

Sainte-Foy, le 12 avril 2001

\*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*

Objet : Interprétation relative à la TVQ  
Campagne de publicité nationale  
N/Réf. : 00-0104372

---

La présente fait suite à votre demande d'interprétation concernant l'application de la *Loi sur la taxe de vente du Québec* (L.R.Q., c. T-0.1, « LTVQ ») dans le cadre d'une campagne de publicité nationale.

***Les faits présentés***

Suite à l'analyse de votre demande et des informations que vous nous avez fournies verbalement lors de notre discussion, nous comprenons que les faits pertinents présentés sont les suivants :

***Situation « A »***

- La Société\*\*\* (« la Société ») est une entreprise inscrite au fichier de la *taxe de vente du Québec* (« TVQ »). Elle est résidente du Québec et y fait affaires, de même qu'en \*\*\*\*\*, en \*\*\*\*\* et en \*\*\*\*\*;
- La Société fait appel aux services de \*\*\* (« l'Agence»), une agence résidente du Québec inscrite au fichier de la TVQ, pour concevoir (concept et plan d'action) et réaliser (placement média) une campagne de publicité nationale. La Société accorde à l'Agence un budget de \*\*\*\*\* payable sur

facturation pour livrer cette campagne « clé en main » devant couvrir l'ensemble des provinces où elle fait affaires ;

- La transaction qui se conclue verbalement est négociée au Québec où la conception de la campagne est entièrement effectuée. Quant au placement média, l'Agence sous-traite cette partie à des fournisseurs locaux de chaque province visée et est ensuite facturée par ces derniers ;
- L'Agence propose à la Société un plan budgétaire en fonction des provinces précitées et des objectifs commerciaux et priorités de la Société. Pour les fins de l'exemple, l'Agence propose quatre enveloppes budgétaires : \*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\* ;
- Chaque enveloppe comprend deux types de dépenses soit une portion des coûts reliés à la création de la campagne et les coûts médias reliés à la province en question. De même, l'Agence procède à la facturation de la Société de façon distincte pour la création et le placement média, cette dernière partie précisant le nom de tous les médias utilisés ainsi que la province.

### ***Situation « B »***

- Les faits sont les mêmes que dans la situation « A », à l'exception que le client (« Client ») fait maintenant affaires dans les 10 provinces, qu'un contrat écrit est signé et que ce dernier précise les montants que l'Agence doit investir par province, à savoir, \*\*\*\* chacune.

### ***Les questions soumises***

En rapport avec ces faits, les questions que vous nous soumettez sont les suivantes :

### ***Situation « A »***

- 1) ***D'après les faits décrits à la situation « A », peut-on conclure que l'Agence effectue quatre fournitures distinctes à l'égard de la campagne de publicité nationale compte tenu que quatre différentes enveloppes budgétaires sont prévues ? Le raisonnement pourrait-il changer si la Société imposait à l'Agence comment les montants devraient être alloués par province ?***

- 2) *L'Agence doit-elle percevoir la TVQ de la Société sur les services de placement média engagés à l'extérieur de la province de Québec ?*
- 3) *Si l'Agence sous-traite la totalité des services de publicité (conception et placement média) auprès d'une entreprise locale d'une province donnée et que l'Agence refacture la Société pour lesdits services (avec ou sans profit), la TVQ s'applique-t-elle ?*

*Situation « B »*

- 1) *D'après les faits décrits à la situation « B », peut-on conclure que l'Agence effectue dix fournitures distinctes à l'égard de la campagne de publicité nationale compte tenu que le contrat spécifie comment le budget de \*\*\*\* doit être dépensé par province (dix enveloppes) ? Le raisonnement pourrait-il changer si Client donnait carte blanche à l'Agence à l'égard de la répartition des enveloppes ?*
- 2) *L'Agence doit-elle percevoir la TVQ de Client sur les services de placement engagés à l'extérieur de la province de Québec ?*

*Les dispositions applicables*

Les dispositions pertinentes à notre analyse sont l'alinéa 1) de l'article 16 et le paragraphe 22.15(2) de la LTVQ qui s'énoncent (nous soulignons) :

