

ASSEMBLÉE NATIONALE
21 octobre 2025

PROJET DE LOI DE FINANCES POUR 2026 - (N° 1906)

Commission	
Gouvernement	

RETIRÉ AVANT DISCUSSION

AMENDEMENT

N ° I-1003

présenté par

Mme Lejeune, M. Amard, Mme Abomangoli, M. Alexandre, Mme Amiot, Mme Amrani, M. Arenas, M. Arnault, Mme Belouassa-Cherifi, M. Bernalicis, M. Bex, M. Bilongo, M. Bompard, M. Boumertit, M. Boyard, M. Cadalen, M. Caron, M. Carrière, Mme Cathala, M. Cernon, Mme Chikirou, M. Clouet, M. Coquerel, M. Coulomme, M. Delogu, M. Diouara, Mme Dufour, Mme Erodi, Mme Feld, M. Fernandes, Mme Ferrer, M. Gaillard, Mme Guetté, M. Guiraud, Mme Hamdane, Mme Hignet, M. Kerbrat, M. Lachaud, M. Lahmar, M. Laisney, M. Le Coq, M. Le Gall, Mme Leboucher, M. Legavre, Mme Legrain, Mme Lepvraud, M. Léaument, Mme Élisà Martin, M. Maudet, Mme Maximi, Mme Mesmeur, Mme Manon Meunier, M. Nilor, Mme Nosbé, Mme Obono, Mme Oziol, Mme Panot, M. Pilato, M. Piquemal, M. Portes, M. Prud'homme, M. Ratenon, M. Saint-Martin, M. Saintoul, Mme Soudais, Mme Stambach-Terrenoir, M. Aurélien Taché, Mme Taurinya, M. Tavel, Mme Trouvé et M. Vannier

ARTICLE ADDITIONNEL

APRÈS L'ARTICLE 24, insérer l'article suivant:

La sous-section 1 de la section 4 du chapitre IV du titre V du livre IV du code des impositions sur les biens et services est complétée par un article L. 454-49 *bis* ainsi rédigé :

- « Art. L. 454-49 *bis*. – I. – Est instituée à compter du 1^{er} janvier 2026 une taxe sur l'utilisation de la publicité comparative, telle que définie à l'article L. 122-1 du code de la consommation.
- « II. – Cette taxe est due par toute personne assujettie à la taxe sur la valeur ajoutée dont le chiffre d'affaires de l'année civile précédente est supérieur à 500 000 € hors taxe sur la valeur ajoutée.
- « III. – Elle est assise sur les dépenses engagées au cours de l'année civile précédente et ayant pour objet tout type de publicité comparative faisant état de prix plus bas que les concurrents.
- « IV. – Le taux de la taxe est fixé à 20 %.

« V. – 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 du code général des impôts.

« Elle est acquittée au plus tard lors du dépôt de cette déclaration. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

"Par cet amendement de repli, les députés insoumis viennent mettre en place une taxe modeste sur la publicité comparative qui met en avant les prix bas pratiqués par les entreprises. Cette taxe se veut avant tout désincitative, afin de mettre un terme à la compression des coûts d'achat par les entreprises, qui pénalisent fortement la qualité des produits que nous consommons, dans le secteur agroalimentaire en particulier.

La publicité comparative est une forme de publicité dans laquelle un produit est mis en comparaison avec un produit issu de la concurrence, en vue de mettre en valeur les avantages du premier. Si cette publicité est réglementée, les critères qui la réglementent sont à dessein assez flous, comme le fait de ne pas être trompeuse.

La publicité, si elle est comptabilisée comme création de valeur au sein d'une économie de marché, elle ne répond en réalité à aucun besoin essentiel de la population. Elle a pour seule fonction de servir de différenciatrice entre les entreprises qui ont les moyens de se la payer, et les autres, tout en accélérant le flux d'accumulation capitaliste. Elle envahit l'espace public, le monde numérique, et par ces biais elle colonise nos esprits et s'immisce dans notre intimité.

Au sein de cet ensemble, la publicité comparative est particulièrement néfaste. Les sociétés, et en particuliers des enseignes de la grande distribution veulent absolument disposer de leurs produits phare, moins chers que ceux des concurrents, tout en pratiquant des marges dessus. En conséquence, les distributeurs imposent aux producteurs de proposer des prix toujours plus bas, au détriment des conditions de production. Cette publicité se retrouve à l'origine d'une course vers le moins-disant social : faut-il accepter qu'une publicité valorise un bien produit dans des conditions socio-économiques déplorables, lui permettant ainsi un gain de compétitivité vis-à-vis de ses concurrents ?

La course vers les prix bas, au mépris des droits sociaux, humains ou environnementaux, est constitutive de la logique du capitalisme libéral : il ne s'intéresse plus aux conditions réelles de la production, mais seulement à l'acte d'échange. Cette logique n'est plus compatible avec les impératifs écologiques de notre siècle. Il est temps de changer de modèle, de rechercher des formes de sobriété et de faire en sorte de limiter l'impact environnemental de notre consommation.

Pour ces raisons, nous proposons de taxer à 20 % la publicité comparative pour les entreprises dont le chiffre d'affaires dépasse 500 000 euros. Si les entreprises persistent à appliquer cette publicité malsaine, elles dégageront elles-mêmes les recettes nécessaires pour améliorer les conditions de vie et de production de nos éleveurs et agriculteurs."