

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

29 mars 2019

---

**TAXE SUR LES SERVICES NUMÉRIQUES - (N° 1737)**

Rejeté

**AMENDEMENT**

N ° CF142

présenté par

M. Bothorel, M. Gassilloud et Mme Hennion

-----

**ARTICLE PREMIER**

Compléter l'alinéa 22 par la phrase :

« Les modalités de consultation de l'interface numérique et du message publicitaire sont précisées par décret ; »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Il est important de lever toute ambiguïté sur la définition des services de ciblage publicitaire concernés et de l'assiette assujettie à la taxe, notamment au regard de la technicité et complexité du secteur de la publicité numérique ciblée. Cette nécessaire clarté permettra d'assurer une meilleure sécurité juridique et facilitera l'implémentation de cette taxe pour l'administration fiscale. Il est très probable que l'incertitude sur la valeur de l'assiette conduise à des interprétations divergentes de la loi entre les contribuables et l'administration fiscale française pouvant engendrer des coûts administratifs élevés.

En particulier, il convient de souligner que le simple placement d'un message publicitaire sur une interface numérique n'a pas la même valeur que la consultation d'une publicité ciblée par un utilisateur. La confusion de ces différents schémas au sein du projet de loi pourrait avoir un impact indirect sur les services délivrant à titre principal des contenus numériques, notamment les sites d'information, dont le modèle économique repose en grande partie sur la valeur portée par la publicité ciblée.

Le temps de la concertation lors de l'écriture du décret permettra de faire ressortir les standards utilisés par l'industrie. Ce temps nécessaire et utile pourrait être également mis à profit pour une coordination entre les autorités compétentes en la matière, notamment concernant les enjeux de la conservation des données personnelles des utilisateurs et l'efficacité de l'administration fiscale.