

KOMMISJONSFORORDNING (EF) nr. 1262/2008**2014/EØS/56/47**

av 16. desember 2008

om endring av forordning (EF) nr. 1126/2008 om vedtakelse av visse internasjonale regnskapsstandarder i samsvar med europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 1606/2002 med hensyn til tolkning nr. 13 fra Den internasjonale tolkningskomité for finansiell rapportering (IFRIC)(*)

KOMMISJONEN FOR DE EUROPEISKE FELLESKAP
HAR —

under henvisning til traktaten om opprettelse av Det europeiske fellesskap,

under henvisning til europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 1606/2002 av 19. juli 2002 om anvendelse av internasjonale regnskapsstandarder⁽¹⁾, særlig artikkel 3 nr. 1, og

ut fra følgende betraktninger:

- 1) Ved kommisjonsforordning (EF) nr. 1126/2008⁽²⁾ ble det vedtatt visse internasjonale regnskapsstandarder og tolkninger som forelå 15. oktober 2008.
- 2) 5. juli 2007 kunngjorde Den internasjonale tolkningskomité for finansiell rapportering (IFRIC) tolkning nr. 13: «Kundelojalitetsprogrammer», heretter kalt «IFRIC 13». IFRIC 13 fjerner de nåværende uoverensstemmelsene i praksis med hensyn til regnskapsmessig behandling av varer eller tjenester som er gratis eller har nedsatt pris, og som selges i henhold til kundelojalitetsprogrammer som selskapene bruker til å belønne sine kunder i form av poeng, opptjening av flyreiser eller andre fordeler knyttet til salg av en vare eller yting av en tjeneste.
- 3) Samråd med gruppen av teknisk sakkyndige (TEG) innenfor EFRAG (European Financial Reporting Advisory Group) bekrefter at IFRIC 13 oppfyller de tekniske kriteriene for vedtakelse fastsatt i artikkel 3 nr. 2 i forordning (EF) nr. 1606/2002. I samsvar med

kommisjonsbeslutning 2006/505/EF av 14. juli 2006 om opprettelse av en rådgivende undersøkelsesgruppe for regnskapsstandarder som skal bistå Kommisjonen med hensyn til objektivitet og nøytralitet i uttalelser fra European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) ⁽³⁾ har den rådgivende undersøkelsesgruppen vurdert EFRAGs uttalelse om godkjenning for å være balansert og objektiv, og underrettet Kommisjonen om dette.

- 4) Forordning (EF) nr. 1126/2008 bør derfor endres.
- 5) Tiltakene fastsatt i denne forordning er i samsvar med uttalelse fra Komiteen for regnskapsregulering —

VEDTATT DENNE FORORDNING:

Artikkel 1

I vedlegget til forordning (EF) nr. 1126/2008 innsettes tolkning nr. 13: «Kundelojalitetsprogrammer» fra Den internasjonale tolkningskomité for finansiell rapportering (IFRIC) som fastsatt i vedlegget til denne forordning.

Artikkel 2

Alle selskaper skal anvende IFRIC 13 som fastsatt i vedlegget til denne forordning, senest fra første dag i det regnskapsåret som begynner etter 31. desember 2008.

Artikkel 3

Denne forordning trer i kraft den tredje dag etter at den er kunngjort i *Den europeiske unions tidende*.

Denne forordning er bindende i alle deler og kommer direkte til anvendelse i alle medlemsstater.

Utferdiget i Brussel, 16. desember 2008.

For Kommisjonen

Charlie McCREEVY

Medlem av Kommisjonen

(*) Denne fellesskapsrettsakten, kunngjort i EUT L 338 av 17.12.2008, s. 21, er omhandlet i EØS-komiteens beslutning nr. 74/2009 av 29. mai 2009 om endring av EØS-avtalens vedlegg XXII (Selskapsrett), se EØS-tillegget til *Den europeiske unions tidende* nr. 47 av 3.9.2009, s. 41.

⁽¹⁾ EFT L 243 av 11.9.2002, s. 1.

⁽²⁾ EUT L 320 av 29.11.2008, s. 1.

⁽³⁾ EUT L 199 av 21.7.2006, s. 33.

