

**LES ASPECTS PRIX DE TRANSFERT DES
RESTRUCTURATIONS D'ENTREPRISES ET DES
INCORPORELS**

23 - 26 février 2015

Gabon

Cas pratique n°6 sur les aspects prix de transfert des incorporels

**« Dario »
1^{ère} partie**

Enoncé

Game Co est une société thaïlandaise qui a été créée en 2002 par deux ingénieurs informaticiens. Son activité principale est le développement de jeux pour les ordinateurs, les tablettes et les smartphones.

Entre 2002 et 2012, Game Co a connu une croissance rapide et a vu ses effectifs augmenter. En 2012, elle emploie 50 personnes dont 35 ingénieurs informaticiens qualifiés. Game Co vend ses produits uniquement sur le marché asiatique, sous la forme de CD ou sous format dématérialisé via internet.

Jusqu'en 2012, Game Co développe, fabrique, assure la promotion et vend ses produits en Asie. Elle assure le développement des produits, la vente et le marketing elle-même et sous-traite la fabrication des CD et leur distribution à des sociétés tierces.

Les produits dématérialisés sont directement délivrés par les serveurs de Game Co.

Les produits Game Co sont commercialisés sous la marque Game Co qui a été enregistrée en tant que telle par Game Co dans tous les pays d'Asie où ses produits sont vendus. Game Co a aussi fait enregistrer dans ces mêmes pays et à son nom les droits d'auteur de ses jeux.

L'un des produits Game Co les plus populaires met en scène le personnage "Super Dario" qui est très connu sur le marché asiatique. Le nom et le personnage de "Super Dario" ont tous deux été enregistrés par Game Co dans tous les pays asiatiques dans lesquels les jeux sont commercialisés. En revanche, ils ne sont ni utilisés ni enregistrés dans le reste du monde.

Le 1^{er} janvier 2013, Game Co est rachetée par World Media, un groupe multinational basé à Los Angeles (Etats-Unis) qui opère dans les secteurs de la télévision, du cinéma, des jeux électroniques et des jeux en ligne. Toutes les parts de la société Game Co sont rachetées par la société holding de World Media établie au Luxembourg.

World Media désire vivement acquérir le savoir-faire de Game Co et le catalogue de ses produits. Elle souhaitait développer le personnage "Super Dario" et l'introduire dans des dessins animés pour le petit écran, éventuellement dans un film, pour la vente ou l'exploitation en Asie, au Canada et dans le reste du monde.

Le rachat de Game Co par World Media s'est traduit par les changements suivants:

- Les fonctions de marketing jusque-là exercées par Game Co sont transférées au siège régional de World Media à Singapour.
- Les ventes de biens matériels en Asie sont réalisées par le siège régional de Singapour qui agit en tant qu'agent pour le compte de World Media Hong Kong.
- La fabrication des produits est transférée à une société de production au Vietnam qui agit en qualité de sous-traitant pour le compte de World Media Hong Kong.
- Game Co n'est plus en charge de la livraison des produits aux clients via internet. A compter de 2013, les produits sont délivrés par les serveurs de World Media Hong Kong.
- Game Co poursuit son activité de développement des jeux. L'ensemble de ses coûts de développement sont refacturés avec une marge à World Media Hong Kong.
- Après le rachat de Game Co, tous les produits sont vendus sous la marque World Media car il est décidé que la marque Game Co ne serait plus utilisée par le groupe.
- La propriété industrielle de la marque Game Co, dans tous les pays d'Asie dans lesquels elle a été enregistrée, est transférée à titre gratuit à World Media Hong Kong.
- La propriété des droits d'auteur pour le nom et le personnage "Super Dario" en Asie demeure celle de Game Co, de même que le droit associé d'utiliser ce nom dans cette partie du monde.

- En revanche, World Media Hong Kong enregistre à son nom propre le droit d'utiliser le nom "Super Dario" dans le reste du monde (à l'exception de l'Asie). Selon les informations qui lui ont été communiquées par un cabinet de conseil, dès lors que Game Co a omis d'enregistrer le nom "Super Dario" hors d'Asie, il n'y a aucun obstacle légal qui l'empêcherait d'enregistrer le personnage en son nom dans le reste du monde (hors Asie), acquérant ainsi le droit exclusif d'exploiter le personnage "Super Dario" dans toutes les régions du monde en dehors de l'Asie.
- Tous les autres droits de commercialisation détenus par Game Co sont transférés à World Media Hong Kong à un prix considéré comme étant le prix de pleine concurrence.

Questions:

1. **Faire un organigramme du groupe World Media après le rachat de Game Co. Il comprendra les transactions qui impliquent:**
 - **Game Co**
 - **World Media Hong Kong**
 - **La société vietnamienne de fabrication**
 - **Le siège régional de Singapour**
2. **Quelles sont les problématiques prix de transfert découlant de la restructuration qui mériteraient un examen approfondi ?**
3. **Que pensez-vous du transfert en 2013 des marques déposées de Game Co au profit de World Media Hong Kong ?**
4. **Considérez-vous qu'une redevance doit être payée à Game Co à partir de 2013 sur les ventes de produits "Super Dario" : a) sur le marché asiatique b) dans le reste du Monde ? Si oui, quelle société devrait payer cette redevance et sur quelle durée ?**