care trebuie schimbată.

Soluții propuse

Colaborarea inter-instituțională pentru:

- ridicarea nivelului de profesionalitate;
- introducerea unui Cod de Bune Practici;
- eficientizarea și simplificarea acțiunilor de control de calitate;
- responsabilizarea deplină a operatorilor în ceea ce privește calitatea și denumirea produselor;
- acțiuni de informare a consumatorilor;
- crearea unei platforme comune de dialog pentru evidențierea disfuncționalităților și curențelor și identificarea unor soluții pentru îndepărtarea acestora.

Atribuții

Stabilite astfel încât să poată asigura atât protecția eficientă a consumatorilor cât și funcționalitatea coerentă a întregii ramuri economice, astfel încât să beneficieze la maxim și bugetul consolidat:

- prin eficientizarea acțiunilor de control a calității produselor și prin ridicarea nivelului tehnologic necesar pentru determinarea exactă a titlului metalelor prețioase din aliajele bijuteriilor;
- prin ridicarea nivelului de profesionalitate și prin realizarea ordinii și corectitudinii în „bucătăria internă” a breslei operatorilor.

Atingerea obiectivelor

- ANPC se va concentra pe controlul corect al conținutului de metal prețios din produse
- „COLEGIUL” – instituție organizatorică profesională (creată de către patronate și înființată prin lege) se va ocupa în mod eficient de ridicarea nivelului de profesionalitate și de corectitudine în ceea ce privește întreaga conduită etică obligatorie a operatorilor, prin întocmirea unui “Cod de Bune Practici” și respectarea cu strictețe a acestuia.

Rezultatul unei astfel de organizare va fi:

1. Protecția consumatorilor va fi maximă prin eliminarea unor poveri birocratice, ineficiente și inutile ale ANPC și posibilitatea de a se putea concentra asupra controlului calității produselor și ale denumirii acestora (în special la conținutul pietrelor prețioase).
2. Calitatea produselor și ale serviciilor operatorilor vor fi ridicate și corect oferite consumatorilor prin respectarea Codului de Bune Practici introdus în mod obligatoriu pentru fiecare operator, administrat și controlat de „COLEGIU”.

MARCAREA

Scopul

marcării este informarea corectă a consumatorului asupra conținutului de metal prețios în aliajul din care este realizat obiectul și cine răspunde de calitatea acestuia.

Conținutul corect

1. MARCA TITLULUI = însemnarea proporției în miimi al metalului prețios conținut în aliajul din care este realizat obiectul;
2. MARCA DE RESPONSABILITATE = identitatea operatorului care stă în relație directă cu consumatorul.

Pentru cazuri de excepție

3. MARCA DE STAT – la cererea consumatorului sau a operatorului;

4. MARCA CONVENȚIEI – la cererea operatorilor interesați.

Marcare obligatorie

Marca Titlului și Marca de Responsabilitate sunt singurele mărci obligatorii.

Argumente

- scopul real al marcării – informarea consumatorilor;
- toleranța negativă a titlului - interzisă prin reglementări internaționale;
- delegarea răspunderii directe a vânzătorului față de consumator către alt operator – interzisă prin reglementări internaționale.

Marcarea instituționalizată obligatorie

- nu generează plus valoare în raport cu costurile necesare realizării;
- nu se pot exclude erorile la marcarea instituționalizată;
- generează costuri uriașe prin birocrăția necesară;
- generează taxe inutile;
- favorizează apariția corupției;
- poate genera înșelăciune la scara mare prin posibilitatea de falsificare a mărcilor instituției;
- avantajează piața nefiscalizată care nu va avea de suportat costurile operaționale generate de birocrăție și de taxe;
- generează probleme juridice – deoarece nu se poate face o supervizare cu taxare fără responsabilitatea instituției care aplică mărcile;
- generează probleme economice prin pagube produse operatorilor ca urmare a întârzierii livrărilor datorită duratei marcării instituționalizate;
- poate fi interpretată ca bariera severă în libera circulație a mărfurilor - un pilon principal al UE;
- proceduri de laborator complicate și costisitoare și de durată în timp pentru determinarea exactă a titlului;
- este anacronică, iar majoritatea țărilor în care se practică provin din fostul lagăr comunist;
- în contextul competiției economice de globalizare nu se mai justifică o asemenea practică;
- la o eventuală armonizare a domeniului pe plan european, o asemenea practică nu ar avea șanse de a fi introduse, deoarece nu numărul țărilor va conta, ci voturile pe care la are fiecare țară, iar țările precum Italia, Germania și multe altele care nu au marcarea instituționalizată obligatorie, dețin majoritatea hotărâtoare de voturi în comisa de resort.

Concluzie

Instituțiile implicate în elaborarea actelor de reglementare a acestui domeniu ar trebui să țină cont și să procedeze cu bună credință și profesionalism, respectând reciproc scopul instituțiilor pentru protecția consumatorilor, pentru reprezentarea intereselor legale ale organizațiilor civice patronale și profesionale pentru a putea ajunge la o reglementare modernă și eficientă care ar trebui să conducă la o siguranță pentru consumatori și la o predictibilitate în această ramură economică pentru operatori.