

ASSEMBLÉE NATIONALE

11 octobre 2018

PLF POUR 2019 - (N° 1255)

Commission	
Gouvernement	

Tombé

AMENDEMENT

N ° I-1891

présenté par

M. Coquerel, Mme Autain, M. Ratenon, M. Bernalicis, M. Corbière, Mme Fiat, M. Lachaud,
M. Larive, M. Mélenchon, Mme Obono, Mme Panot, M. Prud'homme, M. Quatennens,
Mme Ressiguiier, Mme Rubin, M. Ruffin et Mme Taurine

ARTICLE 10

I. – À la cinquième ligne de la seconde colonne du tableau de l'alinéa 8, substituer au taux :

« 1,71 % »

le taux :

« 2 % ».

II. – En conséquence, à la dernière ligne de la seconde colonne du même tableau, substituer au taux :

« 1,04 % »

le taux :

« 2,5 % ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à renforcer et rendre progressive la taxe due pour la délivrance de messages publicitaires.

De façon tout à fait surprenante, le taux déterminant le montant de la taxe est croissant jusqu'à des sommes versées inférieures à 311 millions d'euros, puis décroît à mesure que ces sommes augmentent. Ceci n'a aucun sens. Ainsi avec cet amendement, nous proposons de maintenir une

augmentation du taux, proportionnel à l'augmentation des sommes versées pour délivrer des messages publicitaires.

Il n'y a pas de raison que les messages publicitaires les moins onéreux coûtent davantage aux annonceurs que les messages les plus chers. On peut en effet considérer qu'une entreprise prête à dépenser plus de 693 millions d'euros pour des messages publicitaires est en mesure de payer le montant de la taxe proportionné à cette dépense.