



Québec, le 9 mai 2013

\*\*\*\*\*

**Objet : Interprétation relative à la TPS  
Interprétation relative à la TVQ  
Services de publicité – Marketing expérientiel  
N/Réf. : 13-016959-001**

---

\*\*\*\*\*  
,

Nous donnons suite à votre demande d'interprétation concernant l'application de la Loi sur la taxe d'accise (L.R.C. 1985, c. E-15) [ci-après LTA] et de la Loi sur la taxe de vente du Québec (RLRQ, c. T-0.1) [ci-après LTVQ] concernant les services de marketing expérientiel fournis par votre cliente (l'Agence).

**Exposé des faits**

D'après le contenu de votre demande, notre compréhension des faits est la suivante :

1. L'Agence est une société de marketing résidente du Québec;
2. L'Agence offre notamment des services de « marketing expérientiel »;
3. Le marketing expérientiel consiste à créer un environnement propre à chaque client selon ses demandes. En plus de créer une ambiance, ce type de marketing permet, notamment, de présenter des échantillons de produits, d'en faire la démonstration, donner des photos souvenirs ou tout autre produit ou service susceptible de mettre en scène les valeurs d'une marque en impliquant les émotions du consommateur;
4. Dans le cadre du développement et de la gestion de programmes expérientiels, l'Agence dispose de plusieurs stratégies, notamment :
  - décoration et effets sonores ou de lumière;
  - projections interactives;
  - jeux et « advergaming »;
  - échantillonnage de produits;
  - guérilla marketing;
  - web, microsites et médias sociaux;
  - production vidéo;

- photographie;
  - concours;
  - sondages;
  - ambassadeurs;
  - commandites;
  - relations de presse.
5. L'Agence fournit à ses clients des contrats « \*\*\*\*\* » qui visent la conception, l'organisation et la réalisation de campagnes de publicité en utilisant le média dit « événementiel »;
6. Afin d'illustrer les services rendus par l'Agence, vous nous avez décrit huit exemples de contrats :
- \*\*\*\*\* : Pour susciter l'intérêt et l'enthousiasme de la clientèle visée et l'amener à faire du tourisme dans une ville donnée, l'Agence conçoit une campagne publicitaire incitant les consommateurs à retrouver des \*\*\*\*\* , à les photographier et à en poster une photo sur le site Facebook pour être admissible à gagner un voyage;
  - \*\*\*\*\* : L'Agence planifie et exécute des partys de lancement pour la commercialisation des \*\*\*\*\* dans le but de susciter l'intérêt des consommateurs;
  - \*\*\*\*\* : L'Agence conçoit une campagne de publicité pour promouvoir un nouveau projet de \*\*\*\*\*. Les participants doivent se procurer des \*\*\*\*\* chez certains commerçants et en prendre une photo qui sera affichée sur le site Facebook. Les participants doivent ensuite demander à leurs amis d'utiliser le bouton « j'aime » pour indiquer s'ils apprécient la photo. Les gagnants sont sélectionnés selon le nombre de « j'aime » obtenu et des prix leur sont remis;
  - \*\*\*\*\* : La campagne conçue par l'Agence vise à encourager les gens à faire des tests de \*\*\*\*\* afin de limiter la propagation de \*\*\*\*\*. Une équipe de représentants doit livrer un message et des \*\*\*\*\* qui sont fournis par le centre de ressources du \*\*\*\*\*. Les cliniques sont organisées dans les tentes aux abords des défilés lors des fêtes \*\*\*\*\* à \*\*\*\*\*;
  - \*\*\*\*\* : L'Agence et un fabricant de \*\*\*\*\* signent un contrat selon lequel l'Agence organise cinq partys dans différentes villes canadiennes. Chaque party est d'importance égale (même nombre d'invités et coûts similaires) et vise à promouvoir la marque de \*\*\*\*\*;
  - \*\*\*\*\* : L'Agence organise deux démonstrations où un mixologue de renommée fait des démonstrations de préparation de cocktails à base de \*\*\*\*\* devant un auditoire de barmans, de gens de l'industrie, de blogueurs et de journalistes. Les démonstrations sont amorcées par un petit cours d'histoire sur la compagnie de \*\*\*\*\* et son produit, \*\*\*\*\* et les autres caractéristiques \*\*\*\*\*. Elles se poursuivent par un spectacle, à la fois pour les yeux, le nez et les papilles;

