

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

19 juin 2020

PLFR POUR 2020 - (N° 3074)

Rejeté

**AMENDEMENT**

N° CF852

présenté par

M. Mazars, Mme Blanc, M. Descoeur, Mme Jacqueline Dubois, Mme Chapelier, M. Cubertafon,  
M. Euzet, M. Jerretie, M. Terlier, Mme Tiegna, Mme Verdier-Jouclas, M. Viala et  
Mme Vichnievsky

-----

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

I. – À la section II du chapitre IV du titre premier de la première partie du livre premier du code général des impôts, il est inséré un nouvel article 244 *quater* H ainsi rédigé :

« Article 244 *quater* H. – I. – Les entreprises industrielles et commerciales ou agricoles imposées d'après leur bénéfice réel ou exonérées en application des articles 44 *terdecies* à 44 *sexdecies*, 44 *sexies*, 44 *sexies* A, 44 *octies*, 44 *octies* A, peuvent bénéficier d'un crédit d'impôt pour les dépenses de communication et les investissements publicitaires qu'elles exposent au cours de leur exercice.

« Le crédit d'impôt bénéficie également aux associations régies par la loi du 1<sup>er</sup> juillet 1901 et aux sociétés des professions libérales soumises à un statut législatif ou réglementaire ou dont le titre est protégé et aux sociétés de participations financières de professions libérales visées par la loi n° 90-1258 du 31 décembre 1990 relative à l'exercice sous forme de société des professions libérales soumises à un statut législatif ou réglementaire ou dont le titre est protégé et aux sociétés de participations financières de professions libérales. ».

« II. – Les dépenses ouvrant droit au crédit d'impôt sont, à condition qu'elles soient déductibles du résultat imposable les dépenses visant à faire connaître les produits et services de l'entreprise par l'insertion de bandeaux d'annonces publicitaires dans les journaux de la presse écrite et de la presse radiophonique indépendantes.

« III – Le crédit d'impôt, calculé au titre de la période d'imposition ou de l'exercice clos au cours desquels des dépenses éligibles ont été exposées, est égal à 50 % de ces dépenses. Les subventions publiques reçues par les entreprises à raison des dépenses ouvrant droit au crédit d'impôt sont déduites des bases de calcul de ce crédit.

« IV. – Le bénéfice de ce crédit d'impôt est limité aux dépenses exposées pendant l'état d'urgence et pendant les six mois suivant la date à laquelle est déclarée la fin de l'état d'urgence.

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

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

### EXPOSÉ SOMMAIRE

Les radios et journaux indépendants locaux spécialisés ou généralistes expriment la voix des territoires.

Vecteurs culturels de proximité, ces supports écrits et radiophoniques indépendants vivent pour la plupart uniquement des ressources commerciales issues de la vente d'espaces publicitaires, sans aucune aide publique.

Or, depuis le début de la crise sanitaire, ils doivent faire face à l'effondrement de leurs recettes publicitaires : par exemple pour les radios locales le chiffre d'affaires s'est effondré de plus de la moitié au mois de mars et de plus de 90 % aux mois d'avril et de mai. Pour l'année 2020, pour les seuls supports radiophoniques, la perte se chiffre à plusieurs millions d'euros, entre 30 et 45.

Leur équilibre économique reposant essentiellement sur les annonceurs locaux (restaurateurs, clubs de gym, magasins d'habillement, commerces de proximité, etc...), la fermeture de ces derniers les a inéluctablement impacté très lourdement.

Environ 90 % ont eu recours au chômage partiel au mois d'avril, la plupart d'entre eux encore sera contraint de le prolonger au moins jusqu'à la fin du mois d'août. Ils sont aussi nombreux, et malgré les mesures d'accompagnement mises en place, à n'avoir eu d'autres choix que de prendre des mesures radicales comme le non-renouvellement de contrats.

La reprise s'amorce, mais elle s'amorce lentement puisque les principaux annonceurs ont été eux aussi très sévèrement touchés par la crise. Dans ce contexte, la reprise du secteur de la presse écrite et radiophonique locale indépendante est bel et bien précaire et conditionnée au temps que les annonceurs mettront à recouvrer leur rythme d'activité « normale ».

En tout état de cause, cette presse indépendante reste très inquiète de son sort et surtout de celui de ses salariés. Près d'un quart d'entre elles estiment qu'elles ne pourront même pas survivre aux conséquences de la crise.

Aussi, afin d'accompagner la reprise de la presse locale indépendante, notre amendement vise à inciter les annonceurs à publier leurs annonces publicitaires dans leurs supports de presse locale. Notre amendement prévoit donc un crédit d'impôt de 50 % sur les montants investis dans des annonces publicitaires et les campagnes insérées dans la presse locale indépendante.