

ASSEMBLÉE NATIONALE

16 janvier 2016

RÉPUBLIQUE NUMÉRIQUE - (N° 3399)

Commission	
Gouvernement	

Retiré

AMENDEMENT

N° 850

présenté par

Mme Berger et Mme Rabault

AVANT L'ARTICLE 26, insérer la division et l'intitulé suivants:

Après le chapitre VII *octies* du titre II de la première partie du livre I^{er} du code général des impôts, il est inséré un chapitre VII *nonies* ainsi rédigé :

« Chapitre VII *nonies*

« Taxe sur la publicité en ligne

« *Art. 302 bis KI. – I. –* Il est institué, à compter du 1^{er} janvier 2017, une taxe sur la publicité diffusée en ligne par voie électronique autre que téléphonique, de radiodiffusion et de télévision.

« Cette taxe est due par les personnes qui assurent la régie des services de publicité dont l'objet est de promouvoir l'image, les produits ou les services de l'annonceur.

« On entend par régie toute personne physique ou morale qui fournit à un annonceur ou une agence des services de publicité diffusés en ligne. La régie peut fournir cette prestation pour le compte d'un tiers diffuseur ou en effectuer la diffusion pour son propre compte.

« La taxe est assise sur les sommes, hors commission d'agence et hors taxe sur la valeur ajoutée, annuellement payées par les annonceurs aux régies pour les services de publicité destinés à être reçus par le public établi en France métropolitaine et dans les départements d'outre-mer. Sont notamment considérés comme entrant dans le champ d'application de la taxe les services de publicité en ligne notamment fournis au moyen de moteurs de recherches, d'affichage de messages promotionnels, d'affiliation de liens, d'envois de courriels, de comparateurs de produits et de services en ligne sur téléphonie mobile.

« II. – La taxe est calculée en appliquant un taux de 0,1 % à la fraction de l'assiette comprise entre 20 millions d'euros et 125 millions d'euros, puis de 0,2 % au-delà.

« III. – Cette taxe est liquidée et acquittée au titre de l'année civile précédente lors du dépôt de la déclaration, mentionnée au 1 de l'article 287, du mois de mars ou du premier trimestre de l'année civile.

« IV. – La taxe est recouvrée et contrôlée selon les mêmes procédures et sous les mêmes sanctions, garanties, sûretés et privilèges que la taxe sur la valeur ajoutée. Les réclamations sont présentées, instruites et jugées selon les règles applicables à cette même taxe. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement vient contribuer au maintien d'une base fiscale en France dans un contexte de dématérialisation favorable à l'érosion de l'assiette des prélèvements obligatoires.

Le dispositif proposé tire les conséquences provisoires de la difficulté à faire contribuer l'économie numérique à nos schémas fiscaux classiques. Les derniers travaux de l'OCDE de l'automne 2015 dans le cadre du BEPS mettent en avant la réflexion encore en cours sur le sujet de l'économie numérique (Action 1), notamment la réforme de la notion d'établissement stable. En l'absence d'évolution imminente sur ce point, créer cette taxe sur le chiffre d'affaires numérique publicitaire permettra à titre transitoire de mieux inclure les acteurs du digital dans le financement de la solidarité collective.

La mesure ici proposée doit également être remise dans un contexte d'accroissement exponentiel de l'utilisation des données personnelles dans la publicité en ligne et l'importance en contrepartie d'une action publique impartiale et efficace pour protéger les citoyens. La Commission nationale de l'informatique et des libertés doit demeurer une institution de régulation publique opérante, appuyée par un financement indépendant, ce à quoi concourra le présent prélèvement.

L'amendement reprend l'idée qui a été promue par l'article 27 de la loi n° 2010-1657 du 29 décembre 2010 de finances pour 2011, mais qui n'a jamais été appliqué.