




[Accueil](#) [Blog](#) [Contact](#) [L'équipe](#) [À propos](#)

Tous les posts



 fiscactu · 30 nov. 2020 · 2 min de lecture

Révision des politiques de Transfer pricing : l'exemple du e-commerce

Dernière mise à jour : 1 déc. 2020

Article rédigé par Soufian Wielemans et Daoud Reghif Harraz publié le 30 novembre 2020

En matière de respect des obligations fiscales, le *Transfer pricing* (prix de transfert) est une question centrale. La politique de *Transfer pricing* se rapporte aux conditions et modalités entourant les transactions réalisées au sein d'une entreprise présente dans différents états et se rattache à la politique des prix pratiquée entre entreprises associées, établies dans différents pays, pour leurs transactions intragroupes[1], telles que les flux intragroupe de marchandises, prestations de services, rémunération d'éléments incorporels tels que les marques ou les brevets, les prêts intragroupe, les apports en trésorerie ainsi que les cessions d'actifs ou de titres entre sociétés liées. Le principe de pleine concurrence (*arm's length*) s'applique à toute politique de *Transfer pricing*, il implique que chaque société doit se comporter avec ses sœurs, filles et mères de la même manière qu'elle l'aurait fait avec des tiers[2].

La crise sanitaire a contraint les entreprises à réfléchir à l'adaptation de leur politique de prix de transfert. En effet, toutes les entreprises peuvent être concernées, tant les PME que les sociétés cotées. Pour rappel, la question du *Transfer pricing* se pose dès qu'on opère **au sein d'un même groupe** et que l'on a une **présence à l'étranger**.

Les entreprises ont, donc, dû faire preuve de réactivité et d'adaptabilité afin d'affronter les nouvelles réalités imposées par la Covid-19, car pour bon nombre d'entre elles ont vu leurs chaînes d'approvisionnement ainsi que leurs canaux de distribution bouleversés[3].

L'adaptabilité de la politique de *Transfer pricing* :

La politique de prix de transfert doit refléter l'activité de l'entreprise au temps "T", elle est théoriquement adaptable constamment au gré des évolutions de l'activité, pour autant, ces évolutions ne doivent pas être trop fréquentes et doivent faire l'objet de motivation.

Contactez-nous

Pour ce faire, les entreprises disposent maintenant de données sectorielles (concernant l'impact de la crise en 2020) et également de données financières dont elles peuvent se servir pour budgétiser l'année 2021. Il s'agit donc d'un moment opportun pour revoir leur politique de *Transfer pricing*. Les changements intervenus dans les flux d'approvisionnements et de rentabilité (qui a peut-être été modifié par la crise sanitaire) sont des indicateurs majeurs devant inviter les entreprises à revoir leur politique[4]. Celles-ci devront motiver leur décision ou abstention de modification.

Il est essentiel que les groupes s'interrogent sur l'impact que la crise a eu sur la chaîne de valeur du groupe ainsi que l'impact sur la rentabilité.

L'exemple du e-commerce :

La crise sanitaire a poussé les sociétés à s'adapter, et beaucoup ont fait le choix de se développer via l'e-commerce. Cette décision impactera inévitablement la politique de prix de transfert.

En effet, pour toutes ces sociétés, il est possible qu'il y ait de nouvelles transactions intra-groupes, de nouveaux flux, mais surtout que la création de valeur soit modifiée[5] :

Pour un groupe qui proposait essentiellement ses produits en B2B et qui s'oriente vers une distribution directe au consommateur via ses canaux digitaux (en B2C), la valeur ajoutée de la fonction marketing a évolué et donc la rémunération intragroupe de cette fonction marketing doit évoluer.

[1] https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/company-tax/transfer-pricing-eu-context_fr.

[2] https://observateurocde.org/news/archivestory.php/aid/353/Prix_de_transfert:_le_principe_de_pleine_concurrence_.html

[3] ELFIE OSSARD-QUINTAINE, directrice au sein de KPMG Avocats, spécialiste des prix de transfert et de l'évaluation d'entreprises.

[4] *Ibidem*.

[5] *Ibidem*.

Source image : <https://www.ecommerce-nation.com/avoid-10-biggest-ecommerce-blunders/>