

REGULAMENTUL (CE) NR. 1262/2008 AL COMISIEI**din 16 decembrie 2008****de modificare a Regulamentului (CE) nr. 1126/2008 de adoptare a anumitor standarde internaționale de contabilitate în conformitate cu Regulamentul (CE) nr. 1606/2002 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește Interpretarea 13 a Comitetului pentru interpretarea standardelor internaționale de raportare financiară (IFRIC)****(Text cu relevanță pentru SEE)**

COMISIA COMUNITĂȚILOR EUROPENE,

având în vedere Tratatul de instituire a Comunității Europene,

având în vedere Regulamentul (CE) nr. 1606/2002 al Parlamentului European și al Consiliului din 19 iulie 2002 privind aplicarea standardelor internaționale de contabilitate⁽¹⁾, în special articolul 3 alineatul (1),

întrucât:

- (1) Prin Regulamentul (CE) nr. 1126/2008 al Comisiei⁽²⁾ au fost adoptate anumite standarde internaționale de contabilitate și interpretări în vigoare la 15 octombrie 2008.
- (2) La 5 iulie 2007, Comitetul pentru interpretarea standardelor internaționale de raportare financiară (IFRIC) a publicat Interpretarea IFRIC 13 Programe de fidelizare a clienților, denumită în continuare „IFRIC 13”. IFRIC 13 elimină actualele inadvertențe constatate în practică cu privire la modul de tratament contabil al bunurilor sau al serviciilor gratuite sau cu preț redus care se vând în cadrul programelor de fidelizare a clienților și pe care societățile le acordă acestora sub formă de puncte, mile aeriene sau alte avantaje la vânzarea unui bun sau a unui serviciu.
- (3) Consultarea Grupului de experți tehnici (TEG) din cadrul Grupului consultativ european pentru raportări financiare (EFRAG) confirmă faptul că IFRIC 13 îndeplinește criteriile tehnice pentru adoptare stabilite la articolul 3 alineatul (2) din Regulamentul (CE) nr. 1606/2002. În conformitate cu Decizia 2006/505/CE a Comisiei din

14 iulie 2006 de instituire a Grupului de examinare a avizelor privind standardele contabile în vederea consilierii Comisiei cu privire la obiectivitatea și neutralitatea avizelor Grupului consultativ european pentru raportări financiare (EFRAG)⁽³⁾, Grupul de examinare a avizelor privind standardele contabile a analizat avizul EFRAG privind adoptarea IFRIC 13 și a confirmat Comisiei Europene caracterul echilibrat și obiectiv al acestuia.

- (4) Prin urmare, este necesar ca Regulamentul (CE) nr. 1126/2008 să fie modificat în consecință.
- (5) Măsurile prevăzute de prezentul regulament sunt conforme cu avizul Comitetului de reglementare contabilă,

ADOPTĂ PREZENTUL REGULAMENT:

Articolul 1

În anexa la Regulamentul (CE) nr. 1126/2008, Interpretarea 13 Programe de fidelizare a clienților a Comitetului pentru interpretarea standardelor internaționale de raportare financiară (IFRIC) se inserează astfel cum se indică în anexa la prezentul regulament.

Articolul 2

Fiecare societate aplică IFRIC 13, care figurează în anexa la prezentul regulament, cel târziu de la data începerii primului exercițiu financiar de după 31 decembrie 2008.

Articolul 3

Prezentul regulament intră în vigoare în a treia zi de la data publicării în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene*.

Prezentul regulament este obligatoriu în toate elementele sale și se aplică direct în toate statele membre.

Adoptat la Bruxelles, 16 decembrie 2008.

Pentru Comisie
Charlie McCREEVY
Membru al Comisiei

⁽¹⁾ JO L 243, 11.9.2002, p. 1.
⁽²⁾ JO L 320, 29.11.2008, p. 1.

⁽³⁾ JO L 199, 21.7.2006, p. 33.

