

## UREDBA KOMISIJE (ES) št. 1262/2008

z dne 16. decembra 2008

**o spremembi Uredbe (ES) št. 1126/2008 o sprejetju nekaterih mednarodnih računovodskih standardov v skladu z Uredbo (ES) št. 1606/2002 Evropskega parlamenta in Sveta, kar zadeva Pojasnilo 13 Odbora za pojasnjevanje mednarodnih standardov računovodskega poročanja (OPMSRP)**

(Besedilo velja za EGP)

KOMISIJA EVROPSKIH SKUPNOSTI JE –

ob upoštevanju Pogodbe o ustanovitvi Evropske skupnosti,

ob upoštevanju Uredbe (ES) št. 1606/2002 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 19. julija 2002 o uporabi mednarodnih računovodskih standardov <sup>(1)</sup> in zlasti člena 3(1) Uredbe,

ob upoštevanju naslednjega:

- (1) Z Uredbo Komisije (ES) št. 1126/2008 <sup>(2)</sup> so bili sprejeti nekateri mednarodni računovodski standardi in pojasnila, ki so veljali 15. oktobra 2008.
- (2) Odbor za pojasnjevanje mednarodnih standardov računovodskega poročanja (OPMSRP) je 5. julija 2007 objavil Pojasnilo 13 – Programi nagrajevanja zvestobe strank, v nadaljevanju „OPMSRP 13“. OPMSRP 13 odpravlja sedanje neskladnosti pri obračunavanju brezplačnega ali diskontiranega blaga ali storitev, ki se ponujajo v okviru programov nagrajevanja zvestobe strank, s katerimi družbe ob prodaji blaga ali storitve nagradijo svoje stranke v obliki točk, preletenih milj ali drugih ugodnosti.
- (3) Posvetovanje s skupino tehničnih strokovnjakov Evropske svetovalne skupine za računovodsko poročanje (EFRAG) potrjuje, da OPMSRP 13 izpolnjuje tehnična merila za sprejetje, določena v členu 3(2) Uredbe (ES) št. 1606/2002. V skladu s Sklepom Komisije 2006/505/ES z dne 14. julija 2006 o ustanovitvi Svetovalne skupine za presojo mnenj o računovodskih stan-

dardih, ki bo svetovala Komisiji glede objektivnosti in nevtralnosti mnenj Evropske svetovalne skupine za računovodsko poročanje (EFRAG) <sup>(3)</sup>, je Svetovalna skupina za presojo mnenj o računovodskih standardih proučila mnenje EFRAG-a glede potrditve in Evropsko komisijo obvestila, da je uravnoteženo in objektivno.

(4) Uredbo (ES) št. 1126/2008 je zato treba ustrezno spremeniti.

(5) Ukrepi, predvideni s to uredbo, so v skladu z mnenjem Računovodskega regulativnega odbora –

SPREJELA NASLEDNJO UREDBO:

## Člen 1

V Prilogi k Uredbi (ES) št. 1126/2008 se vstavi Pojasnilo 13 – Programi nagrajevanja zvestobe strank Odbora za pojasnjevanje mednarodnih standardov računovodskega poročanja (OPMSRP), kakor je navedeno v Prilogi k tej uredbi.

## Člen 2

Posamezne družbe začnejo spremembo OPMSRP 13 uporabljati, kakor je navedeno v Prilogi k tej uredbi, najpozneje z začetkom svojega prvega finančnega leta po 31. decembru 2008.

## Člen 3

Ta uredba začne veljati tretji dan po objavi v *Uradnem listu Evropske unije*.

Ta uredba je v celoti zavezujoča in se neposredno uporablja v vseh državah članicah.

V Bruslju, 16. decembra 2008

Za Komisijo  
Charlie McCREEVY  
Član Komisije

<sup>(1)</sup> UL L 243, 11.9.2002, str. 1.

<sup>(2)</sup> UL L 320, 29.11.2008, str. 1.

<sup>(3)</sup> UL L 199, 21.7.2006, str. 33.