- \*\*\*\* : L'Agence crée et exécute une campagne faisant la promotion de \*\*\*\*. Des représentants de l'Agence ont visité des endroits clés de \*\*\*\* et ont distribué des cartes incitant à visiter le site Internet \*\*\*\*. Des messages hebdomadaires ont été envoyés sur Facebook et Twitter, donnant de l'information sur les soirées à venir. Lors de ces soirées, les membres ont accès aux aires VIP, peuvent avoir des cocktails à base de \*\*\*\* préparées par un mixologue, un bon de \*\*\*\* et des breuvages de \*\*\*\* pendant toute la soirée. Des éléments aux couleurs de la marque \*\*\*\* sont également installés dans les établissements où se déroulent les soirées;
- \*\*\*\*\* : L'Agence s'est engagée à offrir des partys, carnivals et barbecues aux \*\*\*\* afin de promouvoir une marque de \*\*\*\* dans différentes villes. Le party incluait deux écrans vidéos, des jeux de lumière laser, une machine fumigène, trois heures de musique et de vidéoclips ainsi que des objets promotionnels destinés aux \*\*\*\*. Pour l'occasion, les salles de \*\*\*\* ont été décorées afin que \*\*\*\* puissent profiter \*\*\*\* et recevoir des échantillons de produits. Après la danse, de nombreuses photos ont été mises sur Facebook dans un groupe privé donnant accès seulement aux \*\*\*\*, sans publicité.

### Interprétation demandée

Vous souhaitez obtenir une interprétation de notre part relativement à l'application du Règlement sur le nouveau régime de la taxe à valeur ajoutée harmonisée<sup>1</sup> (le Règlement) aux contrats « \*\*\*\* » de marketing expérientiel.

Plus précisément, vous souhaitez que nous déterminions si, en vertu du Règlement, les services rendus par l'Agence dans le cadre des contrats « \*\*\*\* » sont assujettis à la règle générale sur le lieu de fourniture des services ou à la règle particulière relative aux services liés à des événements.

### Interprétation donnée

#### Taxe sur les produits et services (TPS)

En vertu de l'article 165 de la LTA, l'acquéreur d'une fourniture taxable effectuée au Canada est tenu de payer la TPS/TVH au taux en vigueur dans la province ou territoire où la fourniture est effectuée. De plus, l'alinéa 142(1)g de la LTA prévoit que la fourniture d'un service est généralement réputée effectuée au Canada si le service est, ou sera, rendu en tout ou en partie au Canada.

En présence d'une fourniture effectuée au Canada, il doit être déterminé dans quelle province celle-ci est effectuée. À cette fin, l'article 144.1 de la LTA prévoit qu'une fourniture est réputée effectuée dans une province si elle est effectuée au Canada ainsi que dans la province aux termes des règles énoncées à l'annexe IX de la LTA. Dans les autres cas, la fourniture est réputée effectuée hors de la province. L'article 3 de la partie IX de l'annexe IX de la LTA prévoit que la fourniture d'un bien ou d'un service est effectuée dans une province si elle y est effectuée aux termes d'un règlement.

---

<sup>1</sup> DORS/2010-117.

À cet effet, l'article 13 du Règlement prévoit que la fourniture d'un service est généralement effectuée dans une province si l'adresse résidentielle ou d'affaires de l'acquéreur y est située et que le fournisseur obtient cette adresse dans le cours normal des activités de son entreprise.

