

ASSEMBLÉE NATIONALE

4 décembre 2007

LOI DE FINANCES RECTIFICATIVE POUR 2007 - (n° 421)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 91

présenté par
Mme des Esgaulx et M. Chartier

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 34, insérer l'article suivant :**

I. – Après l'article 302 *bis* KE du code général des impôts, il est inséré un article 302 *bis* KF ainsi rédigé :

« Art. 302 *bis* KF. – I. – 1. Il est institué une taxe assise sur le montant hors taxe sur la valeur ajoutée des sommes versées par les annonceurs et les parrains, pour la diffusion de leurs messages publicitaires et de parrainage, aux redevables mentionnés au 2 ou aux régisseurs de messages publicitaires et de parrainage. Ces sommes font l'objet d'un abattement forfaitaire de 4 %.

« 2. La taxe est due par toute personne établie en France qui met à disposition du public un service offrant l'accès à titre onéreux ou gratuit à des œuvres ou documents cinématographiques ou audiovisuels sur demande individuelle formulée par un procédé de communication électronique.

« 3. Le taux de la taxe est fixé à 2 %.

« II. – La taxe est exigible dans les mêmes conditions que celles applicables en matière de taxe sur la valeur ajoutée.

« Elle est constatée, liquidée, recouvrée et contrôlée selon les mêmes procédures et sous les mêmes sanctions, garanties, sûretés et privilèges que la taxe sur la valeur ajoutée. Les réclamations sont présentées, instruites et jugées selon les règles applicables à cette même taxe. »

II. – Après le II de l'article L. 102 AA du Livre des procédures fiscales, dans sa rédaction issue de l'article 35 de la loi n° 2007-309 du 5 mars 2007 relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur, il est inséré un II *bis* ainsi rédigé :

« II *bis*. – Les régisseurs de messages publicitaires mentionnés au 1 du I de l'article 302 *bis* KF du code général des impôts sont tenus de fournir à chaque redevable mentionné au 2 du I de cet article ainsi qu'à l'administration des impôts, avant le 15 février de chaque année, un état récapitulatif des sommes qu'ils ont encaissées au cours de l'année civile précédente en rémunération de la diffusion des messages publicitaires par le redevable concerné. »

III. – Le I de l'article 50 de la loi de finances pour 2006 (n° 2005-1719 du 30 décembre 2005) est ainsi modifié :

A. – Après la deuxième occurrence du mot : « produit », la fin du c du 1° du A est ainsi rédigée :

« des taxes prévues aux articles 302 *bis* KE et 302 *bis* KF du même code, déterminées chaque année par la loi de finances ; ».

B. – Après la deuxième occurrence du mot : « produit », la fin du a du 1° du B est ainsi rédigée :

« des taxes prévues aux articles 302 *bis* KE et 302 *bis* KF du même code, non imputées à la première section du compte ; ».

IV. – Les dispositions du présent article entrent en vigueur à compter du 1^{er} janvier 2008.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à adapter les ressources du compte d'affectation spéciale Cinéma, audiovisuel et expression radiophonique locale au développement de nouvelles formes d'exploitation des offres de vidéo à la demande, dont les modèles économiques tendent à se rapprocher de ceux de l'univers télévisuel. Ainsi, le large panel des services de vidéo à la demande témoigne d'une diversification des sources de financement, qui ne se limitent pas au seul paiement d'un prix par l'utilisateur mais investissent de plus en plus le terrain publicitaire.

Certains opérateurs proposent en effet à leurs usagers un accès gratuit aux œuvres, c'est à dire non soumis au paiement d'un prix, à condition de visionner un ou plusieurs messages publicitaires.

En outre, que l'offre soit gratuite ou payante, l'opérateur commercialise également de manière plus générale l'espace publicitaire lié à son service de vidéo à la demande indépendamment de l'accès particulier à une œuvre, par exemple sous forme de bandeau publicitaire sur les pages d'accueil.

La mesure proposée, qui insère donc un article 302 *bis* KF dans le code général des impôts, soumet à une taxe de 2 % les ressources publicitaires et de parrainage encaissées par les services de vidéo à la demande ou leurs régisseurs.