

N° 571

SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2011-2012

Enregistré à la Présidence du Sénat le 30 mai 2012

RAPPORT D'INFORMATION

FAIT

au nom de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication (1) par le groupe d'études « Médias et nouvelles technologies » (2) : actes de la table ronde du 26 janvier 2012 sur la fiscalité du numérique,

Par Mmes Marie-Christine BLANDIN et Catherine MORIN-DESAILLY,

Sénatrices.

(1) *Cette commission est composée de :* Mme Marie-Christine Blandin, *présidente* ; MM. Jean-Étienne Antoinette, David Assouline, Mme Françoise Cartron, M. Ambroise Dupont, Mme Brigitte Gonthier-Maurin, M. Jacques Legendre, Mmes Colette Mélot, Catherine Morin-Desailly, M. Jean-Pierre Plancade, *vice-présidents* ; Mme Maryvonne Blondin, M. Louis Duvernois, Mme Claudine Lepage, M. Pierre Martin, Mme Sophie Primas, *secrétaires* ; MM. Serge Andreoni, Maurice Antiste, Dominique Bailly, Pierre Bordier, Jean Boyer, Jean-Claude Carle, Jean-Pierre Chauveau, Jacques Chiron, Mme Cécile Cukierman, M. Claude Domeizel, Mme Marie-Annick Duchêne, MM. Alain Dufaut, Vincent Eblé, Mmes Jacqueline Farreyrol, Françoise Férat, MM. Gaston Flosse, Bernard Fournier, André Gattolin, Jean-Claude Gaudin, Mmes Dominique Gillot, Sylvie Goy-Chavent, MM. François Grosdidier, Jean-François Humbert, Mmes Bariza Khiari, Françoise Laborde, Françoise Laurent-Perrigot, MM. Jean-Pierre Leleux, Michel Le Scouarnec, Jean-Jacques Lozach, Philippe Madrelle, Jacques-Bernard Magner, Mme Danielle Michel, MM. Philippe Nachbar, Daniel Percheron, Jean-Jacques Pignard, Marcel Rainaud, François Rebsamen, Michel Savin, Abdourahamane Soilihi, Alex Türk, Hilarion Vendegou, Maurice Vincent.

(2) *Ce groupe d'études est composé de :* Mme Catherine Morin-Desailly, *présidente* ; M. Jean-Michel Baylet, Mme Cécile Cukierman, MM. André Gattolin, Didier Guillaume, Bruno Retailleau, *vice-présidents* ; MM. David Assouline, Philippe Darniche, Mme Sylvie Goy-Chavent, M. Jean-Pierre Leleux, *secrétaires* ; Mmes Marie-Christine Blandin, Corinne Bouchoux, Bernadette Bourzai, MM. François Calvet, Jacques Cornano, Philippe Dominati, Vincent Eblé, Mme Frédérique Espagnac, MM. Jean-Luc Fichet, Jean-Jacques Filleul, Jean-Claude Frécon, Yann Gaillard, Pierre Hérisson, Jean-François Husson, Jacques Legendre, Mme Claudine Lepage, MM. Philippe Leroy, Charles Revet, Yves Rome, Bernard Saugey, Mme Catherine Tasca, M. Michel Teston.

SOMMAIRE

	<u>Pages</u>
AVANT-PROPOS	5
• Mme Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies »	5
PREMIÈRE TABLE RONDE : LES OBJECTIFS DE LA FISCALITÉ DU NUMÉRIQUE	9
A. INTERVENTIONS	9
• M. Olivier Bomsel, économiste	9
• M. Jacques Toubon, délégué de la France pour la fiscalité des biens et services culturels en Europe	11
• M. Frédéric Bokobza, sous-directeur du développement de l'économie culturelle à la Direction générale des médias et des industries culturelles du ministère de la culture et de la communication	13
B. DÉBAT AVEC LA SALLE	15
• M. François Momboisse, directeur de Fnac.com	15
• M. Jacques Toubon, délégué de la France pour la fiscalité des biens et services culturels en Europe	15
• M. Yves Le Mouël, directeur général de la Fédération française des Télécoms (FFT)	17
• M. Bernard Benhamou, délégué aux usages de l'Internet	17
• M. André Gattolin, sénateur des Hauts-de-Seine	18
• M. Benoît Tabaka, secrétaire général du Conseil national du numérique (CNN)	18
• M. Olivier de Baillenx, directeur des relations institutionnelles d'Iliad (Free)	19
• Mme Sylvie Forbin, directrice des affaires institutionnelles et européennes chez Vivendi	19
• M. Olivier Bomsel, économiste	20
SECONDE TABLE RONDE : ÉQUILIBRE DE LA FISCALITÉ DU NUMÉRIQUE	21
A. INTERVENTIONS	21
• M. Olivier Ezratty, consultant et conseiller en stratégie d'innovation	21
• M. Marc Tessier, président de VideoFutur Entertainment Group	22
• M. Benoît Tabaka, secrétaire général du Conseil national du numérique (CNN)	25

B. DÉBAT AVEC LA SALLE	26
• M. Olivier Guillemot, directeur juridique et financier du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)	26
• M. Olivier Ezratty, consultant et conseiller en stratégie d'innovation.....	27
• M. Marc Tessier, président de VideoFutur Entertainment Group	27
• M. Benoît Tabaka, secrétaire général du Conseil national du numérique (CNN)	27
• Mme Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies »	28
• M. Olivier de Baillenx, directeur des relations institutionnelles d'Iliad (Free)	28
• M. Yves Le Mouël, directeur général de la Fédération française des Télécoms (FFT)	30
• Mme Laura Boulet, directrice des affaires publiques et juridiques de l'Union des annonceurs.....	30
• M. Olivier Hugon-Nicolas, délégué général du Syndicat des distributeurs de loisirs culturels (SDLC)	31
CONCLUSION	33
• Mme Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies »	33

Mme Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies »

Mesdames, Messieurs, je vous remercie d'être venus assister à cette table ronde. Le groupe d'études « Médias et nouvelles technologies » qui vient de se reconstituer, est rattaché à la commission de la culture, et il a été créé à l'initiative de notre ancien collègue Louis de Broissia. Il réunit des sénateurs de diverses commissions.

