

ASSEMBLÉE NATIONALE

14 octobre 2010

LOI DE FINANCES POUR 2011 - (n° 2824)
(Première partie)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° I - 67 Rect.

présenté par
M. Martin-Lalande

ARTICLE ADDITIONNEL

APRÈS L'ARTICLE 11, insérer l'article suivant :

I. – Le IV de l'article 302 *bis* KG du code général des impôts est ainsi modifié :

1° Les deux derniers alinéas du 1 sont remplacés par un alinéa ainsi rédigé :

« Pour l'ensemble des redevables, jusqu'à la mise en oeuvre de la disposition mentionnée à la deuxième phrase du premier alinéa du VI de l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, ce taux est fixé à 0,5 % ».

2° Le 2 est supprimé.

II. – La perte de recettes pour l'État est compensée par la création à due concurrence d'une taxe additionnelle aux droits visés aux articles 575 et 575 A du code général des impôts.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement a pour objet d'appliquer un taux réduit égal à 0,5 % à la taxe prévue à l'article 302 *bis* KG du code général des impôts, dans le but de respecter fidèlement l'intention qui était celle du législateur lorsqu'il a adopté la loi n° 2009-258 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision, et notamment son article 32.

En adoptant cet article, le législateur a décidé la création de cette taxe assise sur les sommes versées par les annonceurs aux éditeurs de services de télévision ou aux régisseurs. Son

intention était alors de taxer « l'effet report » vers les chaînes de télévision privées des investissements publicitaires progressivement supprimés des écrans du groupe France Télévisions.

La plupart des spécialistes prévoyaient que cet « effet report » serait massif ; certains évoquaient même un « effet d'aubaine ». Mais ce prétendu « effet d'aubaine » n'a pas eu lieu. L'effet attendu qui avait légitimé la création de la taxe ne s'est pas produit. Au contraire.

Il ne se produira pas davantage avec la mise en place d'un moratoire sur la suppression de la publicité des écrans diurnes de France Télévisions. Aussi convient-il d'appliquer un taux réduit à cette taxe tant que la publicité reste maintenue entre 6 heures et 20 heures sur les écrans des chaînes publiques, et que le report est limité à un niveau ne compensant pas la chute des recettes publicitaires pour des raisons à la fois structurelles et conjoncturelles.