importance” ou qu’elle est „ peu importante” (25,17 %), en rvsultant que la couleur du vin n’est pas une caractéristique très important pour l’achat du vin (***fig.8***).

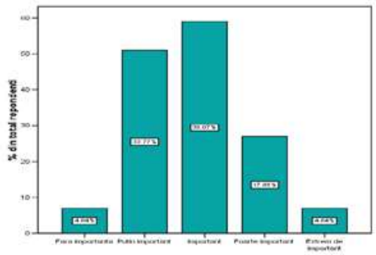


Fig.5– Importance du cepage à l’acquisition du vin

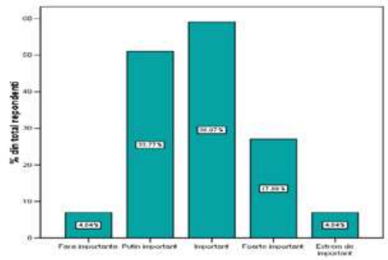


Fig. 6 – Importance de la qualité perçue par le consommateurs

Pourtant, si on a en vue que la couleur du vin s/associe aux plats culinaires, on apprécie que la couleur et la limpidité du vin sont très importantes.

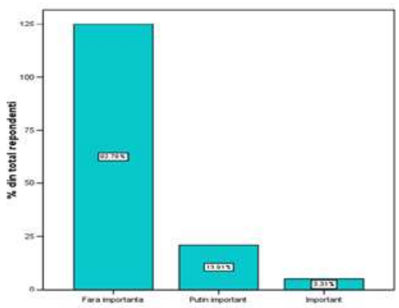


Fig. 7 – Importance du vieiliissement du vin

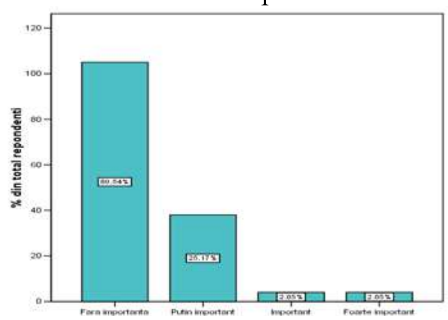


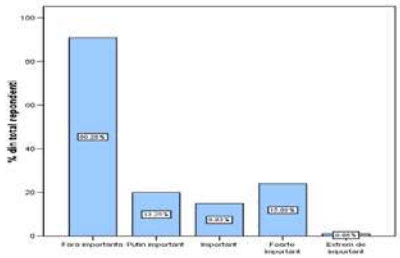
Fig. 8 – Importance de la couleur du vin

À la question „*Combien d’importance présente le prix pour l’achat du vin?*”, 60,26 % d’entre les sujets intérrogés ont repondu que „le prix n’a aucune importance” ou que „le prix est peu important” (13,25 %), d’où on peut conclure que pour les grands consommateurs le prix n’est pas un obstacle dans l’acquisition d’un bon vin, de qualité supérieure (***fig.9***).

À la question „*Combien d’importance a pour les consommateurs la façon de présentation et l’emballage du vin pour être acheté?*”, seulement 7,95 % d’entre ceux soumis à l’interview considérent ce critère „important” ou „très important” (0,66 %) (***fig.10***). Il résulte que les préférences des certains consommateurs sont orientées vers l’achat du vin en vrac, en demontrant un pouvoir réduit d’achat.

En même temps, 72,85 % d’entre les sujets de l’échantillon apprécient que le prestiqge du producteur ou de l’offertant est „sans importance” pour l’acquisition du vin, fait qui demontre un niveau bas de connaissances dans ce domaine ***(fig.11).***

À la question „*Quel est le cepage du vin préféré à l’acquisition du vin pour la consommation?*”, 30,46 % d’entre ceux intérrogés préférent le cepage „Busuioacă de Bohotin”, 27,81 % - le cepage „Fetească regală”, 15,89 % - „Zghihară de Huşi” etc. ***(fig.12).*** Les résultats du sondage statistique réalisé montre que les préférences des roumains sont orintées vers les vins doux jusqu’aux vins secs et demi-secs, ainsi qu’il résulte aussi des différents études de spécialité publiés



