

**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 »**

**2<sup>ème</sup> partie**

L'administration fiscale décide d'engager une vérification de comptabilité de la société Game Co au titre de l'exercice clos en 2013. Dans le cadre de ce contrôle, elle considère qu'en situation de pleine concurrence, une redevance aurait dû être payée par World Media Hong Kong à Game Co au titre de l'utilisation du nom et du personnage "Super Dario" sur le marché asiatique.

L'administration fiscale rassemble de nombreux éléments de nature à lui permettre de déterminer un taux de redevance de pleine concurrence. :

- Elle obtient une évaluation de la société Game Co au 31 décembre 2012 laquelle avait été requise par World Media pour l'aider à fixer un juste prix pour l'acquisition des parts de Game Co au 1<sup>er</sup> janvier 2013. Toutefois, ce document ne contient aucun élément sur la valeur spécifique du personnage "Super Dario".
- Elle établit que Game Co n'a signé aucun accord de licence avec des sociétés tierces en ce qui concerne le nom et le personnage "Super Dario".
- Selon les informations communiquées par Game Co, il apparaît que les coûts de marketing sur la période 2008-2012 s'élève à 15 M\$. Sur ces 15 M\$, 6 M\$ sont spécifiquement liés à la promotion du nom et du personnage "Super Dario".
- Toujours à partir des informations communiquées par Game Co, l'administration fiscale établit que les produits "Super Dario" ont un prix de marché supérieur de 4\$ à celui de produits comparables ayant des caractéristiques et des capacités similaires.
- L'administration fiscale obtient le business plan de Game Co sur 5 ans, réalisé au 1<sup>er</sup> juillet 2012, lequel projette un plan d'exploitation du personnage de "Super Dario" sur la période 2013-2017 (ce plan n'a jamais vu le jour étant donné le rachat par World Media). Une copie des prévisions financières contenues dans ce document est jointe en annexe I.
- Dans le cadre des discussions avec Game Co sur sa politique de prix de transfert, l'administration fiscale se voit remettre par Game Co un business plan sur 5 ans préparé par World Media au 1<sup>er</sup> janvier 2013 lequel comprend les prévisions de dépenses et de bénéfices des produits "Super Dario" sur le marché asiatique pour la période 2013-2017. Une copie de ces prévisions financières est jointe en annexe II.
- L'administration fiscale apprend également que World Media envisage de réaliser des programmes télé et un film pour le cinéma mettant en scène le personnage "Super Dario", pour diffusion sur les marchés asiatique, américain et canadien en 2020.

**Question :**

**Sur la base de ces informations, quelle approche vous paraît envisageable pour établir le taux de redevance de pleine concurrence pour l'utilisation du nom et du personnage "Super Dario" sur le marché asiatique?**

### **ANNEXE I**

Projections Game Co en termes de ventes sur le marché asiatique et coûts associés aux produits “Super Dario” pour la période 2013 – 2017 (réalisées au 1<sup>er</sup> juillet 2012)

	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Quantités	250 000	275 000	300 000	325 000	350 000
Prix unitaire	20	21	21	22	22
Total ventes	5 000 000	5 775 000	6 300 000	7 150 000	7 700 000
Coûts de promotion “Super Dario”	850 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
Autres coûts de développement	2 200 000	2 300 000	2 400 000	2 500 000	2 500 000
Coûts de fabrication	100 000	112 000	125 000	130 000	135 000
Coûts de distribution	90 000	100 000	105 000	110 000	112 000

### **ANNEXE II**

Projections World Media Hong Kong en termes de ventes sur le marché asiatique et coûts associés aux produits “Super Dario” pour la période 2013 – 2017 (réalisées au 1<sup>er</sup> janvier 2013)

	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Quantités	270 000	290 000	320 000	340 000	370 000
Prix unitaire	20	21	21	22	22
Total ventes	5 400 000	6 090 000	6 720 000	7 480 000	8 140 000
Coûts de promotion “Super Dario”	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
Autres coûts de développement	2 100 000	2 200 000	2 250 000	2 300 000	2 400 000
Coûts de fabrication	90 000	90 000	95 000	100 000	110 000
Coûts de distribution	75 000	75 000	75 000	80 000	80 000

**NB:** World Media Hong Kong rembourse à la société World Media Singapour l’ensemble des coûts de promotion afférents au marché asiatique.