

ASSEMBLÉE NATIONALE

26 novembre 2016

PLFR POUR 2016 - (N° 4235)

Adopté

AMENDEMENT

N ° CF234

présenté par

M. Rogemont, Mme Berger, M. Le Roux, M. Muet, Mme Bruneau, Mme Sandrine Doucet, M. Premat, M. Pouzol, M. Burroni, M. Launay, M. Cresta, M. Valax, Mme Chapdelaine, M. Pellois, Mme Fournier-Armand, Mme Alaux, M. Destans, M. Le Roch, Mme Le Loch, M. Féron, Mme Martinel, M. Galut et M. Ménard

ARTICLE ADDITIONNEL

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

I. – Le code général des impôts est ainsi modifié :

1° L'intitulé de la section II *bis* du chapitre I *bis* du titre III de la deuxième partie du livre premier est ainsi rédigée :

« Taxe sur la diffusion en vidéo physique et en ligne de contenus audiovisuels

2° L'article 1609 *sexdecies* B est ainsi rédigé :

« Art. 1609 *sexdecies* B. – I. – Une taxe sur la diffusion en vidéo physique et en ligne de contenus audiovisuels est due à raison des opérations :

« 1° De ventes et locations en France de vidéogrammes destinés à l'usage privé du public ;

« 2° De mise à disposition du public en France de services donnant accès à titre onéreux à des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles, sur demande individuelle formulée par un procédé de communication électronique ;

« 3° De mise à disposition du public en France de services donnant ou permettant l'accès à titre gratuit à des contenus audiovisuels, sur demande individuelle formulée par un procédé de communication électronique. Sont exonérés les services dont les contenus audiovisuels sont secondaires, les services dont l'objet principal est consacré à l'information, ainsi que les services dont l'objet principal est de fournir des informations relatives aux œuvres cinématographiques et audiovisuelles et à leur diffusion auprès du public, et d'en assurer la promotion, au moyen notamment d'extraits ou de bandes annonces.

« Les services sont réputés mis à la disposition du public en France lorsqu'ils sont effectués en faveur des personnes non assujetties à la taxe sur la valeur ajoutée qui sont établies, ont leur domicile ou leur résidence habituelle en France.

« II. – Sont redevables de la taxe, les personnes, qu'elles soient établies en France ou hors de France qui :

« 1° Vendent ou louent en France des vidéogrammes à toute personne qui elle-même n'a pas pour activité la vente ou la location de vidéogrammes ;

« 2° Mettent à disposition du public en France des services mentionnés au 2° du I ;

« 3° Mettent à disposition du public en France des services mentionnés au 3° du I, notamment celles dont l'activité est d'éditer des services de communication au public en ligne ou d'assurer pour la mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le stockage de contenus audiovisuels.

« III. – La taxe est assise sur le montant hors taxe sur la valeur ajoutée :

« 1° Du prix acquitté en contrepartie des opérations de ventes et locations mentionnées au 1° du I ;

« 2° Du prix acquitté en contrepartie de l'accès à des œuvres cinématographiques et audiovisuelles mentionné au 2° du I ;

« 3° Des sommes versées par les annonceurs et les parrains, pour la diffusion de leurs messages publicitaires et de parrainage sur les services mentionnés aux 2° et 3° du I, aux redevables concernés ou aux régisseurs de messages publicitaires et de parrainage. Ces sommes font l'objet d'un abattement forfaitaire de 4 %. Cet abattement est porté à 66 % pour les services donnant ou permettant l'accès à des contenus audiovisuels créés par des utilisateurs privés à des fins de partage et d'échanges au sein de communautés d'intérêt.

« IV. – Ne sont pas comprises dans l'assiette de la taxe :

« 1° Les sommes versées par les annonceurs et les parrains, pour la diffusion de leurs messages publicitaires et de parrainage sur les services de télévision de rattrapage, qui sont déjà soumises à la taxe prévue aux articles L. 115-6 à L. 115-13 du code du cinéma et de l'image animée ;

" 2° Pour les redevables établis en France, le montant acquitté au titre d'une taxe due à raison des opérations mentionnées au I dans un autre État membre de l'Union européenne, autre que la taxe sur la valeur ajoutée.