Le développement du numérique est un atout majeur pour l'économie française. Selon une étude du cabinet Mc Kinsey présentée devant le groupe d'études il y a quelques mois, la valeur ajoutée de la filière a été de 60 milliards d'euros en 2009, soit 3,2 % du PIB, et devrait s'élever à 130 milliards d'ici 2015, soit 5,5 % du PIB.

En moins de quinze ans, l'économie numérique a créé 700 000 emplois. Elle est, et sera encore plus à l'avenir, un moteur de la création d'emplois.

Pourtant, la France est en retard dans ce domaine. Au cours de la dernière décennie, les effets directs de l'accumulation du capital numérique et ses conséquences indirectes sur la productivité globale des facteurs ont représenté environ la moitié de la croissance aux États-Unis et un peu moins du quart en France.

Pourquoi évoquer la question de la fiscalité du numérique ? Ne conviendrait-il pas uniquement de la fixer à un niveau très faible, la mission de l'État étant de « laisser faire » pour favoriser la croissance et l'emploi ? La réponse est loin d'être aussi simple, car le développement du numérique pose des défis structurels à la fiscalité française.

Tout d'abord, la justice fiscale : les mêmes biens et services peuvent-ils être taxés différemment sur le dur et en ligne ? Nous y avons réfléchi lors du débat sur la TVA appliquée au livre numérique. La neutralité technologique est un principe séduisant, mais il n'est pas simple à mettre en œuvre. L'application de la contribution à l'audiovisuel public aux terminaux informatiques équipés pour recevoir la télévision n'a ainsi pas été résolue.

Le développement du numérique pose aussi des questions d'évolution des bases taxables. L'explosion de l'offre numérique a bousculé certains secteurs économiques, notamment dans le domaine culturel, et la tentation a

été forte de ponctionner une économie en expansion afin de maintenir le financement des filières culturelle, musicale et cinématographique. Les débats relatifs à la taxe sur les services de télévision à destination du CNC, le Centre national du cinéma et de l'image animée, ou sur de nouvelles taxes pour financer la musique ou le spectacle vivant en découlent.

Ce débat pose enfin des questions d'évasion fiscale. Les entreprises du numérique sont assez aisément délocalisables, en Europe et dans le reste du monde, et les stratégies d'optimisation fiscale sont nombreuses. Une partie du commerce en dur imposé en France risque ainsi de disparaître au profit d'entreprises fiscalisées à l'étranger, au détriment de nos recettes publiques. Cette réalité est loin d'être marginale. La commission des finances avait donné des exemples précis lors d'une table ronde sur la fiscalité du commerce électronique organisée le 18 mai 2011. La taxe « Google » imaginée par notre collègue Philippe Marini visait en partie à répondre à ces difficultés. Elle n'atteignait cependant pas son objectif et a été supprimée avant d'être mise en œuvre.

Deux impératifs doivent être conciliés : celui du développement de l'économie numérique et celui de la survie du modèle français, notamment dans le domaine culturel. Le Comité stratégique pour le numérique, le Conseil national du numérique, les services fiscaux et, bien sûr, le Parlement se sont saisis de ce sujet.

C'est à une initiative française que l'on doit l'inscription de la question de l'Internet et de l'écosystème numérique à l'agenda du G8 des 26 et 27 mai 2011 à Deauville et l'organisation du e-G8 sur ces questions.

La numérisation est l'un des aspects de la mondialisation contemporaine et les réponses aux défis posés par le numérique seront mondiales, ou, à tout le moins, européennes. Je salue, au demeurant, mes collègues de la commission des affaires européennes qui assistent à nos débats. La directive relative à l'assiette commune consolidée pour l'impôt sur les sociétés sera certainement évoquée aujourd'hui. L'échelon européen est plus que jamais pertinent sur la question de la fiscalité du numérique.

Cette table ronde alimentera la réflexion des parlementaires. Ce groupe d'études a vocation à aborder des questions transversales, comme celle de la fiscalité du numérique.

Deux séquences sont prévues : dans un premier temps, la question de la e-fiscalité sera abordée. Celle-ci doit-elle être traitée d'une manière spécifique ou s'agit-il de taxer un secteur d'activité comme un autre ? Faut-il mettre l'accent sur la justice fiscale ou sur le rendement et le financement de politiques particulières ?

Autant de questions auxquelles répondront M. Olivier Bomsel, économiste, M. Jacques Toubon, ancien ministre de la culture et délégué de la France pour la fiscalité des biens et services culturels en Europe et M. Frédéric Bokobza, sous-directeur du développement de l'économie

culturelle à la Direction générale des médias et des industries culturelles. Le prisme des intervenants est très culturel et il nous manquera un interlocuteur européen. Je souhaite un débat interactif : les questions relatives au financement des infrastructures de réseaux et aux inquiétudes des opérateurs de télécommunications pourront être abordées avec la salle.

Cette rencontre est filmée, retransmise en direct sur le site Internet du Sénat et elle fait l'objet d'un *live tweet*.

