

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

10 novembre 2011

**LOI DE FINANCES POUR 2012 - (n° 3775)  
(Seconde partie)**

Commission	
Gouvernement	

**AMENDEMENT**

N° II - 734

présenté par  
M. de Courson et M. Perruchot

-----  
**ARTICLE ADDITIONNEL**

**APRÈS L'ARTICLE 47, insérer l'article suivant :**

I. – Après l'article L. 2333-9 du code général des collectivités territoriales, il est inséré un article L. 2333-9-1 ainsi rédigé :

« *Art. L. 2333-9-1.* – Une réduction de 40 % du montant dû au titre de la taxe locale sur la publicité extérieure est applicable aux établissements qui procèdent à la vente exclusive des produits suivants :

« – meubles meublants au sens de biens meubles (usage d'habitation comme les biens d'ameublement, appareils d'utilisation quotidienne) ;

« – véhicules automobiles ;

« – machinismes agricoles ;

« – matériaux de construction. »

II. – Les dispositions du présent article s'appliquent à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2013.

III. – La perte de recettes pour les collectivités territoriales est compensée à due concurrence par la majoration de la dotation globale de fonctionnement et, corrélativement pour l'État, par la création d'une taxe additionnelle aux droits visés aux articles 575 et 575 A du code général des impôts.

---

## EXPOSÉ SOMMAIRE

Le barème de la taxe locale sur les publicités extérieures est assis sur la notion de surface. La surface des dispositifs publicitaires est logiquement proportionnelle à la surface des magasins.

Ce barème s'applique uniformément à l'ensemble des secteurs d'activité, sans considérer les réelles spécificités de plusieurs d'entre eux, comme l'ameublement.

Dans ce secteur, les meubles exposés nécessitent d'importantes surfaces d'exposition, en général identiques à la surface occupée par les mêmes meubles chez les consommateurs.

Ces surfaces commerciales ne sont en outre pas des surfaces de vente stricto sensu, mais des surfaces d'exposition. Les produits finalement vendus sont soit emportés à partir d'un entrepôt jouxtant le magasin, soit livrés au terme d'un délai de fabrication.

La rentabilité de ces surfaces est donc sans commune mesure avec celle d'autres secteurs du commerce. On peut ainsi estimer qu'il faut à un magasin de meubles six à sept fois la surface d'un magasin alimentaire pour réaliser le même chiffre d'affaires !

Les magasins d'ameublement ont donc logiquement des capacités contributives bien inférieures à beaucoup d'autres face à des fiscalités directement ou indirectement assises sur la notion de surfaces.

Aussi convient-il de restaurer une équité devant l'impôt en prenant en compte ces spécificités et les réelles capacités contributives qui en découlent.

Il est donc proposé une réduction de 40 % du montant de la TLPE pour les quatre secteurs d'activité bénéficiant déjà d'une mesure similaire au titre de la TASCOM, pour les raisons précisées ci-dessus et reconnues de longue date.

Cette mesure présente l'avantage d'être étroitement et précisément circonscrite dans son périmètre et son incidence sur les finances locales. Elle est reconnue sans difficultés juridiques depuis plusieurs décennies. Elle participe, sous la forme d'une règle claire aisément applicable, à une modernisation souhaitable du barème de la TLPE.