

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

17 juin 2020

PLFR POUR 2020 - (N° 3074)

Rejeté

**AMENDEMENT**

N° CF165

présenté par

Mme Duby-Muller, Mme Genevard, Mme Kuster, Mme Le Grip, M. Abad, Mme Anthoine, Mme Bazin-Malgras, M. Jean-Claude Bouchet, Mme Meunier, M. Sermier, M. Lurton, M. Cordier, M. Cinieri, Mme Trastour-Isnart, M. Viala, M. Descoeur, M. Hetzel, M. Jean-Pierre Vigier, M. Bony, M. Pierre-Henri Dumont, M. de Ganay, Mme Corneloup, M. Reiss, Mme Beauvais, Mme Valentin, M. Bazin, M. Minot, M. Masson, M. Viry, M. Perrut, M. Gaultier, M. Pauget, Mme Louwagie, M. Menuel, Mme Bonnivard, M. Lorion, M. Gosselin, M. Herbillon, M. Aubert et M. Breton

-----

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

I. - L'article 302 *bis* MA du code général des impôts est ainsi complété :

« I. Il est institué pour l'année 2020 un crédit d'impôt pour les 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] réalisés dans les médias qui financent l'information et la création, égal à 50 % de l'impôt perçu sur ces investissements.

II. - Les investissements publicitaires 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 1<sup>er</sup> 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. - Le crédit d'impôt est égal à 50 % du montant hors taxe total des dépenses visées au 3 ci-après, diminué du montant des remises, rabais, ristournes accordés au titre de la période visée au II.c).

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, ristournes accordés au titre de la période visée au II.c.

V. - 1. Le crédit d'impôt sur les sociétés résultant de l'application du premier alinéa 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.

VI. 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 appréciés à la date d'effet de l'opération.

VII. - 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. »

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

### **EXPOSÉ SOMMAIRE**

Cet amendement vise à instituer un crédit d'impôt en faveur des investissements publicitaires réalisés dans les médias qui financent l'information et la création, mesure proposée dans le plan d'urgence pour la Culture des Républicains présenté le 9 juin 2020.

Avec la crise économique, de très nombreuses entreprises françaises ont décidé, parmi leurs premières mesures de restriction budgétaire, de freiner ou stopper leurs investissements en communication. Les recettes publicitaires, qui sont souvent les principales sources de financement des chaînes audiovisuelles, ont chuté de manière drastique, de l'ordre de 70 % à 90 % pendant le confinement, sans pouvoir envisager un rattrapage en fin d'année, la crise ayant obligatoirement des effets dans le temps.

Nous le savons, la communication est un levier majeur de la croissance économique par le biais de la stimulation de la consommation. D'après une étude du cabinet Deloitte en 2017, les investissements en communication apportent une contribution essentielle à la croissance économique : 1 euro investi en communication génère en moyenne 7,85 € de PIB en France, ce qui fait de notre pays celui dans lequel les investissements en communication sont le plus profitables.

Malgré ce contexte très difficile, les médias qui financent l'information et la création ont continué à remplir, dans des conditions matérielles et opérationnelles particulièrement difficiles, leur mission indispensable d'information. Ils ont continué à proposer aux très nombreux téléspectateurs, lecteurs et auditeurs des programmes et contenus ambitieux. Ils jouent un rôle essentiel de maintien du lien social ; ils participent à l'indispensable cohésion nationale et demeurent garants de la démocratie par la pluralité de la presse. En outre, les investissements en communication font vivre directement et indirectement un très large écosystème : création audiovisuelle, cinématographique, musicale, journalistes, auteurs, artistes- interprètes, producteurs, distributeurs, réalisateurs, techniciens, acteurs du sport, ...

Ces acteurs sont nombreux à appeler aujourd'hui à la mise en place d'un crédit d'impôt en faveur des investissements publicitaires réalisés dans les médias d'information et finançant la création. Ce dispositif pourrait couvrir tous les investissements de création, production et diffusion des communications des marques engagées en France auprès des différents supports afin de bénéficier à

un très grand nombre d'acteurs nationaux. Des dispositifs similaires ont d'ailleurs été adoptés dans d'autres États européens (Italie, Danemark).