PREMIÈRE TABLE RONDE : LES OBJECTIFS DE LA FISCALITÉ DU NUMÉRIQUE

A. INTERVENTIONS

M. Olivier Bomsel, économiste

J'évoquerai tout d'abord la fiscalité qui pèse sur les réseaux et sur les équipements numériques.

Les réseaux numériques et les systèmes de communication engendrent des effets positifs mais aussi négatifs. Dans la phase de déploiement des technologies numériques, les pouvoirs publics l'encouragent par des allègements fiscaux, ce qui accélère la dynamique des effets positifs. Une fois le système déployé, les effets positifs se ralentissent et les effets négatifs apparaissent plus clairement. Nous sommes aujourd'hui dans cette phase. Nous constatons ainsi la multiplication des phénomènes d'usurpation d'identité et de commerce illicite sur le net. Récemment, le ministère de l'intérieur a estimé que l'accroissement des cambriolages était corrélé à la multiplication des sites de revente de biens. La propriété intellectuelle subit également de nombreux dommages du fait de piratages de toutes sortes. Cette dynamique d'effets négatifs est encouragée par le statut dérogatoire accordé à la responsabilité de l'hébergeur, mais aussi à diverses activités qui ne relèvent pas du seul hébergement. Cette différence entre le bit et le sens dans l'évaluation des effets externes est à mon sens extrêmement importante. En accordant un statut dérogatoire au droit de la responsabilité sur l'ensemble de la chaîne Internet, nous risquons d'encourager des effets négatifs qui seront compensés par des taxations pour contrebalancer fiscalement les dommages. La discussion sur la licence légale comme compensation du dommage porté au droit de la propriété intellectuelle est tout à fait symptomatique. Mais de telles mesures sont moins efficaces économiquement que l'exercice des droits de propriété exclusifs. Même réflexion sur la copie privée : s'il n'y a pas de piratage et si les ayants droit sont capables de vendre directement au consommateur des usages pour les biens sous copyright, nous n'avons pas besoin de taxe sur la copie privée, qui est une survivance du monde analogique.

Ces mécanismes de compensation d'effets externes sont inefficaces et injustes, et ils peuvent être évités par une meilleure internalisation et une meilleure prise en compte des dommages causés aux tiers ou à la société par les opérateurs de réseaux. En contrepoint au débat sur la fiscalité, il faut responsabiliser davantage les intermédiaires du net quant aux dommages

causés aux tiers. Cela aurait l'avantage de les inciter à prévenir les dommages et d'élever l'utilité générale des réseaux. Il y a une tendance naturelle des tribunaux à impliquer davantage que par le passé la responsabilité des hébergeurs en cas de dommages causés aux tiers (Affaire L'Oréal/eBay, affaire MegaUpload). Cette tendance, si elle est activement anticipée par les hébergeurs, pourrait s'accompagner d'une baisse des taxes. Il faut davantage intégrer le principe de « pollueur – payeur » dans l'industrie du net.

J'en viens aux médias.

Nos médias sont handicapés par la taille du marché linguistique. Le coût marginal de reproduction des médias étant quasi nul, les économies d'échelle associées aux très grands bassins linguistiques sont extrêmement fortes. Les États-Unis ont des rendements d'échelle six fois supérieurs à nous. Si l'on veut créer des œuvres et des référents associés à ces œuvres, il faut définir une politique industrielle protectrice. En France, les médias bénéficient d'un régime favorable de TVA et surtout de restrictions verticales, à savoir des exceptions au droit de la concurrence dans la distribution des produits. Ainsi en est-il pour le prix unique du livre ou la chronologie des médias. Ces règles ont pour objet de maximiser les recettes du secteur des médias, ce qui complète les aides fiscales. Il est important de prendre en compte la question de la rentabilité des médias pour concevoir des mécanismes de fiscalité et d'étendre au commerce numérique les pratiques empiriques ou de bon sens mises en place dans le système physique.

Il existe une fiscalité de transfert qui permet de soutenir la création française, notamment dans le secteur audiovisuel. Ainsi en est-il du Cosip pour la télévision et de la taxe de soutien pour le cinéma. Ces taxes permettent des transferts internes à l'industrie des médias. Quand une chaîne diffuse une série américaine, une part des recettes publicitaires retourne, *via* le Cosip, financer la création française. Même chose pour la taxe de soutien lorsque les spectateurs vont voir un film étranger. Ces mécanismes permettent de transférer des fonds entre les médias : ils protègent l'industrie française qui est structurellement moins compétitive que l'industrie anglo-saxonne.

Ces mécanismes de transfert sont d'autant plus efficaces et valorisés que l'industrie des médias est capable de commercialiser efficacement ses produits, en bénéficiant de restrictions verticales et de la prévention du piratage.

J'en arrive aux problèmes de fiscalité intra-européenne. Ils sont assez bien décrits dans l'étude de Mc Kinsey qui a pointé les forts différentiels de fiscalité en Europe. L'Irlande et le Luxembourg sont les pays les plus agressifs en ce qui concerne la TVA. Il est prévu d'harmoniser la réglementation fiscale en Europe. Pour le commerce électronique, il faut que le taux de TVA en vigueur soit celui du pays client. Sinon, toute la distribution subit une distorsion de concurrence. Or, dans les protocoles d'harmonisation, l'Union a octroyé un délai d'adaptation aux pays qui pratiquent des taux de TVA réduits jusqu'en 2015. Lesdits pays vont probablement demander à bénéficier d'une

prolongation de cette dérogation. Si cet avantage fiscal demeure, le distributeur pourra capturer des parts de marché assez significatives pour assurer la pérennité de son activité.

