

ASSEMBLÉE NATIONALE

5 octobre 2015

PLF POUR 2016 - (N° 3096)

Adopté

AMENDEMENT

N° I-CE43

présenté par

M. Goldberg, M. Pupponi, Mme Linkenheld, Mme Maquet, M. Bies, M. Pellois et M. Laurent

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 7, insérer l'article suivant:**

Après l'article 683 *bis* du code général des impôts, il est inséré un article 683 *ter* ainsi rédigé :

« Art. 683 *ter*. – Le vendeur de tout bien immobilier assujetti aux droits de publicité foncière est également assujetti à une contribution de solidarité urbaine, dès lors que la valeur de la transaction effectuée est supérieure à un prix de référence de 10 000 euros au mètre carré de surface habitable.

« La contribution est fixée à 10 % de la différence entre le montant de la transaction effectuée et la valeur résultant de l'application du prix de référence défini au premier alinéa. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

En prélevant une ressource assise sur les valorisations immobilières très élevées existant dans les quartiers ségrégués, ce dispositif vise à appliquer un principe « ségrégueur / payeur » afin de contrecarrer le mouvement de divergence spatiale des valeurs immobilières concomitante avec la flambée des prix. Il permettra en effet d'utiliser les sommes perçues pour construire une offre de logements plus mixte socialement sur l'ensemble du territoire.

Il est à noter que le nombre et le volume financier des ventes les plus chères visées par ce dispositif ont très fortement augmenté depuis plus de dix ans. Par exemple, sur le seul territoire de la ville de Paris, le nombre d'appartements anciens vendus à plus de 10 000 euros le mètre carré a été multiplié par plus de vingt entre 2002 et 2012, passant, en 2002, de moins de 250 pour un montant total de 260 millions d'euros, à près de 5 700 en 2012 pour un montant total de près de 4,8 milliards d'euros. De même, dans les Hauts-de-Seine, moins de 20 ventes de ce type ont été réalisées en 2002 pour une somme de 24 millions d'euros. En 2012, ce sont plus de 370 ventes qui ont été effectuées pour environ 430 millions d'euros. Les Alpes-Maritimes ont connu une même progression, passant de moins de 40 ventes en 2002 à plus de 300 en 2012, pour un montant évoluant de 55 millions à 400 millions d'euros sur la même période.