*« Art. 16 Fourniture taxable effectuée au Québec. Tout acquéreur d'une fourniture taxable effectuée au Québec doit payer au ministre du Revenu une taxe à l'égard de la fourniture calculée au taux de 7,5% sur la valeur de la contrepartie de la fourniture. [...] »*

*« Art. 22.15 Règle générale. La fourniture d'un service, autre qu'un service visé aux articles 22.13 et 22.16 à 22.27, est réputée effectuée au Québec si, selon le cas : [...]*

*2) le lieu de négociation de la fourniture est situé au Québec et la totalité ou la presque totalité du service n'est pas effectué hors du Québec ; [...] »*

## *L'analyse et les réponses*

### *Situation « A » : question 1*

Après analyse des faits présentés, nous sommes d'avis que le travail de conception et de réalisation effectué par l'Agence au bénéfice de la Société constitue la fourniture unique d'un service.

En outre, l'intention de la Société est de retenir les services d'un seul fournisseur, l'Agence, pour une campagne de publicité nationale clé en main avec un budget global et non des campagnes distinctes pour les quatre provinces visées. De plus, le fait que la facturation présente séparément les différents éléments de la fourniture, dont certains sont réalisés dans différentes provinces, et que sa contrepartie soit répartie, par l'Agence ou la Société, selon des enveloppes budgétaires, ne change pas son objet qui demeure de livrer une campagne de publicité nationale.

### *Situation « A » : question 2*

En l'espèce, le placement média fait partie, avec la conception, de la fourniture unique d'un service. De plus, le lieu de négociation de cette fourniture est au Québec et la totalité ou presque de celle-ci n'est pas exécutée en dehors du Québec.

Par conséquent, cette fourniture est réputée être effectuée au Québec en vertu de l'article 22.15 de la LTVQ et, conformément à l'article 16, la taxe doit être perçue par l'Agence de la Société sur la contrepartie totale de cette dernière, incluant le placement média exécuté en dehors du Québec.

### *Situation « A » : question 3*

Lors de notre conversation téléphonique, vous nous avez précisé que cette question devait être analysée en tenant compte des éléments suivants : les faits de la situation « A » ne changent pas à l'exception de la conception et de la réalisation de la campagne dont une partie est maintenant sous-traitée par l'Agence à une entreprise locale de chacune des quatre provinces visées. Ainsi, bien que le lieu de négociation soit toujours au Québec et que la même part du budget y soit

attribuée, on n'y effectue plus que la partie conception et réalisation visant le Québec.

Malgré ces nouveaux éléments, nous comprenons toujours que l'intention de la Société demeure de retenir les services de l'Agence afin de livrer une campagne de publicité nationale et non des campagnes distinctes pour les quatre provinces visées. Nous comprenons également que la Société continue à faire affaires avec un seul fournisseur qui lui assure un service clé en main qui sera exécuté dans un ensemble de provinces et que l'objet de cette transaction demeure de fournir une seule campagne de publicité nationale. Nous comprenons enfin qu'une partie de la fourniture est toujours exécutée au Québec soit, la conception et la réalisation visant cette province.

Par conséquent, nous maintenons notre position présentée à la question 1 ci-avant à l'effet que la campagne de publicité conçue et réalisée par l'Agence au bénéfice de la Société constitue la fourniture unique d'un service.

Comme le lieu de négociation de la fourniture est au Québec et que la totalité ou presque de cette dernière n'est pas exécutée en dehors du Québec, l'ensemble de la fourniture est donc réputée y être effectuée. Ainsi, la TVQ doit être perçue sur la contrepartie totale de cette fourniture, incluant les portions relatives aux travaux exécutés en sous-traitance en dehors du Québec.

***Situation « B » : questions 1 et 2***

Comme pour les questions 1 et 2 de la situation « A », nous considérons qu'il s'agit d'une fourniture unique de services négociée au Québec et dont une partie y est exécutée, à savoir, la conception et la réalisation de la campagne pour le Québec, le tout pour une part du budget de \*\*\*\* sur \*\*\*\*\*.

En conséquence, nos réponses à ces questions peuvent être appliquées en l'espèce avec les adaptations nécessaires.

Si vous avez des questions relatives à la présente lettre, n'hésitez pas à communiquer avec \*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*.

Veillez agréer, \*\*\*, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

\*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*

Direction des lois sur les taxes,  
le recouvrement et l'administration