VEDLEGG

INTERNASJONALE STANDARDER FOR FINANSIELL RAPPORTERING

IFRIC 13	«IFRIC-tolkning nr. 13: «Kundelojalitetsprogrammer»
----------	---

IFRIC-TOLKNING 13***Kundelojalitetsprogrammer*****HENVISNINGER**

- IAS 8: «Regnskapsprinsipper, endringer i regnskapsmessige estimater og feil»
- IAS 18: «Driftsinntekter»
- IAS 37: «Avsetninger, betingede forpliktelser og betingede eiendeler»

BAKGRUNN

- 1 Kundelojalitetsprogrammer brukes av foretak for å gi kunder incentiver til å kjøpe foretakets varer og tjenester. Dersom en kunde kjøper varer eller tjenester, tildeler foretaket kunden bonuspoeng. Bonuspoengene kan innløses av kunden i form av varer eller tjenester som er gratis eller har nedsatt pris.
- 2 Programmene fungerer på mange forskjellige måter. Det kan være stilt krav om at kundene skal samle opp et visst minsteantall bonuspoeng eller bonuspoeng til en viss verdi før poengene kan innløses. Bonuspoeng kan knyttes til individuelle kjøp eller grupper av kjøp, eller til en fortsatt kundelojalitet i en angitt periode. Foretaket kan selv håndtere kundelojalitetsprogrammet, eller delta i et program som drives av tredjemann. Bonusen som tilbys, kan omfatte varer eller tjenester som foretaket leverer selv, og/eller en rett til å kreve levering av varer eller tjenester fra tredjemann.

VIRKEOMRÅDE

- 3 Denne tolkning skal anvendes på kundelojalitetsprogrammer med bonuspoeng som
 - a) et foretak tildeler kundene sine som del av en salgstransaksjon, dvs. salg av varer, yting av tjenester eller ved at en kunde bruker foretakets eiendeler, og
 - b) kunden i fremtiden kan innløse mot varer eller tjenester som er gratis eller har nedsatt pris, mot at ytterligere kriterier oppfylles.

Denne tolkning omhandler et foretaks regnskapsmessige behandling ved tildeling av bonuspoeng til sine kunder.

PROBLEMSTILLINGER

- 4 De problemstillinger som behandles i denne tolkning, er
 - a) hvorvidt foretakets plikt til å levere varer eller tjenester gratis eller til nedsatt pris («bonus») i fremtiden bør innregnes og måles ved å
 - i) fordele noe av det vederlaget som er mottatt eller skal mottas fra salgstransaksjonen i form av bonuspoeng, og utsette innregningen av driftsinntekter (anvendelse av nr. 13 i IAS 18), eller
 - ii) sørge for å estimere de framtidige utgiftene knyttet til levering av bonusen (anvendelse av nr. 19 i IAS 18), og
 - b) dersom vederlaget fordeles på bonuspoengene:
 - i) hvor mye bør fordeles på bonuspoeng,
 - ii) når bør driftsinntektene innregnes, og
 - iii) dersom bonusen leveres av tredjemann, hvordan bør driftsinntektene måles.

KONSENSUS

- 5 Et foretak skal anvende nr. 13 i IAS 18 og regnskapsføre bonuspoeng som en separat komponent av salgstransaksjonen(e) der de ble tildelt («det opprinnelige salget»). Den virkelige verdien av vederlaget som er mottatt eller skal mottas for det opprinnelige salget, skal fordeles mellom bonuspoengene og de andre komponentene i salget.
- 6 Vederlaget som er fordelt på bonuspoengene, skal måles med henvisning til poengenes virkelige verdi, dvs. det beløpet som bonuspoengene ville kunne selges for separat.
- 7 Dersom foretaket leverer bonusen selv, skal det innregne det vederlaget som er fordelt på bonuspoengene, som driftsinntekter når bonuspoengene innløses og foretaket oppfyller sin plikt til å levere bonusen. Beløpet for innregnede driftsinntekter skal baseres på antallet bonuspoeng som er innløst i bytte for bonuser, sett i forhold til det samlede antallet poeng som forventes innløst.

