

## Interprétation SIC 31

### **Produits des activités ordinaires – Opérations de troc impliquant des services de publicité**

#### Références

---

- IAS 8 *Méthodes comptables, changements d'estimations comptables et erreurs*
- IAS 18 *Produits des activités ordinaires*

#### Question

---

- 1 Une entité (le vendeur) peut s'engager dans une opération de troc pour l'offre de services de publicité en échange de services de publicité reçus de son client (le client). Des publicités peuvent être diffusées sur l'Internet ou par voie d'affichage, de messages publicitaires à la radio ou à la télévision, de publication dans des magazines ou des revues, ou utiliser tout autre média.
- 2 Dans certains cas, l'échange se fait sans contrepartie en trésorerie ou autre entre les entités. Dans d'autres cas, les entités échangent également des montants de trésorerie ou autre contrepartie identiques ou pratiquement identiques.
- 3 Un vendeur qui fournit des services de publicité dans le cadre de ses activités ordinaires comptabilise en produits des activités ordinaires, selon IAS 18, les produits générés par une opération de troc impliquant des services de publicité lorsque, entre autres critères, les services échangés sont dissemblables (IAS 18.12) et le montant des produits peut être évalué de façon fiable (IAS 18.20 (a)). La présente interprétation s'applique uniquement aux échanges de services de publicité dissemblables. Un échange de services de publicité semblables n'est pas une transaction générant des produits d'activités ordinaires selon IAS 18.
- 4 La question est de savoir dans quelles circonstances un vendeur peut évaluer de façon fiable les produits des activités ordinaires à la juste valeur des services de publicité reçus ou fournis dans une opération de troc.

#### Consensus

---

- 5 Les produits d'une opération de troc impliquant de la publicité ne peuvent être évalués de façon fiable à la juste valeur des services de publicité reçus. Mais un vendeur peut évaluer de façon fiable les produits des activités ordinaires à la juste valeur des services de publicité qu'il offre dans une opération de troc, par référence uniquement à des opérations autres que de troc qui :
  - (a) impliquent une publicité semblable à la publicité de l'opération de troc ;
  - (b) se produisent fréquemment ;
  - (c) représentent un montant et un nombre prépondérant de transactions comparées à toutes les transactions d'offre de publicité semblable à la publicité de l'opération de troc ;
  - (d) impliquent une contrepartie en trésorerie et/ou une autre forme de contrepartie (par exemple des titres négociables, des actifs non monétaires et autres services) dont la juste valeur peut être évaluée de façon fiable ; et
  - (e) n'impliquent pas la même contrepartie que l'opération de troc.

#### Date du consensus

---

Mai 2001

#### Date d'entrée en vigueur

---

La présente interprétation entre en vigueur le 31 décembre 2001. Les changements de méthodes comptables s'effectuent selon IAS 8.