ANEXĂ

STANDARDE INTERNAȚIONALE DE RAPORTARE FINANCIARĂ

IFRIC 13	„Interpretarea 13 <i>Programe de fidelizare a clienților a IFRIC</i> ”
----------	--

INTERPRETAREA IFRIC 13**Programe de fidelizare a clienților**

REFERINȚE

- IAS 8 *Politici contabile, modificări ale estimărilor contabile și erori*
- IAS 18 *Venituri*
- IAS 37 *Provizioane, datorii contingente și active contingente*

CONTEXT

- 1 Programele de fidelizare a clienților sunt utilizate de către entități pentru a stimula clienții să cumpere bunurile sau serviciile pe care ele le oferă. Dacă un client cumpără bunuri sau servicii, entitatea îi acordă clientului puncte cadou (adesea denumite „puncte”). Clientul poate folosi punctele cadou pentru a primi recompense, cum ar fi bunuri sau servicii gratuite sau la preț redus.
- 2 Programele funcționează în diverse moduri. Clienților li se poate cere să acumuleze un anumit număr minim sau o anumită valoare minimă de puncte cadou înainte de a le putea folosi. Punctele cadou pot corespunde unor achiziții individuale sau unor grupuri de achiziții, sau unei practici de achiziționare constantă derulate de-a lungul unei anumite perioade de timp. Entitatea poate gestiona ea însăși programul de fidelizare a clienților sau poate participa la un program gestionat de o terță parte. Punctele cadou pot include bunuri sau servicii furnizate de entitatea în cauză și/sau dreptul de a pretinde bunuri sau servicii de la o terță parte.

DOMENIU DE APLICARE

- 3 Prezenta interpretare se aplică punctelor de fidelizare a clienților pe care:
 - (a) le acordă o entitate clienților săi ca parte a unei tranzacții de vânzare, adică o vânzare de bunuri, prestarea unor servicii sau utilizarea de către un client a activelor entității; și
 - (b) clienții le pot folosi în viitor pentru a obține bunuri sau servicii gratuite sau la preț redus, sub rezerva îndeplinirii unor eventuale condiții suplimentare.

Interpretarea tratează contabilizarea de către entitatea care acordă puncte cadou clienților săi.

ASPECTE TRATATE

- 4 Aspectele tratate în cadrul prezentei interpretări sunt următoarele:
 - (a) dacă trebuie sau nu recunoscută și evaluată obligația entității de a furniza, în viitor, bunuri sau servicii gratuite sau la preț redus („recompense”) prin:
 - (i) alocarea unei părți din contravaloarea primită sau de primit din tranzacția de vânzare pentru punctele cadou și amânarea recunoașterii veniturilor (în aplicarea punctului 13 din IAS 18); sau
 - (ii) prevederea unor costuri estimate viitoare pentru oferirea de recompense (în aplicarea punctului 19 din IAS 18); și
 - (b) în cazul în care contravaloarea este alocată punctelor cadou:
 - (i) ce quantum ar trebui alocat acestora;
 - (ii) în ce moment ar trebui recunoscute veniturile; și
 - (iii) în cazul în care o terță parte oferă recompensele, modul în care ar trebui evaluate veniturile.

CONSENS

- 5 O entitate trebuie să aplice punctul 13 din IAS 18 și să contabilizeze punctele cadou ca o componentă identificabilă separat a tranzacției/tranzacțiilor de vânzare în cadrul căreia/căroră acestea au fost acordate („vânzarea inițială”). Valoarea justă a contravalorii primite sau de primit pentru vânzarea inițială trebuie să fie distribuită între punctele cadou și celelalte componente ale vânzării.
- 6 Contravaloarea distribuită punctelor cadou trebuie să fie evaluată în raport cu valoarea justă a acestora, adică valoarea la care punctele cadou ar putea fi vândute separat.
- 7 În cazul în care entitatea oferă ea însăși recompensele, entitatea trebuie să recunoască contravaloarea alocată punctelor cadou ca venituri atunci când punctele cadou sunt folosite și când aceasta își îndeplinește obligația de a oferi recompensele. Valoarea veniturilor recunoscute trebuie să se bazeze pe numărul de puncte cadou care au fost folosite în schimbul unor recompense, în raport cu numărul total preconizat a fi folosit.