- 8 Dersom bonusen leveres av tredjemann, skal foretaket vurdere hvorvidt vederlaget som er fordelt på bonuspoeng, skal mottas for egen regning (dvs. som oppdragsgiver) eller på vegne av tredjemann (dvs. som representant for tredjemann).
- a) Dersom foretaket mottar vederlaget på vegne av tredjemann, skal det
- måle driftsinntektene som beholdt for egen regning, dvs. differansen mellom vederlaget som er fordelt på bonuspoengene og det beløpet som skal betales til tredjemann for levering av bonusen, og
 - innregne dette nettobeløpet som driftsinntekter når tredjemann blir forpliktet til å levere bonusen og berettiget til å motta vederlag for dette. Disse hendelsene kan inntreffe så snart bonuspoengene er tildelt. Alternativt kan disse hendelsene, dersom kunden har valgt mellom å innløse bonusen enten fra foretaket eller fra tredjemann, bare inntreffe når kunden velger å kreve at tredjemann skal levere bonusen.
- b) Dersom foretaket mottar vederlaget for egen regning, skal det måle sine driftsinntekter som det bruttovederlaget som er fordelt på bonuspoeng, og innregne driftsinntektene når foretaket oppfylder sine plikter med hensyn til bonusen.
- 9 Dersom de uunngåelige utgiftene som er knyttet til oppfyllelse av pliktene til å levere bonusen, forventes å overstige det vederlaget for bonusen som er mottatt eller skal mottas (dvs. det vederlaget som er fordelt på bonuspoeng på tidspunktet for det opprinnelige salget som ennå ikke er blitt innregnet som driftsinntekter, samt eventuelle andre vederlag som skal mottas når kunden innløser bonuspoengene), betyr det at foretaket har tapsbringende kontrakter. Den overskytende delen skal innregnes som forpliktelse i samsvar med IAS 37. Behovet for å innregne en slik forpliktelse kan oppstå dersom de forventede utgiftene som er knyttet til levering av bonusen, skulle øke, for eksempel dersom foretaket justerer sine forventninger om antallet bonuspoeng som vil bli innløst.

IKRAFTTREDELSE OG OVERGANGSBESTEMMELSER

- 10 Et foretak skal anvende denne tolkning på årsregnskap som omfatter perioder som begynner 1. juli 2008 eller senere. Tidligere anvendelse er tillatt. Dersom et foretak anvender denne tolkning på en periode som begynner tidligere enn 1. juli 2008, skal foretaket opplyse om dette.
- 11 Endringer i regnskapsprinsipper skal regnskapsføres i samsvar med IAS 8.

Vedlegg

Veiledning i anvendelse

Dette vedlegg er en integrert del av denne tolkning.

Måling av bonuspoengenes virkelige verdi

- AG1 Nr. 6 i konsensus-delen krever at det vederlaget som fordeles på bonuspoeng, skal måles med henvisning til poengenes virkelige verdi, dvs. det beløpet som bonuspoengene ville kunne selges for separat. Dersom den virkelige verdien ikke kan observeres direkte, må den estimeres.
- AG2 Et foretak kan estimere bonuspoengenes virkelige verdi med henvisning til den virkelige verdien av den bonus som de kan innløses i. Den virkelige verdien av denne bonusen vil bli redusert for å ta hensyn til
- den virkelige verdien av bonus som kan bli tilbudt kunder som ikke har opptjent bonuspoeng fra et opprinnelig salg, og
 - den andelen av bonuspoeng som ikke forventes å bli innløst av kundene.
- Dersom kundene kan velge mellom flere forskjellige bonuser, vil bonuspoengenes virkelige verdi gjenspeile de forskjellige bonusenes virkelige verdi, veid i forhold til antallet ganger hver enkelt bonus forventes å bli valgt.
- AG3 Under noen omstendigheter kan andre estimeringsmetoder være tilgjengelige. Dersom tredjemann skal levere bonusen og foretaket betaler tredjemann for hver enkelt bonuspoeng som det tildeler, kan foretaket for eksempel estimere bonuspoengenes virkelige verdi med henvisning til det beløpet som foretaket betaler til tredjemann, og legge til en rimelig fortjenestemargin. Det kreves skjønn for å velge ut og anvende den estimeringsmetoden som oppfyller kravene i nr. 6 i konsensus-delen, og som er den mest hensiktsmessige å bruke i et gitt tilfelle.