## PRILOGA

## MEDNARODNI STANDARDI RAČUNOVODSKEGA POROČANJA

OPMSRP 13	„Pojasnilo OPMSRP 13 – Programi nagrajevanja zvestobe strank“
-----------	---

**POJASNILO 13 OPMSRP****Programi zvestobe kupcev**

## SKLICEVANJE

- MRS 8 *Računovodske usmeritve, spremembe računovodskih ocen in napake*
- MRS 18 *Prihodki*
- MRS 37 *Rezervacije, pogojne obveznosti in pogojna sredstva*

## OZADJE

- 1 Podjetja uporabljajo programe zvestobe kupcev za spodbujanje kupcev k nakupu svojega blaga ali storitev. Če kupec nabavi blago ali storitve, prejme od podjetja nagradne dobropise (pogosto imenovane „točke“). Kupec lahko nagradne dobropise unovči za nagrade v obliki brezplačnega blaga ali storitev ali blaga ali storitev po znižani ceni.
- 2 Programi delujejo na različne načine. Od kupcev se lahko zahteva, da pred unovčitvijo nagradnih dobropisov zberejo določeno minimalno število ali vrednost le-teh. Nagradni dobropisi so lahko vezani na posamezne nakupe ali skupine nakupov, ali na redno nakupovanje v določenem obdobju. Podjetje lahko programe zvestobe kupcev izvaja samo ali sodeluje v programu, ki ga izvaja tretja stranka. Ponujene nagrade so lahko v obliki blaga ali storitev podjetja samega in/ali pravic do blaga ali storitev tretje stranke.

## PODROČJE

- 3 To pojasnilo se nanaša na nagradne dobropise za zvestobo kupcev, ki
  - (a) jih podjetje da svojim kupcem v sklopu prodajnega posla, tj. prodaje blaga, opravljanja storitev ali možnosti, da kupec uporablja sredstva podjetja; in
  - (b) jih lahko kupci v prihodnosti unovčijo bodisi za brezplačno blago ali storitve bodisi za blago ali storitve po znižani ceni, če izpolnjujejo morebitne dodatne pogoje.

Pojasnilo obravnava način obračunavanja v podjetju, ki svojim kupcem daje nagradne dobropise.

## VPRAŠANJA

- 4 To pojasnilo obravnava naslednja vprašanja:
  - (a) ali naj podjetje svojo obvezo, da v prihodnosti zagotovi brezplačno blago ali storitve ali blago ali storitve po znižani ceni („nagrade“), pripozna in meri tako, da:
    - (i) del prejemka ali terjatve iz prodajnega posla pripiše nagradnim dobropisom in odloži pripoznavanje prihodka (kot določa 13. člen MRS 18); ali
    - (ii) oceni prihodnje stroške zagotovitve nagrad (kot določa 19. člen MRS 18); in
  - (b) če se prejemek pripiše nagradnim dobropisom:
    - (i) koliko jim ga je treba pripisati;
    - (ii) kdaj je treba pripoznati prihodek; in
    - (iii) kako je treba meriti prihodek, če nagrade zagotovi tretja stranka.

## MNENJE

- 5 Podjetje uporabi 13. člen MRS 18 in nagradne dobropise obračuna kot ločeno ugotovljive sestavine prodajnega posla, v sklopu katerega se taki dobropisi dajejo („začetna prodaja“). Poštena vrednost prejemka ali terjatve iz začetne prodaje se razporedi med nagradne dobropise in druge sestavine prodaje.
- 6 Prejemek, pripisan nagradnim dobropisom, se meri na podlagi njihove poštene vrednosti, tj. zneska, po katerem bi se nagradni dobropisi prodajali ločeno.
- 7 Če podjetje samo zagotovi nagrade, pripozna prejemek, pripisan nagradnim dobropisom, kot prihodek, ko se unovčijo nagradni dobropisi in ko podjetje izpolni svoje obveze glede zagotovitve nagrad. Višina pripoznanega prihodka temelji na temu, kolikšno je število nagradnih dobropisov, ki so bili unovčeni in zamenjani za nagrade, glede na skupno število nagradnih dobropisov, za katere se pričakuje, da bodo unovčeni.

