

ASSEMBLÉE NATIONALE

17 octobre 2025

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

Rejeté

AMENDEMENT

N ° I-CF1557

présenté par

M. Balanant, M. Valletoux et M. Martineau

ARTICLE ADDITIONNEL

APRÈS L'ARTICLE 12, insérer l'article suivant:

Après l'article 220 *septdecies* du code général des impôts, il est inséré un article 220 *octodecies* ainsi rédigé :

« Art. 220 *octodecies*. – I. Les entreprises de création de contenu audio à la demande natif, soumises à l'impôt sur les sociétés, peuvent bénéficier d'un crédit d'impôt au titre des dépenses de création de contenus audio à la demande mentionnées au IV.

« Le bénéfice du crédit d'impôt est subordonné au respect, par les entreprises de contenu audio à la demande natif, de la législation sociale en vigueur.

« II. Est considéré comme contenu audio à la demande natif tout contenu audio à la demande conçu spécifiquement pour une diffusion numérique.

« III. Les contenus audio à la demande natifs ouvrant droit au bénéfice du crédit d'impôt doivent répondre aux conditions suivantes :

« 1° Être réalisés par des entreprises établies en France ;

« 2° Porter sur un contenu audio à la demande présentant les caractéristiques suivantes :

« a) Présenter des coûts de création majoritairement engagés sur le territoire français ;

« b) Être destinés à une diffusion effective auprès du public.

« N'ouvrent pas droit au crédit d'impôt mentionné au I le contenu audio numérique de rediffusion de programmes d'œuvres radiophoniques, cinématographiques ou audiovisuelles ainsi que les contenus audio à la demande natifs réalisés par des marques commerciales à des fins commerciales.

« IV. – Le crédit d’impôt, calculé au titre de chaque exercice, est égal à 20 % du montant total des dépenses suivantes effectuées en France, dans un autre État membre de l’Union européenne, ou dans un autre État partie à l’accord sur l’Espace économique européen ayant conclu avec la France une convention d’assistance administrative en vue de lutter contre la fraude et l’évasion fiscales, dès lors qu’elles entrent dans la détermination du résultat imposable :

« a) Les rémunérations versées aux auteurs énumérés à l’article L113-7 du code de la propriété intellectuelle, ainsi que les charges sociales afférentes ;

« b) Les salaires versés aux personnels de la réalisation et de la production ainsi que les charges sociales afférentes ;

« c) Les dépenses de commercialisation des œuvres sur un support numérique ;

« d) Les dépenses liées à la création et à la gestion des contenus audiovisuels consacrés aux contenus audio numériques créés ;

« e) Les dépenses liées à la captation sonore : location de studios d’enregistrement et frais de réalisation, d’arrangement, de mixage et de matriçage.

« V. – Un décret fixe les conditions d’application du présent article.

« VI. – Le bénéfice du crédit d’impôt mentionné au I est subordonné au respect de l’article 53 du règlement (UE) n°651/2014 de la Commission du 17 juin 2014 déclarant certaines catégories d’aides compatibles avec le marché intérieur en application des articles 107 et 108 du traité.

« VII. – Le I ne s’applique qu’aux sommes venant en déduction de l’impôt dû.

« VIII. – La perte de recettes pour l’État résultant du I est compensée à due concurrence par la création d’une taxe additionnelle à l’accise sur les tabacs prévue au chapitre IV du titre I^{er} du livre III du code des impositions sur les biens et services.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Chaque mois ce ne sont pas moins de 200 millions de podcasts qui sont écoutés par près d’un Français sur deux (44 %), faisant de ce média un acteur incontournable.

Cela s’explique notamment par la confiance que lui attribuent les auditeurs. En effet, grâce à l’indépendance de leurs studios et à l’absence de pression commerciale immédiate, les podcasteurs bénéficient d’une liberté éditoriale précieuse qui favorise la transparence des propos, l’authenticité des récits et la pluralité des points de vue. Les auditeurs se tournent ainsi facilement vers lui pour s’informer et apprendre : 43 % des Français écoutent ainsi des podcasts pour s’informer et 84 % des auditeurs considèrent le podcast comme un éclairage sur les sujets de société.

Cela s’explique aussi par le fait qu’il est peu à peu devenu un outil de libéralisation de la parole et de partage d’expériences en investissant des sujets bien avant qu’ils n’entrent dans le débat publics

(lutte contre le harcèlement, égalité femme/homme, santé mentale, écologie...). Les trois formats les plus écoutés sont le documentaire, les histoires vraies et les témoignages.

Le podcast natif (contenu audio digital conçu spécifiquement pour une diffusion numérique contrairement aux podcasts de replays de programmes de télévisions ou radio) est ainsi en plein essor en France, en témoigne l'augmentation de 22,7 % de son marché entre 2023 et 2024 pour atteindre 43 millions d'euros. Il génère ainsi des milliers d'emplois directs et indirects, non délocalisables, et investit plus de 5 millions d'euros dans la rémunération des créateurs (journalistes, auteurs, compositeurs...).

Il est donc regrettable qu'il ne bénéficie d'aucune reconnaissance par les pouvoirs publics : aucun statut juridique et aucune aide publique, contrairement aux autres secteurs culturels. L'absence de statut juridique prive ainsi les créateurs d'une partie de leur rémunération et de leurs droits voisins. L'absence de soutien public risque à terme de poser des difficultés dans la diversité des contenus proposés par les podcasts natifs puisque le secteur est uniquement rémunéré par le biais des revenus publicitaires. Or, les annonceurs sélectionnent des formats à forte rentabilité pour eux, au détriment à terme de ceux ayant un intérêt majeur comme les documentaires, les investigations ou encore les programmes jeunesse.

L'auteur de cet amendement propose ainsi de créer un crédit d'impôt de 20 %, conformément à ce qui existe actuellement pour l'audio, le cinéma, le théâtre, le spectacle vivant ou encore les jeux vidéos. Il tient par ailleurs à préciser que cette nouvelle aide s'inscrit par ailleurs dans le cadre des recommandations rendues en novembre 2020 dans le rapport de l'IGAC – L'écosystème de l'audio à la demande (« podcast ») : enjeux de souveraineté, de régulation et de soutien à la création audionumérique.

Il est à préciser que cet amendement tient à exclure du crédit d'impôt les contenus audio à la demande natifs réalisés par des marques commerciales à des fins commerciales, autrement dit les podcasts créés spécifiquement par une marque afin de promouvoir de se promouvoir ou de promouvoir l'un de ses produits.

Cette mesure aurait un coût annuel raisonnable pour l'État. Elle est en effet estimée entre 600 000 et 900 000 euros. Elle serait par ailleurs largement compensée par les retombées positives en termes d'emplois non délocalisables, de structuration du secteur et de rayonnement international des créations françaises.

Cet amendement a été travaillé avec producteurs professionnels indépendants du podcast (PIA).