

ASSEMBLÉE NATIONALE

7 octobre 2020

PLF POUR 2021 - (N° 3360)

Rejeté

AMENDEMENT

N ° II-CF148

présenté par
M. Bournazel
-----**ARTICLE ADDITIONNEL****APRÈS L'ARTICLE 45, insérer l'article suivant:**

I. – Le A de l'article 278-0 *bis* du code général des impôts est complété par un 4° ainsi rédigé :

« 4° Les produits physiques musicaux et le téléchargement de phonogrammes musicaux, dans le cas des opérations dont le fait générateur intervient à compter du 1er janvier 2023. »

II. – La perte de recettes pour l'État résultant du I 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

Dix ans après l'audace dont la représentation nationale a fait preuve pour appliquer au livre audio un taux réduit de 5,5 %, le présent amendement propose d'appliquer ce même taux aux produits physiques musicaux relevant d'un acte d'achat (ventes de CD, vinyles et téléchargements) à compter du 1^{er} janvier 2023. Ce délai laisse à la France le temps d'emporter l'adhésion des autres États membres sur ce sujet en mettant à profit notamment la période où elle prendra la présidence du Conseil de l'Union européenne à compter du 1^{er} janvier 2022.

Cette demande est motivée par deux motifs :

1. Soutenir le réseau de distribution de la musique, maillage exceptionnel au service de l'accès à la culture partout en France, et qui a subi un recul de près de 10 % par an sur les 5 dernières années avec la montée en puissance du streaming mais aussi avec les crises sociales qui ont secoué le commerce.
2. Soutenir l'activité des labels encore très dépendante du marché physique alors que le confinement a été brutal et immédiat pour ce segment : il représentait encore près de 40 % des ventes de musique enregistrée en 2019 et s'est écroulé au premier semestre 2020 (– 37 %).

Cette mesure historique permettrait en réalité de bénéficier également à l'ensemble de la chaîne de valeur, y compris au public qui manifeste chaque année son attachement aux artistes de la scène française : 19 des 20 meilleures ventes sont des productions locales chantées en français. Dans un marché avec une telle dominante tricolore, le risque d'effet d'aubaine au profit des productions étrangères est totalement écarté.