M. Jacques Toubon, délégué de la France pour la fiscalité des biens et services culturels en Europe

Ce n'est que justice de parler de la fiscalité du numérique dans cette enceinte : depuis des années, le Sénat a été à l'avant-garde sur ces questions. A l'initiative de MM. Legendre et Marini, mais aussi de nombreux sénateurs de tous bords, et de Mme Morin-Desailly, le Sénat a fait de nombreuses propositions. Grâce à lui, une loi relative au prix unique du livre virtuel a été adoptée. Si nous avons aujourd'hui une TVA à taux réduit sur le livre en ligne, c'est aussi parce que le Sénat l'a voulue.

J'ai participé de longue date aux réflexions sur ce sujet. Avec MM. Patrick Zelnik et Guillaume Cerruti, j'ai rédigé un rapport sur la musique et Internet début 2010. Certaines de mes propositions portaient sur la fiscalité.

Sur tous ces sujets, il faut prendre en compte les impôts indirects, comme la TVA, mais aussi directs, notamment l'impôt sur les sociétés.

Le système européen est, passez-moi l'expression, cul par-dessus tête. Il ne répond à aucune rationalité économique, budgétaire ou fiscale, mais uniquement à l'exercice de la souveraineté de chaque État et aux rapports de forces à un moment donné. De ce point de vue, le régime transitoire de la TVA est un exemple admirable. Ainsi, le Luxembourg a accepté de normaliser un peu son système bancaire, mais il a demandé en échange que l'Europe le laisse libre de décider de son régime fiscal pendant la période transitoire.

La directive sur le commerce électronique a été adoptée en 2000 et elle a fixé deux principes qui se révèlent aujourd'hui négatifs : tous les services de commerce électronique en ligne, quels qu'ils soient, supportent le taux normal de TVA. L'annexe 3 qui dresse la liste des produits autorisés à bénéficier de taux réduits ne fait pas mention des services en ligne. D'ailleurs, lorsque la directive a été modifiée pour introduire dans la liste l'hôtellerie et la restauration, il y a eu une déclaration solennelle des États membres pour réaffirmer que les services en ligne étaient assujettis au taux normal sans exception. En revanche, en 1998, le président Clinton a fait voter le *Internet Freedom Act*, qui a concédé des avantages fiscaux importants à l'industrie électronique et à l'industrie de l'Internet tant pour les impôts directs qu'indirects. Un moratoire fiscal a été décrété qui fait que l'industrie Internet paie, selon les États, entre 0 et 8 % de taxes sur les ventes.

Deuxième difficulté que nous rencontrons en Europe : en matière de virtuel, comment et où taxer ? L'Irlande et Jersey sont devenues des refuges fiscaux en matière d'impôt sur les sociétés. D'ailleurs, Amazon a bien compris tout l'intérêt de Jersey, qui est le paradis fiscal du Royaume-Uni. N'oublions pas que l'île de Man et Jersey sont les deux paradis fiscaux officiels de l'Union européenne.

En second lieu, la directive a consacré le statut de l'irresponsabilité des hébergeurs. La technologie de l'Internet fait que la matière est gazeuse, qu'elle s'évade. Or, la personne morale qui pourrait être appréhendée n'est pas responsable. Pourtant, les hébergeurs, purs tuyaux à l'origine, sont devenus des éditeurs, des fabricants, des agrégateurs et des « vendeurs » de contenus, ce qui leur permet de recueillir de l'argent grâce à la publicité. Tout ceci est dû à la directive sur le commerce électronique. Ce système est d'autant plus désolant que le numérique, les plateformes et les réseaux ne sont ni français, ni européens, mais mondiaux. Or, aux États-Unis, mais aussi au Japon ou en Corée du Sud, l'industrie du numérique a été traitée de façon toute différente qu'en Europe. Le déséquilibre en matière fiscale est patent, d'où une perte de compétitivité.

A partir des initiatives législatives du Sénat, ma mission est de travailler sur le taux réduit de TVA appliqué au livre numérique en ligne. Je devais convaincre nos partenaires qu'il fallait revoir la politique européenne en la matière. Avant même que le régime définitif de la TVA ne soit adopté en 2015, un accord doit être conclu pour fixer un taux réduit de TVA pour le livre numérique en ligne. Plus largement, comment faire en sorte que les biens et services culturels en ligne ne subissent plus le désavantage compétitif dont je viens de parler ?

Un seul exemple : pendant plus d'une année, Amazon s'est battu pour que la Californie n'augmente pas la taxe qui frappe les ventes, alors que cet État est en faillite et cherche par tous les moyens des ressources supplémentaires. En définitive, l'augmentation a été votée, mais son application a été reportée à septembre prochain. A cette époque, les États-Unis seront en pleine bataille présidentielle et législative. Il serait donc étonnant que cette augmentation soit appliquée à l'automne. Or, des études démontrent que de 1998 à aujourd'hui, Amazon a « gagné » 8 milliards de dollars de plus en raison du niveau réduit de taxe, ce qui lui a permis d'investir pour prendre le contrôle du marché du livre en ligne en Europe et dans le monde.

Deuxième distorsion de concurrence : des biens physiques bénéficient de taux réduits mais lorsque ces mêmes biens sont vendus en ligne, ils doivent acquitter la TVA normale. C'est le cas pour la presse, le livre, le cinéma, la vidéo... Il n'y a que la musique pour laquelle la TVA normale s'applique également aux supports physiques et numériques. Dans 24 pays de l'Union européenne, les taux de TVA sur les biens physiques et les services numériques divergent.