Toutefois, des règles spécifiques à certains services sont prévues au Règlement et ont préséance sur la règle générale, notamment l'article 28 applicable en présence d'un service lié à des événements en un lieu déterminé :

« **28.** La fourniture d'un service lié à un événement – spectacle, événement sportif ou compétitif, festival, cérémonie, conférence ou activité semblable – est effectuée dans une province si le service doit être exécuté principalement à l'endroit où l'événement aura lieu dans la province. »

Aux fins de cet article, l'expression « activité semblable » vise un événement à occurrence unique ou un événement annuel, tels une conférence ou un symposium. L'expression n'inclut pas un événement continu, telles des séances de formation qui se déroulent sur une base régulière ou qui surviennent à plus d'une occasion. Quant à l'expression « l'endroit où l'événement aura lieu », elle n'est pas définie dans la LTA et doit donc recevoir son sens ordinaire, lequel, pris dans le contexte de la disposition, signifie l'endroit où l'événement se tiendra tel que prévu au contrat entre les parties.

La qualification d'un service (service général ou service lié à un événement) demeure une question de fait qui s'analyse à la lumière des circonstances et des conventions propres à une situation donnée. N'ayant pu prendre connaissance des conventions relatives aux services « \*\*\*\*\* » fournis par l'Agence, il demeure difficile de conclure sur la nature exacte de ceux-ci. Toutefois, dans la mesure où notre compréhension des faits est exacte, les commentaires qui suivent sont applicables.

Afin de conclure qu'un service est lié à un événement au sens de l'article 28 du Règlement, l'Agence du revenu du Canada (ARC) a précisé qu'il doit y avoir un lien direct entre le service et l'événement. Plus précisément, l'événement doit n'être nul autre que l'objectif du service<sup>2</sup>.

Dans la mesure où les contrats « \*\*\*\*\* » fournis par l'Agence sont composés de plusieurs éléments, il semble que ces contrats se qualifient de fournitures uniques de services dont l'objet principal vise la prestation d'un service de publicité. En effet, il ressort que l'objectif des services de marketing expérientiel fournis par l'Agence vise essentiellement la promotion d'une marque.

De surcroît, même si l'on considérait le marketing expérientiel comme étant lié à un événement au sens de l'article 28 du Règlement, le marketing expérientiel ne serait pas nécessairement un service lié à un événement. En effet, dans certaines des situations soumises, il apparaît que le marketing expérientiel serait alors l'événement en soi, et non un service qui lui serait lié.

---

<sup>2</sup> ARC, version préliminaire du bulletin d'information technique sur la TPS/TVH B-103, *Taxe de vente harmonisée – Règles sur le lieu de fourniture pour déterminer si une fourniture est effectuée dans une province* (juin 2012), à la p. 97.

Conséquemment, le lieu de fourniture des services fournis par l'Agence peut correspondre au lieu de l'adresse résidentielle ou d'affaires de l'acquéreur des services de publicité, tel que prévu par l'article 13 du Règlement.

Les commentaires précédents constituent notre opinion générale sur le sujet de votre demande. Ces commentaires ne sont pas des décisions et, conformément aux lignes directrices énoncées dans le mémorandum sur la TPS/TVH *Service de décisions et d'interprétations en matière d'accise et de TPS/TVH (1.4)*, ils ne lient pas Revenu Québec en ce qui a trait à une situation en particulier. Les modifications proposées à la LTA, les règlements ou les énoncés interprétatifs peuvent avoir des répercussions sur l'interprétation donnée dans la présente.

#### Taxe de vente du Québec (TVQ)

Les régimes de la TVQ et de la TPS étant généralement harmonisés, notre interprétation relative à l'application de la TVQ à la situation ci-dessus décrite est au même effet que dans le régime de la TPS.

Pour tout renseignement complémentaire quant à la présente lettre, vous pouvez communiquer avec \*\*\*\* au \*\*\*\*.

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

\*\*\*\*

Direction de l'interprétation relative  
à l'imposition des taxes