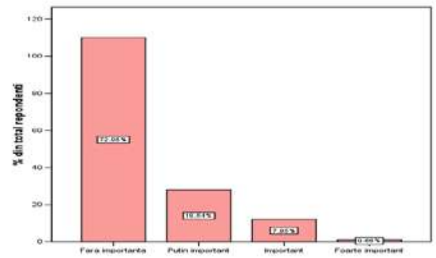
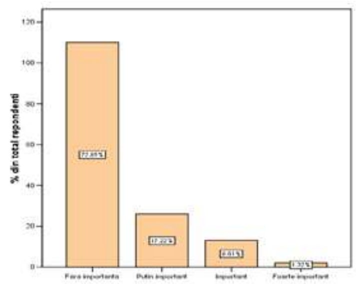


Fig.9 – Importance du prix pour l'achat du vin

Fig.10– Importance de la façon de présentation et emballage du vin acheté



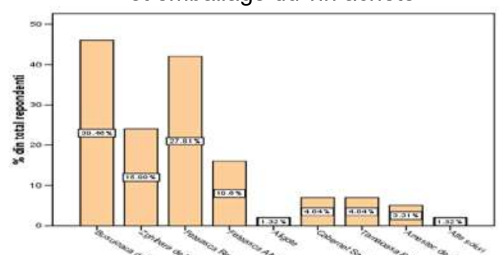


Fig. 11 **-** Importance du prestige du producteur pour l'acaht du vin

Fig.12 **–** Classement hiérarchique des cepages en fonction de la préférence des consommateur

En fonction de la préférence des consommateurs pour un certain producteur ou offertant des vins, S.C.Vidişamp S.A. Huşi occupe la première position sur le marché du district de Vaslui, detenant 57,62 % du total, suivie par S.C. Vinicola Avereşti 2000 S.A. avec 25,83 %, S.C. Speed S.R.L. Huşi avec 11,92 % etc. (***fig.13).***

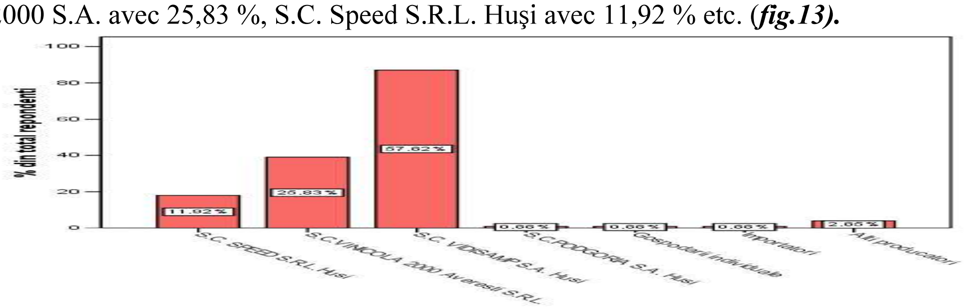


Fig. 13 **–** Position des producteurs des vins sur le marché en fonction des préférences des consommateurs

CONCLUSIONS

1. La recherche sociologique a eu le but d'evaluer l'attitude des consommateurs à l'asquisition du vin, a été basée sur la méthode du sondage statistique par l'intermediaire du qeustionnaire écrit et a été appliquée sur un échantillon de 161 sujts, desquels ont été validés 151 sujts, ayant le domicile de résidence et le lieu de travail dans le district de Vaslui.

2. Pour l'acquisition du vin, 61,6 % d'entre les sujets intérrogés ont précisés que le cepage du vin est un critère important, très important ou extrêmement important. Poutant, 38,4 % d'entre eux apprécient que le cepage du vin est peu important ou n'a pas

d'importance, d'où il resulte que pour ces consommateurs le vin n'est pas considéré un aliment et aussi qu'ils n'ont pas de connaissances solides concernant les cepages des vins offerts par les producteurs.

3. Concernant l'importance de la qualité sensorielle perçue par les consommateurs à l'acquisition du vin, 58,93 % d'entre eux considérent la qualité sensorielle importante, très importante ou extrêmement importante. Aussi, 82,78 % du nombre total des sujets ont repondu que le vieillissement du vin est sans importance ou peu important, fait qui explique les différents changements d'attitude des consommateurs du vin

4. Concernant la couleur du vin (blanc, rouge ou rosé), la majorité des sujets (94,71 %) considérent qu'elle n'a pas d'importance ou est peu importante, fait qui montre des connaissances faibles liées à l'association entre la couleur du vin et différents plats culinaires ou des recommandations à l'occasion des événements festives ou des fêtes réligieuses.

