

ASSEMBLÉE NATIONALE

29 janvier 2010

PROJET DE LOI DE FINANCES RECTIFICATIVE POUR 2010 - (n° 2239)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 29

présenté par
M. Martin-Lalande

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 8, insérer l'article suivant :**

I. – Le code général des impôts est ainsi modifié :

1° Après l'article 1609 *sexdecies* B, il est inséré une section II *ter* ainsi rédigée :« Section II *ter*

« Taxe sur certaines ressources de publicité et de parrainage encaissées par les éditeurs de services à la demande

« *Art. 1609 sexdecies C. – 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 aux redevables mentionnés au 2° du présent I ou aux régisseurs de messages publicitaires et de parrainage, pour la diffusion de leurs messages publicitaires et de parrainage qui sont directement liés à la mise à disposition du public, en France, d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, à titre onéreux ou gratuit. Ces sommes font l'objet d'un abattement forfaitaire de 4 %.

« 2° La taxe est due par tout éditeur d'un service offrant l'accès à des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles, sur demande individuelle formulée par un procédé de communication électronique, qui est établi en France.

« 3° Le taux de la taxe est fixé à 5,5 %.

« 4° La taxe est due dès lors que le montant des encaissements annuels, hors taxe sur la valeur ajoutée, atteint 11 000 000 euros.

« 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. »

2° Le II de l'article 1736 est rétabli dans la rédaction suivante :

« II. – Entraîne l'application d'une amende égale à 10 % des sommes non déclarées le non-respect des obligations prévues par l'article L. 102 AA du livre des procédures fiscales. »

3° À l'article 1753, après le mot : « prévues », sont insérés les mots : « au II de l'article 1736, ».

II. – Le livre des procédures fiscales est ainsi modifié :

1° Après l'article L. 102 A, il est inséré un article L. 102 AA ainsi rédigé :

« Art. L. 102 AA. – Les régisseurs de messages publicitaires et de parrainage mentionnés au 1 du I de l'article 1609 *sexdecies* C du code général des impôts sont tenus de fournir à chaque redevable mentionné au 2 du I du même 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 et de parrainage par le redevable concerné. »

2° Au 3° de l'article L. 163, les mots : « à l'article 1609 *sexdecies* B » sont remplacés par les mots : « aux articles 1609 *sexdecies* B et 1609 *sexdecies* C ».

III. – L'article L. 116-1 du code du cinéma et de l'image animée est complété par les mots : « , ainsi que le produit de la taxe sur certaines ressources de publicité et de parrainage encaissées par les éditeurs de services à la demande, mentionnée à l'article 1609 *sexdecies* C du même code ».

IV. – Le présent article entre en vigueur le 1^{er} janvier 2011.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement a pour objet d'adapter les ressources du compte de soutien financier de l'industrie cinématographique et audiovisuelle 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.

La mesure proposée, qui insère donc un article 1609 *sexdecies* C dans le code général des impôts, vise ainsi à préserver la neutralité de la mesure fiscale quelque soit le modèle économique – payant pour l'utilisateur ou financé par la publicité – choisi par l'éditeur de services de média audiovisuel pour la mise à disposition des œuvres cinématographiques et audiovisuelles. La franchise de 11 000 000 euros permet de tenir compte du caractère naissant des services de vidéo à la demande financés par la publicité.