



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

convention internationale sur la diversité culturelle

Question écrite n° 92711

Texte de la question

L'adoption de la convention sur la diversité culturelle par l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) est un signal très encourageant d'ouverture réciproque aux autres cultures. Il correspond en France à un mouvement profond d'aspiration à la diversité et de promotion de celle-ci, dans les domaines de la création artistique et industrielle, de l'enseignement, de l'image de notre société. Les entreprises y apportent leur part et, comme elles sont un puissant vecteur d'échange avec le monde, M. Bruno Bourg-Broc souhaite interroger M. le ministre de la culture et de la communication sur la possibilité qu'il y aurait de les inciter et de les encourager, par une action spécifique, à ce qu'elles offrent sur leurs portails ou sur leur principal portail internet une version véritablement plurilingue des pages ou de quelques pages mises en ligne, par exemple en deux ou trois grandes langues autres que le français. À ce jour, on dénombre une minorité d'entreprises exportatrices - et il convient de les saluer - proposant leur site institutionnel en d'autres langues étrangères que l'anglais. - Question transmise à M. le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie.

Texte de la réponse

Les aides octroyées par l'État aux entreprises exportatrices sont soumises à une double contrainte juridique provenant de l'existence du marché unique et des règles en matière de subventions découlant des accords de l'Organisation mondiale du commerce. En complément des dispositions du traité relatives aux aides d'État, le droit communautaire de la concurrence s'appuie sur plusieurs textes de droit dérivé qui permettent d'accorder, dans des conditions précises, des aides aux entreprises exportatrices. Ces règles ne dérogent pas au principe de l'interdiction des aides à l'exportation, mais permettent, dans une certaine mesure, de le contourner. Le règlement sur les aides de minimis autorise les États membres à ne pas se soumettre à l'obligation de notification des aides à la Commission européenne, à condition que l'aide globale accordée à une même entreprise soit inférieure à 100 000 euros sur une période de trois ans. En outre, le règlement sur les aides aux PME autorise, sous certaines conditions, les États membres à accorder des aides aux entreprises qui entrent dans la catégorie des petites et moyennes entreprises au sens du droit communautaire. Profitant de cette possibilité, le Gouvernement a mis en place en 2005 un nouveau dispositif d'aide, le crédit d'impôt prospection commerciale, qui conditionne l'octroi d'une aide fiscale au recrutement d'un salarié dédié à l'exportation. En vigueur depuis le 1er janvier 2005, il était à l'origine destiné aux PME (sont considérées comme des PME au sens du droit communautaire les entreprises réalisant un chiffre d'affaires inférieur à 50 MEUR par an et employant moins de 250 personnes) qui engagent une prospection commerciale en dehors de l'Espace économique européen, puis a été étendu à compter du 1er janvier 2006 au monde entier. Ce crédit d'impôt porte sur un montant de 40 000 euros avec un plafond de 50 % des dépenses de prospection engagées sur une période de vingt-quatre mois à compter de la date de recrutement d'un salarié dédié à l'export. Ce montant est doublé lorsque les entreprises se regroupent dans le cadre d'un groupement d'intérêt économique ou d'une association (type loi de 1901). Parmi les cinq catégories de dépenses éligibles figurent les « dépenses visant à faire connaître les produits et services de l'entreprise ». À ce titre, les dépenses liées à des prestations immatérielles afférentes à la diffusion d'un message publicitaire par l'intermédiaire de l'internet entrent dans

l'assiette du crédit d'impôt dès lors que le site internet est orienté à l'export. Cette orientation est appréciée en fonction de différents indices tels l'accès à d'autres langues que le français. Par ailleurs, les frais de constitution d'un site internet constituent une dépense éligible au titre de l'assurance prospection Coface. Le bénéfice de cette procédure est ouvert à un champ d'entreprises plus étendu que celui du crédit d'impôt prospection commerciale, celles qui réalisent un chiffre d'affaires annuel inférieur à 150 MEUR. Ces deux dispositifs répondent donc aux besoins des entreprises, particulièrement des petites et moyennes entreprises, qui engagent des dépenses d'adaptation de leur site internet afin d'offrir une version multilingue des pages à l'attention des marchés étrangers.

Données clés

Auteur : [M. Bruno Bourg-Broc](#)

Circonscription : Marne (4^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 92711

Rubrique : Traités et conventions

Ministère interrogé : culture et communication

Ministère attributaire : économie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 18 avril 2006, page 4068

Réponse publiée le : 4 juillet 2006, page 7083