5. Le prix du vin acheté n'est pas important pour 73,51 % du nombre des sujets intérrogés, d'où on peut conclure que pour une partie des consommateurs le prix ne représente pas un obstacle dans l'action d'acquisition..

6. Pour la majorité de ceux intérrogés (91,39 %), la façon de présentation et l'emballage du vin ne présentent pas beaucoup d'importance. Par conséquence, la majorité des consommateurs intérrogés préférent acheter le vin en vrac

7. Dans la région analysée, le cepage du vin préféré pour la consommation est „Busuioaca de Bohotin", suivi par „Fetească regală" et „Zghihară de Huşi". Il résulte que les roumains préférent les vins doux, mais aussi les vins demi-secs et secs.

BIBLIOGRAPHIE

1. **Aldea Ana-Maria,** 2001 - *Motivaţiile consumatorilor de vin.* Rev. Tribuna economică, nr.49, Bucureşti.
2. **Barbău Irina-Anda, Chiran A., Gîndu Elena, Ciobotaru Elena-Adina, Murariu Cornelia,** 2004 – *Studiu privind evoluţia viticulturii româneşti în perspectiva aderării la Uniunea Europeană.* Lucr. şt. U.S.A.M.V. Iaşi, vol. 47, seria Horticultură.
3. **Barbău Irina-Anda, Gîndu Elena, Chiran A.,** 2006 - *Studiu privind piaţa vinului la nivel mondial şi în Uniunea Europeană.* Lucr. şt. U.S.A.M.V. Iaşi, vol. 49, seria Horticultură.
4. **Chiran A. şi colab.,** 2001-*Studiu privind rezultatele economico-financiare înregistrate de S.C.Vinifruct Copou S.A. Iaşi în perioada 1996-2000 şi tendinţe de viitor.* Lucrări ştiinţifice, U.S.A.M.V. Iaşi, vol. 44, seria Agronomie.
5. **Chiran A., Gîndu Elena, Banu A., Ciobotaru Elena-Adina,** 2002 –*Marketing agroalimentar- teorie şi practică.* Ed. Orizonturi, Bucureşti.
6. **Chiran A., Barbău Irina-Anda, Gîndu Elena, Ciobotaru Elena-Adina, Murariu Cornelia,** 2003-*Studiul privind evoluţia principalilor indicatori tehnico-economici privind cultura viţei de vie în arealul viticol Huşi-Tătărăni judeţul Vaslui.* Lucrari ştiinţifice U.S.A.M.V. Iaşi, vol.46, seria Horticultură.
7. **Cotea D.V.,** 2000-*Podgoriile şi vinurile României.* Ed. Academiei Române, Bucureşti.
8. **Fîntîneanu Gina şi colab.** 2000-*Piaţa strugurilor şi a vinului-Situaţie şi perspectivă.* Rev.Hortus, nr.7, Bucureşţi.
9. **Grecu V.,** 2001-*Soiurile de viţă de vie pentru vinuri roşii sau roze de consum curent.* Rev. Hortinform, nr.11, Bucureşti.
10. **Grecu V.,** 2001-*Soiurile de viţă de vie pentru vinuri albe de calitate superioară.* Rev. Hortinform, nr.10, Bucureşti.
11. **Ursoi M.,** 2001-Sectorul vitivinicol şi perspectivele integrării României în structurile europene. Rev.Hortinform, nr.6, Bucureşţi.

DANISH FISCAL SYSTEM

SISTEMUL FISCAL DANEZ

BOSTAN I.[1], MORARIU ALUNICA[2], BURCIU A.[2]
[1]District Chamber of Auditors Iasi
[2] "Ştefan cel Mare" University Suceava

Abstract. *The tax and levy system is characterizing by suppleness and modernity. Here we make an approach from a fiscal business perspective.*
Keywords: *Income tax, VAT, societies register, fiscal administration.*

Rezumat*:* *Sistemul de impozite şi taxe al Danemarcei este caracterizat de supleţe şi modernitate. Aici, noi recurgem la o abordare din perspectiva, mai ales, a fiscalizării (impunerii şi taxării) business-ului.*
Cuvinte cheie: *Impozit pe profit, taxa pe valoarea adăugată, registrul societăţilor, administraţie fiscală.*

Generalities regarding the Danish economy. Denmark is part of the group of the most developed countries, OCDE members. This fact is reflected also in the distribution of the production between the various economical sectors. Traditionally, Denmark has been considered an agriculture based country, with big exports on manufactured aliments (food). The agro-alimentary exports are still very important (high), but the agriculture balance became lower than 5% from GDP. The industrial production represents about 20%, constructions about 5%. But, the most dominant sector is the third sector, of the services, with about 46%. We underline the fact that the Danish industry is most of all based on the SMSEs: over 80% from the manufacturing companies have under 20 employees. Just 1000 companies have more than 100 employees, but more than half of the labor from the industrial domain is part of these companies.

