

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

25 novembre 2011

LOI DE FINANCES RECTIFICATIVE POUR 2011 - (n° 3952)

Commission	
Gouvernement	

**AMENDEMENT**

N° 85

présenté par  
M. Herbillon et M. Riester

-----  
**ARTICLE ADDITIONNEL**

**APRÈS L'ARTICLE 16, insérer l'article suivant :**

I. – Le code général des collectivités territoriales est ainsi modifié :

1° L'article L. 2333-8 est ainsi modifié :

a) Le sixième alinéa est complété par les mots : « ou de kiosque à journaux. » ;

b) Au dernier alinéa, après le mot : « urbain », sont insérés les mots : « ou de kiosque à journaux » ;

2° Le dernier alinéa du C de l'article L. 2333-9 est complété par une phrase ainsi rédigée : « Toutefois, lorsqu'une commune ou un établissement public de coopération intercommunale n'adopte pas l'exonération ou la réfaction prévues à l'article L. 2333-8 pour les dispositifs apposés sur des éléments de kiosque à journaux, la taxation par face est maintenue, indépendamment du nombre d'affiches effectivement contenues dans ces dispositifs. ».

II. – 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**

Les kiosques à journaux contribuent au pluralisme de l'information, objectif de valeur constitutionnelle, et à la vitalité du tissu urbain. Or, le réseau des kiosques à journaux implantés sur

---

le domaine public des collectivités publiques n'est pas assez dense et la création de nouveaux points de vente de presse doit être encouragée.

Le modèle économique des kiosques à journaux repose sur le financement, par l'opérateur du kiosque, de son aménagement intérieur pour la vente de la presse, de son entretien et de sa maintenance. Cet investissement lourd est financé exclusivement par les ressources publicitaires provenant de la location des panneaux installés sur les parois du kiosque. En effet, le loyer nominal versé à l'opérateur par le travailleur indépendant exploitant le kiosque pour la vente de la presse est très symbolique et ne permet nullement de couvrir l'investissement réalisé.

Les ressources publicitaires sont, ainsi, essentielles pour permettre le développement du réseau de kiosques à journaux.

Il est donc proposé un dispositif d'allègement de la charge de la taxe sur la publicité extérieure pesant sur l'opérateur du kiosque. Il s'agit d'aligner le régime fiscal applicable à la publicité apposée sur les façades des kiosques à journaux sur celui des dispositifs publicitaires apposés sur les éléments de mobilier urbain, prévu à l'article L 2333-8 du code général des collectivités territoriales. Les kiosques à journaux pourront ainsi, le cas échéant, bénéficier d'une exonération de cette taxe ou d'une réfaction à hauteur de 50 % de son montant, quel que soit l'objet de l'affichage. Cet alignement sur le régime du mobilier urbain est d'autant plus légitime que les kiosques à journaux sont assimilés au mobilier urbain pour l'application des dispositions relatives à la publicité extérieure (articles R.581-26 et R.581-28 du Code de l'environnement).

Cette possibilité d'exonération ou de réfaction est laissée à l'appréciation de la commune (ou de l'établissement public de coopération intercommunale) concernée, qui doit adopter une délibération en la matière.

Par ailleurs, certains kiosques à journaux, notamment à Paris, ont adopté un système d'affichage permettant de montrer plusieurs affiches publicitaires de manière successive à travers le même dispositif. Ainsi, bien qu'une seule face du kiosque soit exploitée, la taxation se fait par affiche.

Dans la mesure où le dispositif d'allègement fiscal envisagé demeure une faculté pour la commune (ou l'établissement public de coopération intercommunale), il est proposé, dans l'hypothèse où aucune délibération ne serait adoptée en la matière, que la taxation par face prévue à l'article L. 2333-9 du code général des collectivités territoriales soit calculée indépendamment du nombre d'affiches qui seraient montrées successivement par le même dispositif publicitaire.