Au sein même de l'Union européenne, sous couvert du régime transitoire, certains pays font ce qu'ils veulent. Le Luxembourg n'applique même pas son taux normal de TVA de 15 %, le plus bas de l'Union. Si Skype, Amazon et iTunes se sont installées dans le grand-duché, ce n'est pas parce que ses dirigeants aiment se promener sur les rives de l'Alzette, mais parce le gouvernement luxembourgeois a voulu créer un *hub* électronique. Considérant que la diffusion d'œuvres culturelles en ligne est constituée, d'une part, de services électroniques auxquels la directive impose d'appliquer le taux normal,

d'autre part, de propriété intellectuelle imposée à 0, les Luxembourgeois appliquent à l'ensemble un taux moyen de 7 % !

« Pourquoi vous inquiéter ? », me demande-t-on. « A compter de 2015 s'appliquera le taux de TVA du pays où le service est consommé. » Certes, mais en attendant les distorsions fiscales auront irrévérablement contribué à structurer le marché. C'est aujourd'hui que l'offre en ligne se développe. La Fnac a vendu 30 000 liseuses Kobo pendant les vacances de Noël : bientôt, le livre numérique ne représentera plus 1 ou 1,5 % du marché de l'édition, mais plus de 10 %, comme aux États-Unis !

Une récente étude du Contrôle général économique et financier démontre la sensibilité des ventes par rapport à la baisse des prix et du taux de TVA : notre combat n'est pas vain. Les éditeurs ont pris des engagements.

Nous résignons-nous, comme naguère pour la musique, à devenir de simples consommateurs de services numériques – ce qui serait d'autant plus dangereux pour la diversité culturelle et l'équilibre économique qu'il s'agit de services généralistes, indifférents aux contenus – ou sommes-nous capables de mettre en place une « politique industrielle » européenne ? Celle-ci passerait par le soutien à l'innovation, des mesures de régulation – le prix unique en est un exemple –, la lutte contre le piratage, la pédagogie en faveur de l'offre légale et la neutralisation du désavantage compétitif résultant de la fiscalité. Nous avons les « contenus », les œuvres. Reste à créer des éditeurs, des services européens, sources d'emplois, d'activité et de revenus fiscaux. L'Europe ne doit pas devenir une colonie du monde numérique ! Le Sénat est à l'avant-garde en France, la France l'est en Europe, mais saurons-nous convaincre nos partenaires ? La fiscalité n'est pas affaire de gros sous : le destin de 500 millions d'Européens est en jeu.

Mme Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies »

Belle véhémence ! C'est qu'en effet il y a urgence.

M. Frédéric Bokobza, sous-directeur du développement de l'économie culturelle à la Direction générale des médias et des industries culturelles du ministère de la culture et de la communication

Je serai bref, car beaucoup a été dit. Le sommet de l'e-G8 a eu lieu il y a quelques mois : c'était la première fois que la question des effets sociaux d'Internet et en particulier de son impact sur les industries culturelles était abordée à ce niveau. En novembre, à la demande du Président de la République, Frédéric Mitterrand organisait à Avignon un sommet élargi sur Internet et la culture, où l'on a parlé de droits d'auteur et de lutte contre le piratage plus que de fiscalité.

S'agissant du taux de TVA applicable aux services en ligne donnant accès à des œuvres culturelles – c'est-à-dire aussi bien aux livres qu'à la vidéo à la demande, à la musique et à la presse –, la mission de M. Toubon a déjà

remporté de beaux succès auprès de la Commission européenne, du Parlement et de certains États membres. Dans un rapport d'initiative sur l'avenir de la TVA et un autre sur les industries culturelles et créatives, les eurodéputés ont plaidé pour un taux réduit. La Commission, gardienne des textes en vigueur, est tenue à une certaine orthodoxie, mais elle a engagé une réflexion : elle a adopté en décembre une communication sur l'avenir de la TVA où le problème est abordé sous l'angle de la neutralité fiscale – des biens et services similaires devant être taxés de la même manière – et où elle appelle, en une formule prudente mais significative, à prendre en compte le progrès technologique. Elle a aussi adopté récemment une communication sur le commerce électronique et l'avenir de la directive de 2000, qui traite de la TVA. Certains commissaires ont pris position : Mme Neelie Kroes, chargée de la stratégie numérique, et Mme Androulla Vassiliou, chargée de la culture.

Mais le chemin sera long : il faut encore que la Commission fasse une proposition, et que celle-ci soit adoptée par tous les États membres, puisque l'unanimité est la règle en matière fiscale. Aucun pays n'est aussi allant que la France, mais plusieurs sont déjà prêts à nous suivre, parmi lesquels le Luxembourg, qui applique depuis le 1^{er} janvier un taux réduit aux *e-books*. En revanche, l'Allemagne et le Danemark sont réfractaires, mais pourraient être convaincus par l'argument économique : l'étude conjointe de Bercy et du ministère de la culture et de la communication, à laquelle M. Toubon faisait référence, montre qu'un taux réduit sur le livre numérique provoquerait une hausse des recettes fiscales dès 2015, parce qu'il stimulerait le marché et rendrait le piratage moins attractif.

