

ASSEMBLÉE NATIONALE

19 octobre 2024

PLF POUR 2025 - (N° 324)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° I-2757

présenté par

M. Garot, M. Potier, M. Bouloux, Mme Pirès Beaune, M. Vallaud, Mme Allemand, M. Aviragnet,
M. David, M. Delautrette, Mme Godard, M. Emmanuel Grégoire, M. Guedj, Mme Jourdan,
Mme Karamanli, M. Lhardit, Mme Pic, M. Pribetich, M. Saulignac et Mme Thomin

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 26, insérer l'article suivant:**

Le chapitre VIII *nonies* du titre II de la première partie du livre premier du code général des impôts est ainsi rétabli :

« Chapitre VII *nonies*

« Taxe sur les dépenses de publicité comparative

« Art. 302 *bis* KI – I. – Il est institué à compter du 1^{er} janvier 2025 une taxe sur les dépenses de publicité comparative telle que définie aux articles L. 122-1 à L. 122-7 du code de la consommation.

« II. – Cette taxe est due par toute personne assujettie à la taxe sur la valeur ajoutée. Elle est assise sur les dépenses engagées au cours de l'année civile précédente.

« III. – Le taux de la taxe est fixé à cinq pour cent du montant hors taxe sur la valeur ajoutée de ces dépenses.

« IV. – La taxe est déclarée et liquidée sur l'annexe à la déclaration des opérations du mois de mars de l'année au titre de laquelle la taxe est due, déposée en application de l'article 287. Elle est acquittée au plus tard lors du dépôt de cette déclaration.

« V. – La taxe est constatée, recouvrée et contrôlée selon les mêmes procédures et sous les mêmes sanctions, garanties 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

Cet amendement instaure une taxe sur la publicité comparative.

Dans un contexte d'inflation et de perte de pouvoir d'achat depuis plus de 2 ans, qui pèse notamment sur le secteur agricole et alimentaire, la publicité comparative nourrit une « guerre des prix » entre les grandes enseignes, qui fait par ailleurs primer auprès du consommateur la question de la dépense sur toutes les autres, dont la qualité du produit.

L'objectif de la taxe mise en place par le présent amendement est de freiner cette pratique, tout en apportant une recette supplémentaire à l'État pour financer, par exemple, la transition des systèmes agricoles et alimentaires. Les recettes de cette taxe seraient importantes dans la mesure où le montant global alloué à la publicité par les grandes enseignes de distribution alimentaire atteignait 2,6 milliards d'euros en 2022.