

ASSEMBLÉE NATIONALE

25 juin 2020

PLFR POUR 2020 - (N° 3074)

| | |
|--------------|--|
| Commission | |
| Gouvernement | |

Retiré

AMENDEMENT

N ° 1912

présenté par
Mme Bergé et Mme Piron

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

I. – Les sociétés soumises à l'impôt sur les sociétés en France, peuvent, sur option, bénéficier d'un crédit d'impôt sur les sociétés au titre des investissements publicitaires au sens des articles 2 a) de la directive 2006/114/CE, 2d) de la directive 2005/29/CE et 2h) de la directive 2010/13/UE et mentionnés au III.

II. – Les investissements en communication mentionnés au III doivent répondre aux conditions suivantes :

a) Bénéficiaire à des sociétés soumises à l'impôt sur les sociétés en France, à l'exclusion des entreprises du secteur numérique définies au III de l'article 299 du présent Code.

b) Être réalisés dans les médias qui financent l'information, la création audiovisuelle et cinématographique.

c) Être engagés pendant la période commençant le 1er janvier 2020, et se terminant le 31 décembre 2020.

d) Être déductibles conformément aux dispositions de l'article 39,1-1° du code général des impôts.

III. – 1. Le crédit d'impôt est égal à 30% du montant hors taxe total des dépenses visées au 3 ci-après, diminué du montant des remises, rabais, réductions accordés au titre de la période visée au c du II.

2. Les dépenses éligibles au crédit d'impôt sont :

a. Les dépenses de réalisation des communications c'est-à-dire de création et de production des communications ;

b. Les dépenses de distribution des communications c'est-à-dire celles permettant de diffuser les communications sur les supports de diffusion visés au II, notamment celles liées aux achats d'espaces.

IV. – Le crédit d'impôt s'applique au premier euro au montant hors taxe total des dépenses mentionnées aux III, diminué du montant des remises, rabais, réductions accordés au titre de la période visée au c du II.

V. – 1. Le crédit d'impôt sur les sociétés résultant de l'application du I fait naître au profit de l'entreprise une créance non imposable d'égal montant.

La créance est remboursée au terme des cinq années suivant celle de la clôture de l'exercice au titre duquel le crédit d'impôt a été constaté. Toutefois, l'entreprise peut utiliser la créance pour le paiement de l'impôt sur les sociétés dû au titre des exercices clos au cours de ces cinq années. Dans ce cas, la créance n'est remboursée qu'à hauteur de la fraction qui n'a pas été utilisée dans ces conditions.

Par dérogation à l'alinéa précédent, peuvent, sur demande déposée au plus tard à la date limite de dépôt de la déclaration de résultats de l'exercice clos au 31 décembre 2020, être remboursées des créances non utilisées, autres que celles cédées dans les conditions prévues par les articles L. 313-23 à L. 313-35 du code monétaire et financier, nées d'une option exercée au titre d'un exercice clos au plus tard le 31 décembre 2020.

2. Par exception aux dispositions qui précèdent, les entreprises ayant fait l'objet d'une procédure de sauvegarde, d'un redressement ou d'une liquidation judiciaire peuvent demander le remboursement de leur créance non utilisée à compter de la date du jugement qui a ouvert ces procédures. Ce remboursement est effectué sous déduction d'un intérêt appliqué à la créance restant à imputer. Cet intérêt, dont le taux est celui de l'intérêt légal applicable le mois suivant la demande de l'entreprise, est calculé à compter du premier jour du mois suivant cette demande jusqu'au terme des cinq années suivant celle de la clôture de l'exercice au titre duquel le crédit d'impôt a été constaté.

3. La créance est inaliénable et incessible, sauf dans les conditions prévues par les articles L 313-23 à L 313-35 du code monétaire et financier, ou dans des conditions fixées par décret.

VII. – 1. L'option visée au I est exercée au titre de l'exercice au cours duquel le crédit d'impôt est applicable et dans les mêmes délais que ceux prévus pour le dépôt de la déclaration de résultats de cet exercice.

2. En cas de fusion, de scission ou d'opération assimilée intervenant au cours des cinq années suivant celle de la clôture de l'exercice au titre duquel l'option visée au I a été exercée, la créance de la société absorbée, scindée ou apporteuse peut être transférée à la ou les sociétés bénéficiaires des apports. Le transfert de la créance est effectué pour sa valeur nominale.

En cas de scission ou d'apport partiel d'actif, la créance est transmise au prorata du montant de l'actif net réel apporté à la ou aux sociétés bénéficiaires des apports apprécié à la date d'effet de l'opération.

VIII. – Le I n'est applicable qu'aux sommes venant en déduction de l'impôt dû.

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

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le marché publicitaire français est très massivement touché par les conséquences économiques de la crise sanitaire. Les régies publicitaires, tous médias confondus observent une chute brutale de leur chiffre d'affaires de l'ordre de 70% à 90% sur le mois d'avril et prévoient une baisse minimale de 20% à 30% sur l'année.

Le marché de la publicité est un levier économique puissant, générateur de croissance et d'emplois. En effet, en 2017, un euro investi en publicité générerait pas moins de 7,85 euros de PIB pour la France. En 2019 l'investissement publicitaire évalué à 33,8 milliards d'euros a contribué à hauteur de 265,33 milliards d'euros au Produit Intérieur Brut (soit 10,9%).

Ces baisses massives des recettes publicitaires, si elles ne sont pas jugulées par un dispositif spécifique, pourraient avoir des conséquences massives sur la consommation des ménages, sur le financement de l'information et la création culturelle, audiovisuelle et cinématographique.

Dans cette crise où les questions de fractures sociales, culturelles et territoriales ressortent de manière criante et où l'enjeu de la souveraineté est posé, les médias, les groupes audiovisuels sont en première ligne.

Le présent amendement propose donc de créer un dispositif transitoire de crédit d'impôt sur les dépenses de communication des entreprises soumises à l'impôt sur les sociétés en France pour tout investissement publicitaire dans les médias TV, radios, presse écrite et affichage. Ce dispositif permettra d'adopter une proposition qui bénéficierait à l'ensemble des médias qui financent la création et l'information en incitant les annonceurs à investir dans les prochains mois