Plus généralement, M. Bomsel l'a bien dit, l'ère numérique bouleverse les industries culturelles, leur équilibre économique et leurs circuits de financement. Jusqu'à présent, l'amont était financé par l'aval, la création audiovisuelle et cinématographique par les chaînes de télévision et les entrées en salle. Ce modèle est en péril. Lors de la renégociation de la directive « Télévision sans frontières », la France a obtenu que la vidéo à la demande contribue aussi au financement de la création : elle avait compris que ce secteur était promis à un grand essor. Il faut aujourd'hui trouver de nouvelles bases taxables, des assiettes larges auxquelles seraient appliqués des taux faibles – dans un souci d'équité et pour éviter les contournements. C'était le sens de la récente réforme de la taxe sur les services de télévision. On envisage le plus souvent de taxer les fournisseurs d'accès à Internet, mais cela ne va pas de soi : outre qu'il faut éviter d'imposer toujours les mêmes, on peut noter - même si, il faut le souligner, son champ est formulé de manière plus large, que la taxe adoptée par la France en 2009 sur les opérateurs de communications électroniques est contestée devant la Cour de justice de l'Union européenne. Taxer la publicité en ligne, qui ne connaît pas les frontières, pourrait permettre de faire contribuer des acteurs internationaux avec une assiette très large et en forte croissance ; cela apparaît toutefois complexe techniquement et juridiquement. Parmi d'autres assiettes

envisageables, on peut penser à la bande passante ou aux terminaux, notamment les *smartphones* ou autres tablettes.

B. DÉBAT AVEC LA SALLE

Mme Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies »

J'ouvre à présent le débat avec la salle. Quelqu'un souhaite-t-il intervenir ?

M. François Momboisse, directeur de Fnac.com

L'harmonisation des taux de TVA est une urgence absolue. Lorsque nous avons lancé Fnac musique en 2004, iTunes concentrait 40 % du marché, contre 80 % aujourd'hui : la messe est presque dite. Pendant des années, iTunes a bénéficié d'un taux de TVA inférieur de 15 points à celui de ses concurrents européens. Aucun d'entre eux n'est plus viable.

Autre problème : le poids financier d'Apple et Amazon. Apple, qui a gagné 13 milliards de dollars en un trimestre, a les moyens d'éditer toutes les œuvres disponibles et d'en inonder le marché européen.

En 2015, le taux de TVA applicable sera celui du pays de consommation. Mais les services fiscaux ne savent pas comment faire. Apple pourra toujours arguer que la nationalité des acheteurs, identifiés par leur adresse électronique, lui est inconnue.

Tout se jouera dans les deux ou trois ans à venir. Comment nous faire des alliés en Europe ? Malgré les démarches menées au sein du Conseil du numérique, il semble que l'instauration d'un taux réduit ne soit pas une priorité pour les Allemands.

M. Jacques Toubon, délégué de la France pour la fiscalité des biens et services culturels en Europe

Il n'y a plus qu'iTunes dans le domaine de la musique en ligne, avez-vous dit. Ce n'est pas tout à fait vrai. Il ressort des études menées par la Hadopi et par moi-même sur le suivi des « treize engagements » pris par une vingtaine d'acteurs du secteur qu'un nouveau modèle économique est en train de naître, qui pourrait être durable : le Suédois Spotify, le Français Deezer sont devenus rentables. Il faut continuer à orienter le public vers l'offre payante.

Quels alliés en Europe ? Le Luxembourg ne demande rien : il applique de son propre chef un taux de 3 % depuis le 1^{er} janvier, à la suite non d'un débat parlementaire, mais d'une simple instruction grand-ducale.

L'Allemagne est attachée au taux unique de TVA. Le problème est d'abord politique : depuis deux ans, la coalition actuelle n'arrive pas à traiter la question fiscale, et le groupe de travail CDU-CSU-FDP présidé par

M. Schaüble ne s'est réuni qu'une fois. L'instauration d'un taux réduit dans l'hôtellerie a eu des conséquences désastreuses pour le FDP. En outre, le gouvernement allemand a pour priorité la lutte contre les déficits.

Le Royaume-Uni est séduit par l'argument économique, mais affolé à l'idée que les taux applicables aux contenus physiques puissent être remis en cause : la presse est au taux zéro outre-Manche. Le gouvernement de M. Cameron a voulu revoir en 2011 la fiscalité sur la presse et le livre : il marchait sur des œufs et il a renoncé finalement. La situation est à peu près la même en Italie, où l'on craint pour le *standstill* fiscal. Les éditeurs transalpins, qui sont très favorables au taux réduit, n'ont pris donc aucune position publique.

La position de la République tchèque est intelligente. En général, les Tchèques, favorables au taux unique comme les Allemands, s'orientent vers un taux de 16 % en 2017, ce qui ne les empêche pas d'être sensibles aux raisons économiques. Ils prévoient de s'abstenir si la question est abordée au sein du Conseil Ecofin. Il faut le rappeler en effet : il n'est pas question d'imposer un taux réduit, mais d'autoriser les États membres à en instaurer un ; d'ailleurs le taux applicable sera bientôt, après 2015, celui du pays consommateur.

Les Espagnols ont plaidé par le passé pour un taux réduit. J'irai vérifier la semaine prochaine que le gouvernement de M. Rajoy y est aussi favorable que celui de M. Zapatero : je n'ai pas d'inquiétude. En revanche, le Parti Populaire est hostile au prix unique du livre, contrairement au PSOE.

Suédois et Finlandais nous soutiennent : les premiers ont pris des initiatives parlementaires, les seconds connaissent les intérêts de Nokia. Les Pays-Bas sont tentés, et j'ai reçu une lettre du secrétaire d'État aux finances qui se dit favorable à notre proposition.

La présidence danoise, sur la base de la communication du 6 décembre de la Commission européenne, veut aboutir à des conclusions du Conseil Ecofin en mai, ou du moins à des conclusions de la présidence. Le gouvernement de Mme Thorning-Schmidt n'est pas foncièrement favorable au taux réduit ; au Danemark, la presse est exemptée de TVA et le livre soumis au taux de 25 %. Mais il tiendra compte des avis qui s'exprimeront. Au deuxième semestre, c'est Chypre qui présidera l'Union ; or son gouvernement est acquis à notre cause, et Mme Vassiliou, commissaire à la Culture, est chypriote.