« V. – Le taux de la taxe est fixé à 2 %. Il est porté à 10 % lorsque les opérations concernent des œuvres ou documents cinématographiques ou audiovisuels à caractère pornographique ou d'incitation à la violence. Les conditions dans lesquelles les redevables procèdent à l'identification de ces œuvres et documents sont fixées par décret.

« Pour les redevables mentionnés au 3° du II, la taxe est calculée après application d'un abattement de 100 000 € sur la base d'imposition.

« La taxe est exigible dans les mêmes conditions que celles applicables en matière de taxe sur la valeur ajoutée.

« Elle est constatée, liquidée, recouvrée et contrôlée selon les mêmes procédures et sous les mêmes sanctions, garanties, sûretés et privilèges que la taxe sur la valeur ajoutée. Les réclamations sont présentées, instruites et jugées selon les règles applicables à cette même taxe.

« VI. – Le produit de la taxe est affecté au Centre national du cinéma et de l'image animée. »

3° Le II de l'article 1736 est rétabli dans la rédaction suivante :

« II. – Entraîne l'application d'une amende égale à 10 % des sommes non déclarées le non-respect des obligations prévues par l'article L. 102 AD du livre des procédures fiscales. » ;

4° À l'article 1753, après le mots: « prévues », sont insérés les mots : « au II de l'article 1736, » ;

5° Après le soixante-quatrième alinéa du 1 de l'article 39, il est inséré un 6° *bis* ainsi rédigé :

« 6° bis. La taxe sur la diffusion en vidéo physique et en ligne de contenus audiovisuels de l'article 1609 *sexdecies* B du code général des impôts dans sa rédaction issue de l'article XX de la loi de finances rectificative pour 2016 n° 2016-XXXX du XXXX. »

II. – Après l'article L. 102 AE du livre des procédures fiscales, il est inséré un article L. 102 AF ainsi rédigé :

« Art. L. 102 AF. – Les régisseurs de messages publicitaires et de parrainage mentionnés à l'article 1609 *sexdecies* B du code général des impôts fournissent à chaque redevable concerné ainsi qu'à l'administration fiscale, avant le 15 février de chaque année, un état récapitulatif des sommes qu'ils ont encaissées au cours de l'année civile précédente.»

III. – À l'article L. 116-1 du code du cinéma et de l'image animée, les mots : « les ventes et locations de vidéogrammes destinés à l'usage privé du public et sur les opérations assimilées mentionnées » sont remplacés par les mots : « la diffusion en vidéo physique et en ligne de contenus audiovisuels mentionnée ».

IV. – Les I à III entrent en vigueur à une date fixée par décret, qui ne peut être postérieure de plus de six mois à la date de réception par le Gouvernement de la réponse de la Commission européenne permettant de regarder le dispositif législatif lui ayant été notifié comme conforme au droit de l'Union européenne en matière d'aides d'État.

EXPOSÉ SOMMAIRE

La mesure proposée a pour objet d'adapter le dispositif actuel de taxe sur les ventes et locations de vidéogrammes et opérations assimilées (taxe vidéo et V&D). Il s'agit d'intégrer dans l'assiette de la taxe, qui est aujourd'hui uniquement constituée du prix payé par les utilisateurs, les recettes publicitaires et de parrainage, et ce quel que soit le modèle économique de vidéo à la demande : accès aux œuvres ou autres contenus audiovisuels payant ou gratuit pour l'utilisateur.

