

ASSEMBLÉE NATIONALE
21 octobre 2025

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

Commission	
Gouvernement	

RETIRÉ AVANT DISCUSSION

AMENDEMENT

N ° I-1120

présenté par

M. Coquerel, 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. 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 Lejeune, 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. L454-49-bis. – I. – Il est institué à compter du 1^{er} janvier 2026 une taxe sur le montant des contrats de publicité et de marketing, ainsi que sur le chiffre d’affaire des régies publicitaires.

« II. – Cette taxe est due par toutes les entreprises de régie publicitaire, ainsi que par chaque société proposant des services et des prestation de publicité et de marketing, de toute nature.

« III. – Elle est assise sur les montants des ventes engrangées au cours de l’année civile précédente et ayant pour objet l’ensemble des contrats de publicité commerciale et de marketing signés par les entreprises.

Sont exclus de l’assiette de la taxe la promotion des productions et des activités culturelles.

« IV. – Le taux de la taxe est fixé à 5 %.

« 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

"Cet amendement du groupe LFI vise à renforcer la taxation des régies et entreprises publicitaires, afin de limiter l'emprise de la publicité dans nos sociétés, et de financer la transition vers une économie plus sobre.

En 2020, la Convention Citoyenne pour le Climat avait préconisé d'opérer une « régulation de la publicité pour réduire les incitations à la surconsommation ». Depuis, le secteur publicitaire n'a malheureusement jamais été aussi florissant : il constitue un marché en forte croissance, atteignant 30,7 milliards d'euros en 2025.

Or, la majorité des dépenses publicitaires bénéficie aux produits vendus par des multinationales, en totale contradiction avec l'urgence climatique et écologique. Cette concentration du marché publicitaire crée une véritable distorsion de concurrence : d'un côté, les grands groupes, capables de financer des campagnes marketing massives ; de l'autre, les TPE et PME, qui peinent à rendre leurs biens et services visibles sur le marché.

Cette dynamique est d'autant plus préoccupante qu'elle s'accompagne d'une saturation de la publicité toujours plus importante l'espace public. Les villes françaises sont ainsi inondées de messages publicitaires multiples, poussant à une consommation démesurée qui ne peut être compatible avec nos engagements environnementaux.

De plus en plus ciblée, la publicité utilise nos données personnelles pour améliorer encore son efficacité : le marché digital de la publicité a franchi le cap des 10 milliards d'euros de recettes pour les géants du web tels que Google, Amazon ou Meta.

Faire contribuer ce secteur, aux marges commerciales importantes, est d'autant plus nécessaire que nous devons limiter la place de la publicité dans l'espace public si vous souhaitons suivre une voie de sobriété environnementale.

Cet amendement propose donc d'augmenter le taux de la taxe sur les contrats publicitaires et marketing, et abaisse le seuil de chiffre d'affaires à partir duquel cette taxe devient applicable. Il instaure également une taxe de 5 % sur le chiffre d'affaires des régies publicitaires.

Les fonds collectés pourraient notamment être redistribués aux collectivités locales afin de soutenir des initiatives de décarbonation et de déploiement de mode de fonctionnement plus sobres de nos services publics.

"