Des progrès ont été enregistrés en 2011, au Conseil, au Parlement Européen et auprès de certains États membres. J'ai bon espoir que les choses avanceront encore cette année. Certes la France, en appliquant de son propre chef un taux réduit à partir du 1^{er} mars, s'exposera à un contentieux. Mais nous avons de bons arguments. Le principe de neutralité fiscale n'a-t-il pas été réaffirmé par la Cour de justice dans un arrêt Rank du 16 novembre 2011 ?

M. Yves Le Mouël, directeur général de la Fédération française des Télécoms (FFT)

Tous les opérateurs réunis au sein de la FFT acceptent de contribuer au financement de la création, à condition que cette contribution soit proportionnée à leur activité et qu'elle soit équitable, c'est-à-dire que tous ceux qui bénéficient de la création y soient soumis. Or, ce n'est pas le cas, et cette distorsion de concurrence nuit beaucoup aux acteurs français du secteur. Pour l'heure, seuls les opérateurs sont taxés : une centaine de millions d'euros par an sont ainsi confisqués alors qu'ils pourraient servir à l'investissement. Quand mettra-t-on fin à une injustice qui pénalise nos entreprises ?

M. Jacques Toubon, délégué de la France pour la fiscalité des biens et services culturels en Europe

Quand nous aurons convaincu les 26 autres États membres de l'Union. En France même, des événements politiques importants sont attendus en 2012...

M. Bernard Benhamou, délégué aux usages de l'Internet

La fiscalité est le bras armé de toute politique industrielle. Avec une triste constance, l'Europe a raté les virages des services numériques en survalorisant les infrastructures, « tuyaux » et terminaux. Nokia est aujourd'hui pris dans un étau américano-asiatique. Les services européens n'ont pas la visibilité internationale qu'ils méritent. L'Europe est pourtant riche en contenus : je pense entre autres à la valorisation patrimoniale des territoires. Notre marché de la mobilité est plus important, en valeur, que celui de la Chine ou des États-Unis. Enfin, nous avons les meilleurs cerveaux de la planète, qui partent trop souvent travailler sous le soleil californien ou asiatique.

Il faut s'appuyer sur le triptyque : marché, données, cerveaux. Le même problème se pose d'ailleurs aux États-Unis : d'Europe, on a peut-être été surpris d'entendre M. Obama dire, dans son discours sur l'état de l'Union, que l'Amérique devait mieux soutenir ses PME innovantes. Les emplois délocalisés sont peut-être perdus pour jamais, mais il est possible d'en créer d'autres, dans des filières nouvelles.

Pour cela, il faut éviter l'alternative toxique du rachat – auquel Deezer a été acculé – et de l'expatriation. Aidons nos PME innovantes à devenir des entreprises de taille intermédiaire (ETI), voire de grands groupes. Outre les mesures fiscales, il faut arracher à Bruxelles un *Small Business Act*, pour que nos PME aient accès à la commande publique : car si la profitabilité dépend de la fiscalité, l'essentiel pour les PME est d'avoir des clients.

L'attitude de la France est trop défensive, comme s'il était déjà trop tard, alors que nos entreprises proposent des services de très haute gamme à partir d'objets connectés, comme les quadricoptères Parrot – innovation de 2010 saluée même par le MIT – ou les objets de santé connectés Withings.

M. André Gattolin, sénateur des Hauts-de-Seine

J'apprécie le travail de M. Toubon, mais ne rendons pas une Europe lointaine responsable de tous nos maux. La France a souvent bloqué les discussions sur la fiscalité. Le sujet est sur la table depuis trente ans. Ayons l'esprit européen ! L'Europe forme le premier marché mondial : sur 550 millions d'habitants, 400 millions ont un pouvoir d'achat très élevé par rapport à la moyenne mondiale, contre 250 à 280 millions en Amérique du Nord – Mexique compris – et 200 à 250 millions en Chine.

Notre pays n'a pas toujours fait preuve d'une grande capacité d'anticipation. Sans parler du minitel, nous étions au deuxième rang mondial dans les années 1980 pour les jeux vidéos, mais nous avons rétrogradé depuis au dixième ou au quinzième rang, selon les classements. Nous sommes en train de créer un Centre national de la musique. A quand un Centre national de la création vidéo ?

Jusqu'ici, les rôles étaient partagés entre des auteurs, des éditeurs, des plateformes de distribution et des revendeurs. Le numérique rebat les cartes. Sont apparus des agrégateurs-diffuseurs universels, qui ne produisent rien, entretiennent avec les auteurs des rapports inégaux ou exploitent des œuvres sur lesquelles les droits sont échus, et refusent de prendre le moindre risque, ce qui est pourtant le rôle d'un éditeur.

La fiscalité doit tenir compte de l'apport de chacun. La France est restée dans le « dur » et survalorise l'auteur. S'il est légitime que les auteurs perçoivent des droits sur leurs œuvres, il est scandaleux qu'il y ait des ayants droit. On entretient la rente dans une économie en pleine évolution. La création est aujourd'hui une création collective, un rapport entre un auteur, un éditeur et un support.

M. Benoît Tabaka, secrétaire général du Conseil national du numérique (CNN)

M. Bomsel suggère que les acteurs les moins responsabilisés soient les plus taxés, et inversement. Or la France connaît un régime de responsabilité aménagée, les acteurs de l'Internet devraient plutôt avoir un taux réduit de TVA. La mesure proposée inciterait au piratage tout en dégageant des recettes fiscales : faut-il croire que le piratage est bon pour le budget de l'État ? On appliquerait la double peine aux acteurs français, tout en encourageant les autres à rester à l'étranger. Ces propos légitiment aussi le fait qu'iTunes ou Amazon, qui sont des hébergeurs, ne paient pas d'impôt en France, bien qu'ils créent de la valeur. Bref, je suis loin d'être convaincu : le régime de responsabilité concerne des agissements illicites, la taxation vise la valeur économique.

