

KOMMISSIONENS FÖRORDNING (EG) nr 1262/2008**av den 16 december 2008****om ändring av förordning (EG) nr 1126/2008 om antagande av vissa redovisningsstandarder i enlighet med Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 1606/2002 med avseende på IFRIC:s (International Financial Reporting Interpretations Committee) tolkning 13****(Text av betydelse för EES)**

EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION HAR ANTAGIT DENNA FÖRORDNING

med beaktande av fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen,

med beaktande av Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 1606/2002 av den 19 juli 2002 om tillämpningen av internationella redovisningsstandarder ⁽¹⁾, särskilt artikel 3.1, och

av följande skäl:

- (1) Genom kommissionens förordning (EG) nr 1126/2008 ⁽²⁾ antogs vissa internationella redovisningsstandarder och tolkningar som förelåg per den 15 oktober 2008.
- (2) Den 5 juli 2007 offentliggjorde International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) IFRIC-tolkning 13 Kundlojalitetsprogram, nedan kallad IFRIC 13. Genom IFRIC 13 undanröjs de nuvarande inkonsekvenser i fråga om den redovisningsmässiga behandlingen av gratis eller rabatterade varor och tjänster som såldes inom ramen för kundlojalitetsprogram som företag använder för att belöna sina kunder i form av bonuspoäng, flygmil eller andra gottskrivanden vid försäljningen av en vara eller tjänst.
- (3) Överläggningarna med EFRAG:s ("European Financial Reporting Advisory Group") tekniska expertgrupp ger stöd för att IFRIC 13 uppfyller de tekniska kriterier för antagande som anges i artikel 3.2 i förordning (EG) nr 1606/2002. I enlighet med kommissionens beslut 2006/505/EG av den 14 juli 2006 om inrättande av

en granskningsgrupp för redovisningsstandarder med uppgift att bistå kommissionen med yttranden om objektivitet och opartiskhet i rekommendationer från European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) ⁽³⁾ har granskningsgruppen för redovisningsstandarder granskat EFRAG:s rekommendation om godkännande och meddelat Europeiska kommissionen att den är objektiv och välavvägd.

(4) Förordning (EG) nr 1126/2008 bör därför ändras i enlighet med detta.

(5) De åtgärder som föreskrivs i denna förordning är förenliga med yttrandet från föreskrivande kommittén för redovisningsfrågor.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

I bilagan till förordning (EG) nr 1126/2008 ska IFRIC:s (International Financial Reporting Interpretations Committee) tolkning 13 Kundlojalitetsprogram infogas enligt bilagan till denna förordning.

Artikel 2

Alla företag ska tillämpa IFRIC 13, enligt bilagan till den här förordningen, senast från och med den första dagen av det första räkenskapsår som inleds efter den 31 december 2008.

Artikel 3

Denna förordning träder i kraft den tredje dagen efter det att den har offentliggjorts i *Europeiska unionens officiella tidning*.

Denna förordning är till alla delar bindande och direkt tillämplig i alla medlemsstater.

Utfärdad i Bryssel den 16 december 2008.

På kommissionens vägnar

Charlie MCCREEVY

Ledamot av kommissionen

⁽¹⁾ EGT L 243, 11.9.2002, s. 1.

⁽²⁾ EUT L 320, 29.11.2008, s. 1

⁽³⁾ EUT L 199, 21.7.2006, s. 33.

BILAGA

INTERNATIONELLA REDOVISNINGSTANDARDER

IFRIC 13	IFRIC:s tolkning 13 Kundlojalitetsprogram
----------	---

IFRIC-TOLKNING 13**Kundlojalitetsprogram**

REFERENSER

- IAS 8, *Redovisningsprinciper, ändringar i uppskattningar och bedömningar samt fel*
- IAS 18, *Intäkter*
- IAS 37, *Avsättningar, eventalförpliktelser och eventualtillgångar.*

BAKGRUND

- 1 Kundlojalitetsprogram används av företag för att ge kunder incitament att köpa företagets varor eller tjänster. Om en kund köper varor eller tjänster tilldelar företaget kunden bonuspoäng (kallas ofta bara "poäng"). Kunden kan lösa in bonuspoängen mot premier i form av gratis eller rabatterade varor eller tjänster.
- 2 Programmen fungerar på olika sätt. Kunder kan behöva spara till ett angivet lägsta antal bonuspoäng eller till ett lägsta värde för bonuspoängen innan de kan lösa in dem. Bonuspoäng kan vara kopplade till enskilda köp eller grupp av köp, eller till fortsatta inköp under en angiven period. Företaget kan driva kundlojalitetsprogrammet självt eller delta i ett program som drivs av en tredje part. Den erbjudna bonusen kan innefatta varor eller tjänster som levereras av företaget självt och/eller rättigheter att begära varor eller tjänster av en tredje part.

TILLÄMPNINGSSOMRÅDE

- 3 Denna tolkning tillämpas på kundbonuspoäng som
 - (a) ett företag tilldelar sina kunder som del av en försäljningstransaktion, det vill säga försäljning av varor, utförande av tjänster eller en kunds användande av företagstillgångar, och
 - (b) som, efter att ytterligare kvalificeringsvillkor har uppfyllts, kunderna i framtiden kan lösa in mot gratis eller rabatterade varor eller tjänster.

Tolkningen behandlar redovisning av ett företag som tilldelar bonuspoäng till sina kunder.

