

ASSEMBLÉE NATIONALE

24 novembre 2008

NOUVEAU SERVICE PUBLIC DE LA TÉLÉVISION - (n° 1209)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 712

présenté par
M. Dionis du Séjour
et les membres du groupe Nouveau centre

ARTICLE 20

Supprimer cet article.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le projet de loi instaure une nouvelle taxe sur la publicité diffusée par les éditeurs de services de télévision, sur les sommes versées par les annonceurs pour la diffusion de leurs messages publicitaires, à ces éditeurs ou à leurs régies, visant à assurer à France Télévision une compensation du manque à gagner résultant de la suppression de la publicité sur les antennes du Groupe après 20 heures. Cette taxe n'a pas de raison d'être pour plusieurs raisons :

Elle n'est pas affectée, ce qui constitue un risque important pour les sociétés visées par cette taxe : l'histoire budgétaire a déjà prouvé qu'une taxe ayant un objet bien défini (ici, la

compensation de la suppression de la publicité) est souvent amenée à augmenter et à se détourner de son objet initial pour se perdre dans les méandres du budget de l'Etat.

Sa constitutionnalité est douteuse : Elle est discriminatoire : elle fait peser une charge nouvelle sur des sociétés isolées de façon arbitraire et crée une rupture d'égalité entre les assujettis et les autres.

L'assiette de la taxe est formée, sous réserves de quelques abattements et exemptions, de l'essentiel du chiffre d'affaires. Or, le chiffre d'affaires d'une société n'est pas représentatif de sa capacité contributive. Cette taxe de 3% opère donc une nouvelle rupture d'égalité au sein des assujettis eux-mêmes, puisqu'ils ne seraient pas frappés à raison de leur capacité mais à raison de leur chiffre d'affaires.

Le fondement de la légitimité de cette taxe est purement conjoncturel : elle est légitimée par l'effet d'aubaine consécutif au report des recettes publicitaires de France télévisions suite à l'arrêt progressif de la publicité. Or, le transfert de ressources vers les chaînes privées historiques n'est pas garanti.

En 2008, le manque à gagner du service public ne s'est pas accompagné d'une augmentation des ressources publicitaires des chaînes privées. En 2009, les chaînes historiques privées ne sont toujours pas garanties de voir leurs ressources augmenter.

La crise économique a créé une contraction du marché publicitaire qui aura un impact important sur la croissance des chaînes privées. Dans un tel contexte, une taxe de 3% sur le chiffre d'affaire des chaînes privées risque de constituer une mesure confiscatoire.

Enfin, cette taxe est anti-économique, et méprise les règles de la concurrence : en déshabillant les chaînes privées pour habiller le service public, elle crée une situation de concurrence inédite où la croissance des chaînes privées favorise ses concurrents directs, par le transfert des ressources publicitaires.

Cette taxe de 3 % devrait rapporter 80 millions d'euros par an à France télévision, alors qu'un élargissement de l'assiette de la redevance audiovisuelle, et un faible rattrapage de 3 euros par an auraient constitué un moyen plus légitime de compenser la suppression de la publicité sur le service public.

Pour toutes ces raisons, cet amendement propose de supprimer l'article 20 instituant une taxe sur la publicité diffusée par les éditeurs de services de télévision, sur les sommes versées par les annonceurs pour la diffusion de leurs messages publicitaires, à ces éditeurs ou à leurs régies, afin de trouver un mode de compensation de la suppression de la publicité sur France télévisions plus légitime.