La taxe sera due par tout opérateur, quel que soit son lieu d'établissement, proposant un service en France qui donne ou permet l'accès, à titre onéreux ou gratuit, à des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles ou autres contenus audiovisuels. Seront ainsi considérés comme redevables de la taxe tant les éditeurs de services de médias audiovisuels à la demande (comme Universciné ou iTunes) que les plateformes communautaires (du type You Tube ou Dailymotion), dès lors qu'elles permettent d'accéder à des contenus audiovisuels. Toutefois, dans ce cas, pour tenir compte de la spécificité des contenus audiovisuels disponibles via ces services, pouvant comprendre une part importante de contenus « amateurs », créés par des utilisateurs privés, il est prévu un abattement d'assiette de 66 % au lieu de l'abattement de 4 % dans les autres cas.

En outre, les services dont les contenus audiovisuels sont secondaires, comme les sites de presse, les services dont l'objet principal est consacré à l'information, ainsi que les services dont l'activité est de diffuser les informations sur les œuvres auprès du public et d'en assurer la promotion seront exclus du dispositif.

Afin d'assurer l'égalité de traitement entre les redevables localisés en France et ceux établis à l'étranger, seule la part des recettes de publicité et de parrainage afférentes à la mise à disposition ou à la diffusion, d'œuvres ou autres contenus en France, sera comprise dans l'assiette de la taxe. En outre, il est prévu un mécanisme évitant une double taxation pour les redevables établis en France qui s'acquittent d'une taxe similaire dans un autre État membre.

Par ailleurs, afin de ne pas taxer deux fois certaines recettes de publicité et de parrainage, seront exclues de l'assiette de la taxe les recettes de publicité et de parrainage issues de l'exploitation de services de télévision de rattrapage, déjà taxées au titre de la taxe sur les services de télévision.

Le taux de la taxe restera inchangé : il est de 2 % et passe à 10 % lorsque les recettes publicitaires ou de parrainage sont liées à la diffusion de contenus & œuvres cinématographiques ou audiovisuelles à caractère pornographique ou violent, selon les critères appliqués aux Code général des impôts et au Code du cinéma et de l'image animé.

Par ailleurs, afin de tenir compte de la spécificité économique de certains services la mise en place d'une franchise de 100 000 € apparaît justifiée.

Enfin, les recettes publicitaires et de parrainage étant généralement encaissées par des régies publicitaires, il conviendra de pouvoir contrôler leur activité par la fourniture au redevable et à l'administration fiscale d'un récapitulatif annuel des sommes encaissées.

Cette extension de la taxe vidéo se justifie pleinement afin de rétablir l'équité fiscale entre les plateformes gratuites et payantes et entre acteurs nationaux et étrangers, notamment américains. En effet, rien ne justifie que la diffusion d'une œuvre soit taxée lorsqu'elle est disponible sur une plateforme de télévision à la demande, ou un service de vidéo à la demande, et que sa diffusion sur une plateforme gratuite ne génère aucun revenu finançant la création.

L'extension de la taxe vidéo permet d'inclure dans le système vertueux du financement de la création cette nouvelle forme de diffusion des œuvres que constituent les plateformes gratuites. Elle permet ainsi d'abonder le centre national du cinéma et de l'image animée, qui a vocation à soutenir toute ces nouvelles créations qui ne transitent pas par les canaux traditionnels de la diffusion. Elle touchera très majoritairement des plateformes étrangères, notamment américaines, établies à

l'étranger pour des raisons fiscales, qui bénéficient de substantiels revenus publicitaires liés à la diffusion sur notre marché d'œuvres qu'elles ne financent aujourd'hui pas. Elle continuera de s'articuler avec l'impôt sur les bénéfices des sociétés, continuant d'être déductible des bénéfices concernés.

Il s'agit donc d'une mesure essentielle, qui garantit la pérennité du système de financement de la création en France, et qui permet d'affirmer la souveraineté fiscale de la France : après l'assujettissement des plateformes payantes établies à l'étranger, que le parlement a voté en 2013, cette mesure permet d'étendre la taxation aux plateformes gratuites établies à l'étranger.