FRÅGESTÄLLNINGAR

- 4 De frågeställningar som behandlas i denna tolkning är
 - (a) huruvida företagets förpliktelse att tillhandahålla gratis eller rabatterade varor eller tjänster ("bonus") i framtiden skall redovisas och beräknas genom att:
 - (i) fördela en del av den ersättning som erhållits eller kommer att erhållas vid försäljningstransaktionen på bonuspoängen och skjuta upp redovisningen av intäkt (och tillämpa punkt 13 i IAS 18), eller
 - (ii) göra avsättningar för uppskattade framtida utgifter för att leverera bonusen (och tillämpa punkt 19 i IAS 18), och
 - (b) om ersättning fördelas på bonuspoängen:
 - (i) hur mycket som skall fördelas på dem,
 - (ii) när intäkt skall redovisas, och
 - (iii) hur intäkten skall värderas om en tredje part levererar bonusen.

BESLUT

- 5 Ett företag skall tillämpa punkt 13 i IAS 18 och redovisa bonuspoäng som en separat identifierbar komponent av den försäljningstransaktion eller de försäljningstransaktioner vid vilken de tilldelas (den "ursprungliga försäljningen"). Det verkliga värdet av den ersättning som erhållits eller kommer att erhållas avseende den ursprungliga försäljningen skall fördelas på bonuspoängen och de andra komponenterna i försäljningen.
- 6 Den ersättning som fördelas på bonuspoängen skall beräknas genom hänvisning till poängens verkliga värde, det vill säga det belopp för vilket bonuspoängen skulle kunna säljas separat.
- 7 Om företaget levererar bonusen självt, skall det redovisa den ersättning som är fördelad på bonuspoängen som intäkt när bonuspoäng löses in och företaget fullgör sina förpliktelser att leverera bonus. Det intäktsbelopp som redovisas skall baseras på antalet bonuspoäng som har lösts in i utbyte mot bonus, jämfört med det totala antal som väntas bli inlöst.

- 8 Om en tredje part levererar bonusen, skall företaget bedöma huruvida det uppbär den ersättning som är fördelad på bonuspoängen för egen del (det vill säga som huvudman i transaktionen) eller å tredje parts vägnar (det vill säga som ombud för tredje part).
- (a) Om företaget uppbär ersättning å tredje parts vägnar skall det
- (i) beräkna sin intäkt som det nettobelopp det behåller för egen del, det vill säga skillnaden mellan den ersättning som är fördelad på bonuspoängen och det belopp som skall erläggas till tredje part för leverans av bonus, och
- (ii) redovisa detta nettobelopp som intäkt när den tredje parten blir förpliktigad att leverera bonusen och berättigad till att erhålla ersättning för detta. Dessa händelser kan inträffa så snart bonuspoängen har tilldelats. Alternativt, om kunden kan välja att begära bonus av antingen företaget eller en tredje part, kan dessa händelser inträffa först när kunden väljer att begära bonus av tredje part.
- (b) Om företaget uppbär ersättningen för egen del skall det beräkna intäkten som den bruttoersättning som är fördelad på bonuspoängen och redovisa intäkten när det fullgör sina förpliktelser avseende bonusen.
- 9 Om vid någon tidpunkt de oundvikliga utgifterna för att uppfylla bonusförpliktelserna väntas överstiga den ersättning som erhålls eller kommer att erhållas för dem (det vill säga den ersättning som är fördelad på bonuspoängen vid tidpunkten för den ursprungliga försäljningen som ännu inte har redovisats som en intäkt plus varje ytterligare ersättning som erhålls när kunden löser in bonuspoängen) har företaget förlustbringande kontrakt. Den överskjutande delen skall redovisas som en skuld enligt IAS 37. Behovet att redovisa en sådan skuld skulle kunna uppstå om de väntade kostnaderna för att leverera bonus ökar, exempelvis om företaget reviderar sina förväntningar om antalet poäng som kommer att bli inlösta.

IKRAFTRÄDANDE OCH ÖVERGÅNGSBESTÄMMELSER

- 10 Ett företag skall tillämpa denna tolkning för räkenskapsår som börjar den 1 juli 2008 eller senare. Tidigare tillämpning är tillåten. Om ett företag tillämpar denna tolkning för en period som börjar före den 1 juli 2008 skall företaget lämna upplysning om detta.
- 11 Byten av redovisningsprinciper skall redovisas enligt IAS 8.

Bilaga

Vägledning vid tillämpning

Tolkningen och dess bilaga utgör en helhet.

Beräkning av bonuspoängs verkliga värde

- VT1 Punkt 6 i beslutet kräver att den ersättning som fördelas på bonuspoängen beräknas genom hänvisning till poängens verkliga värde, det vill säga det belopp för vilket bonuspoängen skulle kunna säljas separat. Om det verkliga värdet inte är direkt observerbart, måste det uppskattas.
- VT2 Ett företag kan uppskatta det verkliga värdet av bonuspoäng genom hänvisning till det verkliga värdet av den bonus som de kan lösas in mot. Det verkliga värdet av denna bonus minskas för att ta i beaktande
- (a) det verkliga värdet av bonus som skulle erbjudas till kunder som inte har tjänat in bonuspoäng vid en ursprunglig försäljning, och
- (b) andelen bonuspoäng som inte väntas bli inlöst av kunder.

Om kunder kan välja ur ett bonussortiment, återspeglar det verkliga värdet på bonuspoängen de verkliga värdena för de olika typerna av tillgänglig bonus, viktade i förhållande till den frekvens med vilken varje bonus väntas bli vald.

- VT3 I vissa fall kan det finnas andra uppskattningstekniker. Om exempelvis en tredje part skall leverera bonusen och företaget betalar denna tredje part för varje bonuspoäng det tilldelar, kan det uppskatta det verkliga värdet av bonuspoängen genom hänvisning till det belopp det betalar denna tredje part, med tillägg av en rimlig vinstmarginal. Omdöme krävs för att välja och tillämpa den uppskattningsteknik som uppfyller kraven i punkt 6 i beslutet och är den mest korrekta i sammanhanget.