- 8 În cazul în care o terță parte oferă recompensele, entitatea trebuie să estimeze în ce măsură încasează contravaloarea alocată punctelor cadou în nume propriu (adică, în calitate de beneficiar principal al tranzacției) sau în numele unei terțe părți (adică, în calitate de intermediar pentru o terță parte).
- (a) În cazul în care entitatea încasează contravaloarea în numele unei terțe părți, entitatea trebuie:
- (i) să își evalueze veniturile ca valoare netă reținută în nume propriu, adică diferența dintre contravaloarea alocată punctelor cadou și valoarea de plătit terței părți pentru furnizarea recompenselor; și
 - (ii) să recunoască această valoare netă ca venit atunci când terța parte devine obligată să furnizeze recompensele și îndreptățită să primească respectiva contravaloare. Aceste evenimente pot avea loc de îndată ce sunt acordate punctele cadou. Alternativ, în cazul în care clientul poate alege să pretindă recompense fie de la entitate, fie de la terța parte, aceste evenimente pot apărea doar atunci când clientul alege să pretindă recompensele de la terța parte.
- (b) Dacă entitatea încasează contravaloarea în nume propriu, entitatea trebuie să își evalueze veniturile ca fiind contravaloarea brută alocată punctelor cadou și să recunoască veniturile atunci când își îndeplinește obligațiile aferente recompenselor.
- 9 Dacă, în orice moment, costurile inevitabile aferente îndeplinirii obligațiilor de furnizare a recompenselor se preconizează a depăși contravaloarea primită și de primit pentru acestea (ceea ce înseamnă contravaloarea alocată punctelor cadou la momentul vânzării inițiale care nu au fost încă recunoscute ca venit, plus orice contravaloare viitoare de primit atunci când clientul folosește punctele cadou), entitatea deține contracte oneroase. Excedentul trebuie să se recunoască drept datorie, în conformitate cu IAS 37. Necesitatea de a recunoaște o astfel de datorie ar putea apărea în cazul în care cresc costurile preconizate de furnizare a recompenselor, de exemplu dacă entitatea își revizuieste estimările cu privire la numărul de puncte cadou care urmează a fi folosite.

DATA INTRĂRII ÎN VIGOARE ȘI TRANZIȚIA

- 10 O entitate trebuie să aplice prezenta interpretare pentru perioade anuale cu începere de la 1 iulie 2008. Aplicarea anterioară acestei date este permisă. Dacă o entitate aplică interpretarea pentru o perioadă anterioară datei de 1 iulie 2008, entitatea trebuie să prezinte acest fapt.
- 11 Modificările politicilor contabile se contabilizează în conformitate cu IAS 8.

Anexa

Îndrumări de aplicare

Prezenta anexă este parte integrantă a interpretării.

Evaluarea valorii juste a punctelor cadou

- AG1 Punctul 6 din consens prevede evaluarea contravalorii alocate punctelor cadou în raport cu valoarea justă a acestora, adică valoarea la care punctele cadou ar putea fi vândute separat. Dacă valoarea justă nu este direct observabilă, aceasta trebuie să fie estimată.
- AG2 O entitate poate estima valoarea justă a punctelor cadou în raport cu valoarea justă a recompenselor pentru care acestea ar putea fi folosite. Valoarea justă a acestor recompense ar fi redusă pentru a lua în considerare:
- (a) valoarea justă a recompenselor care ar fi oferite clienților care nu au câștigat puncte cadou dintr-o vânzare inițială; și
 - (b) proporția de puncte cadou care se estimează a nu fi folosite de către clienți.

În cazul în care clienții pot alege dintr-o gamă de diferite recompense, valoarea justă a punctelor cadou va reflecta valorile juste ale gamei de recompense disponibile, stabilite în raport cu frecvența cu care se estimează că va fi selectată fiecare recompensă.

- AG3 În unele situații, pot fi disponibile alte tehnici de estimare. De exemplu, dacă o terță parte va furniza recompensele, iar entitatea îi plătește terței părți o valoare pentru fiecare dintre punctele cadou pe care le acordă, entitatea ar putea estima valoarea justă a punctelor cadou în raport cu valoarea pe care o plătește terței părți, plus o marjă rezonabilă de profit. Este necesar să se facă uz de raționamentul profesional pentru a selecta și aplica tehnica de estimare care satisface cerințele de la punctul 6 din consens și care este cea mai adecvată în situațiile date.