

Question N° 269, 20 juin 1997, sénateur DESTEXHE

Frais d'un drink dans le cadre d'une nouvelle installation.

QUESTION :

Dans le cadre d'une nouvelle installation, il est courant d'organiser un drink et d'y inviter son voisinage afin d'une part de faire connaissance avec les autres commerçants mais aussi afin de présenter et de donner une image de son nouveau magasin.

D'un point de vue comptable, l'honorable ministre peut-il me dire s'il faut intégrer ces frais dans les frais de réception ou dans les frais de publicité ? Peut-il me justifier son choix ?

Il est clair que d'un point de vue fiscal, la réponse est importante puisque la TVA sur les frais de publicité est entièrement déductible, ce qui n'est pas le cas pour les frais de réception.

REPONSE :

L'article 45, § 3, 4o, du Code de la TVA écarte du droit à déduction la taxe grevant les frais de réception.

Les frais qui sont visés par cette disposition sont ceux qu'une entreprise engage dans le cadre de ses relations publiques, pour l'accueil, la réception et l'agrément de visiteurs étrangers à l'entreprise que sont notamment les fournisseurs et les clients.

Il s'agit, notamment, de frais d'hôtel, de restaurant ou de traiteur, d'achats de boissons et d'aliments, de fleurs, etc.

Tel est bien le cas, dans la situation évoquée par l'honorable membre, des dépenses consenties par un commerçant pour l'organisation d'un drink au sein de ses installations afin de se faire connaître du voisinage.

Même s'il est indéniable qu'en pratiquant de la sorte, le commerçant en cause entend créer un climat favorable à la promotion de ses ventes, il ne s'agit pas d'une prestation de publicité à proprement parler, celle-ci impliquant, selon la Cour de justice des Communautés européennes, la transmission d'un message vantant explicitement les qualités d'un produit ou d'un service.