The business frame. In Denmark, the Central Business Register (Det Centrale Virksomheds Register – CVR) is the centre for the legal registration of the businesses, in coordination with the Central Register of the Population that administrate the system of the personal numbers and also keeps the information about the population/persons, and also with the Central Register of the Building and Accommodation, in the construction and locative space administration domain.

CVR is the central register of the commercial companies from Denmark, and the information from the register is the basis of the contact between the companies and the public in solving various fiscal, administrative, statistical and other demands/aspects, regarding the companies. Beside that, the information from the register is used by many commercial companies in their business practice.

The inputs from this register are reported also to other public authorities, such as: The Tariffs and Fiscal Central Administration (Told og Skat), that is under the ferule of the Ministry of Contribution/taxes (Skatteministeriet), The Danish agency for Commerce and Companies and the Danish Centre for Statistics, that becomes, also data suppliers for others. The public authority obligation to use the number of CVR makes this number to be mentioned on the heather of the letters or other materials addressed in a business purpose in

Denmark. The allocation of the CVR number had as the base the SE number, which is accorded in fiscal purposes, by the Tariffs and Fiscal.

The public taxation. The net profit of the companies is the basis of the 28% taxation level. These taxes are identical for any kind of company A/S, ApS and branches/subsidiaries. A Danish - resident company is forced by law to this taxation for its profits from all over the world. A company is considered to be resident in Denmark for fiscal reasons if it is legal registered in Denmark and it has the legal headquarter in Denmark. But even a company that is registered outside of the Denmark is considered resident (in Denmark), for fiscal reasons, if its own management is located in this country. The effective management is determined on the basis of the place where the businesses decisions are daily taken.

Some payments for non-residents make, also, the object for a taxation, which can be reduced, in accordance with different external treaty regarding the taxation. The dividends from the Danish subsidiaries can be distributed without taxation, under the condition that the mother-company to detain 25% or more from that subsidiary company, during a period of at least one year, and the dividends are regarding that period.

In accordance with the Danish law/regulation, taxes are caught for the royalty from the right of using patents/licences, trade brand, drawings or models, plans, formulas or secret procedures and information regarding the industrial, commercial or scientific procedures. The payments for the intangible goods acquisition, with connection with some material goods, are not usually under taxation. Even so, the payment for the know-how access can be regarded as an object of taxation.

To mention the fact that between Romania and Denmark there is a "Treaty regarding the avoidance of double tax payment on the income and wealth taxation", signed in December 1976. In accordance with this convention, there are presented taxation levels of 15% for persons and companies, 0% for dividends from the companies and 10% for royalties. Also in accordance with the convention, once the taxation has been established and received in one of the countries, there will not be any other taxation in the other country. In Denmark there is an VAT (MOMS) of 25%. Some businesses are excepted from the payment of the MOMS. Between these, the most important are: the hospital, medical and dental care, the bank services and some financial activities and also the tourism agents' services. The Danish legal created companies must register for payment of the MOMS.

We conclude underlining the fact that a company registered in a foreign country, that does its businesses in Denmark, can be asked for submitting fin order to pay the at a specialised agent. The MOMS recover can be made only for the foreign companies, not registered for MOMS in Denmark.

Note: *Denmark implements the EU directives in the national legislation as laws or regulations. For many economical, fiscal, situations, the specific demands are those from the European norms and standards (http://www.ds.dk/). To be consulted the economical information from the Romanian Embassy in Denmark.*

BIBLIOGRAPHY

1. Bostan I., 2004 - *Drept fiscal european* (Suport de curs). Centrul de Studii Europene, Iaşi.
2. Minea M. Şt., Costaş C. F., 2006 - *Fiscalitatea în Europa*. Ed. Rosetti, Bucureşti.
3. Şaguna D. D., 2006 - *Drept financiar fiscal*. Ed. All Beck, Bucureşti.
4. www.ds.dk