- 8 Če nagrade zagotovi tretja stranka, podjetje oceni, ali prejemke, pripisane nagradnim dobropisom, zbira za svoj račun (tj. kot naročnik posla) ali v imenu tretje stranke (tj. kot posrednik za tretjo stranko).
- (a) Če podjetje zbira prejemke v imenu tretje stranke:
- (i) meri svoj prihodek v višini čistega zneska, ki ga zadrži za svoj račun, tj. razlike med prejemkom, pripisanim nagradnim dobropisom, in plačilom tretji stranki za zagotovitev nagrad; in
  - (ii) pripozna čisti znesek kot prihodek, ko je tretja stranka dolžna zagotoviti nagrade in ko v zameno pridobi pravico do pripadajočega prejemka. To se lahko zgodi takoj po odobritvi nagradnih dobropisov. Če lahko kupec izbira med nagradami, ki jih ponujata bodisi podjetje bodisi tretja stranka, pa se to zgodi samo v primeru, da se stranka odloči za nagrade tretje stranke.
- (b) Če podjetje zbira prejemke za svoj račun, meri prihodek v višini kosmatega prejemka, pripisanega nagradnim dobropisom, prihodek pa pripozna, ko izpolni svoje obveze glede zagotovitve nagrad.
- 9 Če je pričakovati, da bodo neizogibni stroški izpolnjevanja obvez glede zagotovitve nagrad kadarkoli preseгли prejemke in terjatve v zvezi z njimi (tj. prejemke, pripisane nagradnim dobropisom v trenutku začetne prodaje, ki še niso bili pripoznani kot prihodek, in morebitne dodatne prejemke, ki nastanejo, ko kupec unovči nagradne dobropise), so pogodbe podjetja kočljive. V skladu z MRS 37 se presežek pripozna kot obveznost. Tako obveznost bi bilo treba pripoznati, če se povečajo pričakovani stroški zagotovitve nagrad, ko podjetje na primer spremeni svoja pričakovanja o številu nagradnih dobropisov, ki bodo unovčeni.

#### DATUM UVELJAVITVE IN PREHOD

- 10 Podjetje uporablja to pojasnilo za letna obračunska obdobja, ki se začnejo 1. julija 2008 ali pozneje. Uporaba pred tem datumom je dovoljena. Če podjetje uporablja to pojasnilo za obdobja, ki se začnejo pred 1. julijem 2008, mora to razkriti.
- 11 Spremembe računovodskih usmeritev se obravnavajo v skladu z MRS 8.

#### Priloga

#### Napotki za uporabo

Ta priloga je sestavni del pojasnila.

#### Merjene pošteno vrednosti nagradnih dobropisov

- AG1 6. člen mnenja zahteva, da se prejemek, pripisan nagradnim dobropisom, meri na podlagi njihove pošteno vrednosti, tj. zneska, po katerem bi se nagradni dobropisi prodajali ločeno. Če poštena vrednost ni neposredno ugotovljiva, jo je treba oceniti.
- AG2 Podjetje lahko oceni pošteno vrednost nagradnih dobropisov na podlagi pošteno vrednosti nagrad, za katere jih je mogoče unovčiti. Poštena vrednost nagrad se zniža tako, da se upošteva:
- (a) poštena vrednost nagrad, ponujenih kupcem, ki niso upravičeni do nagradnih dobropisov iz začetne prodaje; in
  - (b) delež nagradnih dobropisov, za katere se pričakuje, da jih kupci ne bodo unovčili.
- Če lahko kupci izbirajo med več različnimi nagradami, bo poštena vrednost nagradnih dobropisov odražala pošteno vrednosti košarice razpoložljivih nagrad, tehtanih v sorazmerju s pričakovano pogostnostjo izbire posamezne nagrade.
- AG3 V nekaterih okoliščinah se lahko uporabljajo druge metode ocenjevanja. Če nagrade na primer zagotovi tretja stranka, ki ji podjetje plača za vsak dani nagradni dobropis, lahko podjetje oceni pošteno vrednost nagradnih dobropisov na podlagi zneska, ki ga plača tretji stranki, k čemur doda razumno stopnjo dobička. Metodo ocenjevanja, ki ustreza zahtevam iz 6. člena mnenja in je v določenih okoliščinah najprimernejša, je treba izbrati in uporabljati s presojo.