

ASSEMBLÉE NATIONALE

21 octobre 2025

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

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° I-1119

présenté par

M. Guiraud, 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, 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 Lejeune, Mme Lepvraud, M. Léaument, Mme Éliisa 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. – Il est institué à compter du 1^{er} janvier 2026 une taxe sur l'utilisation de la publicité numérique dans l'espace public.

« 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 l'usage, la location ou la pose de panneaux numériques à des fins de publicité, d'enseigne et de préenseigne, tels que définis à l'article L581-3 du code de l'environnement.

« Sont toutefois exclues de l'assiette de la taxe les dépenses relatives à l'affichage d'informations à visée non commerciale.

« IV. – Le taux de la taxe est fixé à 10 % du montant hors taxe sur la valeur ajoutée de ces dépenses.

« 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.

« VI. – 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

"Le groupe LFI propose, à travers cet amendement, de taxer à hauteur de 10 % l'usage de panneaux publicitaires numériques, tout en élargissant leur définition légale, aujourd'hui artificiellement restrictive, à l'auto-publicité, qui a les mêmes conséquences pour la planète et pour la pollution visuelle de l'espace public. Ces panneaux numériques présentent un coût énergétique bien supérieur aux panneaux publicitaires classiques au détriment de nos objectifs de sobriété énergétique.

Les panneaux publicitaires numériques ont envahi tous les espaces de la vie commune : au sein des gares, des rues, sur les devantures des magasins et parfois même des habitations. Il n'y a plus un seul endroit préservé de pollution lumineuse engendrée par la publicité.

En 2019, on dénombrait 55 000 écrans publicitaires numériques (de tailles variables) en France contre 40 000 en 2017, soit une augmentation de près de 40% en deux ans (ADEME, 2020). L'ADEME estime, dans cette même étude, qu'un écran LCD de 2 mètres carrés consomme 2 000 kWh/an, ce qui est la consommation moyenne d'un ménage français (hors chauffage) ! À l'heure où la sobriété énergétique doit être au cœur de notre stratégie de bifurcation écologique, nous ne pouvons pas nous permettre un tel gaspillage d'énergie !

Cette explosion du recours aux panneaux se poursuit. Toujours selon l'ADEME, en 2025, 300 000 écrans numériques sont en activité en France, bien que seulement 5% du total, soit 15 000 panneaux, relèvent strictement de la définition légale de la publicité. À titre de comparaison, ce taux est de 70 % aux Royaume-Uni, et de 60 % aux Etats-Unis. Une définition aussi restrictive, aboutissant à 5 %, est inacceptable et vise un aveuglement organisé du gouvernement sur le sujet. L'utilisation de ces seuls 15 000 panneaux équivaut à l'empreinte carbone de 1 200 Français, la consommation en ressources minérales de 32 000 personnes, soit la population d'une ville comme Lens, ainsi que la consommation électrique de près de 3 500 logements. Si ces 15 000 panneaux sont représentatifs de l'ensemble, cela correspond donc à l'empreinte carbone de 20 000 Français, à la consommation en ressources minérales de 640 000 personnes, soit la population d'une ville comme Lyon, ainsi que la consommation électrique de près de 70 000 logements.

Énergivore, fonctionnant en exploitant des procédés cognitifs pernicieux, les panneaux publicitaires constituent également des pollutions visuelles et lumineuses. En janvier 2023, Greenpeace France a publié un sondage exclusif BVA montrant que 85 % des Françaises et Français sont favorables à une réduction du nombre des écrans numériques publicitaires visibles dans l'espace public. En restant inactif face à cette situation, le gouvernement s'en rend complice.

Pour ces raisons, nous proposons donc cette taxe comme le moyen efficace de désinciter le recours à des panneaux publicitaires numériques, au profit d'une publicité plus sobre, et surtout moins ostentatoire la nuit. Son rendement pourra participer à l'effort de décarbonation de nos villes, en poursuivant par exemple l'effort de rénovation thermique des bâtiments, aujourd'hui délaissé par la macronie avec l'abandon, au moins partiel et sans l'avouer, des primes à la rénovation.

"