Si l'on en croit M. Bokobza, le ministère veut taxer les entreprises de l'Internet pour financer l'industrie culturelle. Ne faudrait-il pas plutôt taxer l'industrie culturelle pour soutenir les acteurs français de l'Internet contre leurs concurrents internationaux ?

M. Olivier de Baillenx, directeur des relations institutionnelles d'Iliad (Free)

La France est à l'avant-garde, a-t-on dit ce matin. Mais elle a les moyens d'agir seule, et elle pourrait se dispenser de revenir sur les mesures judicieuses qu'elle a prises par le passé. Je pense au régime de TVA applicable aux offres *triple play*. L'Europe ne le remettait pas en cause : elle exigeait seulement plus de transparence.

M. Bomsel a parlé des effets négatifs du droit actuel sur le paysage français. Mais les entrées en salle de cinéma battent des records année après année, et la révolution numérique augmente considérablement la diffusion des œuvres. Loin d'être stable, la situation évoluera beaucoup dans les années à venir, et pas seulement à cause du lancement des offres mobiles de Free. Mais les réseaux fixes et mobiles de nouvelle génération exigeront d'importants investissements. On se préoccupe de financer la création, et l'on oublie les réseaux et services nouveaux. Pourquoi ne pas faire payer les grands éditeurs et *majors* internationaux et français ? C'est aussi une question qui se pose au niveau européen, à côté de celle de la TVA, avec l'Agenda numérique et le programme *Connecting Europe*.

Mme Sylvie Forbin, directrice des affaires institutionnelles et européennes chez Vivendi

Sur le financement des réseaux, j'invite notre collègue de Free à prendre connaissance du rapport commandé par Mme Neelie Kroes à un certain nombre d'industriels, dans lequel nous proposons des pistes plus efficaces que la seule taxation.

Je souhaiterais demander à M. Jacques Toubon, ainsi d'ailleurs qu'à M. Frédéric Bokobza, ce qui, dès lors que l'on considère que nous sommes aujourd'hui dans une phase transitoire qui devrait aboutir à prendre le pays de consommation comme base de la taxation, nous empêche d'opter pour le système très favorable mis en place au Luxembourg.

M. Jacques Toubon, délégué de la France pour la fiscalité des biens et services culturels en Europe

C'est ce que nous faisons. Mais la France ayant d'autres responsabilités dans la conduite des Affaires Européennes, nous nous efforçons d'avancer de concert avec l'Allemagne. Cela nous conduit à marquer une nouvelle étape, à dire très clairement vers où nous allons et à convaincre nos partenaires de l'intérêt de l'objectif fixé auquel nous aboutirons de toute façon. Mais cela doit en effet être anticipé dès maintenant et non en attendant 2015 car, dans 18 mois le marché s'étant structuré, il sera trop tard.

M. Olivier Bomsel, économiste

Je ne m'attendais pas à d'autres choses de la part d'intermédiaires dont je propose d'accroître le degré de responsabilité. Les décisions de justice se succèdent contre des fournisseurs d'accès, qui se croyaient protégés par leur statut, ce qui les conduira sans doute à essayer de se prémunir contre ces risques juridiques, par exemple en décidant s'ils ont intérêt à négocier la prise en compte de cette nouvelle contrainte contre une baisse de la fiscalité.

Depuis le traité de Rome, l'Europe poursuit coûte que coûte l'objectif d'unification des marchés au travers la définition de standards communs. Cela a bien fonctionné pour le charbon et l'acier, de façon un peu moins facile pour l'agriculture et de manière très originale dans le secteur des télécommunications grâce à la définition de la norme GSM qui a autorisé de considérables économies d'échelle. Mais ce processus a subi un coup d'arrêt brutal pour des services tributaires des 24 ou 25 différentes langues de l'Union. Si l'Europe ne prend pas conscience qu'il s'agit là d'un handicap de compétitivité, alors elle se condamne à définitivement devenir la colonie des zones qui, unifiées sur un plan linguistique, auront été en mesure de créer leurs propres standards.

Le grand échec numérique de l'Europe, alors même qu'elle avait su devenir la première zone de téléphonie mobile, tient en effet à l'émergence d'acteurs s'appuyant sur un bassin linguistique très large. Google ou Amazon n'auraient pu atteindre la taille critique ni se financer dans les mêmes conditions, sans un marché de 350 millions de consommateurs anglophones. Les Européens quant à eux s'efforcent, au prix de lourds investissements, à développer des références, des œuvres ou des marques dans chacun des pays, sans être en mesure d'en maîtriser la commercialisation ou, comme disent les économistes, la distribution discriminée, comme cela était encore possible pour les biens et services physiques.

Même si l'Europe est aujourd'hui davantage préoccupée, à juste titre, par les difficultés de son système monétaire, soyons aussi conscients de ces graves faiblesses qui menacent l'affirmation de son identité dans le domaine du numérique.

Mme Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies »

Je suis tout à fait d'accord avec ces propos. Nous sommes tous favorables à la mise en place d'une politique fiscale offensive au niveau européen. Les deux ans qui viennent s'annonçant décisifs, nous avons compris qu'il y avait urgence et nous vous souhaitons, monsieur le Ministre, beaucoup de courage pour convaincre les 24 pays dont nous avons parlé à se rallier à la position la plus sage en la matière. Je note aussi la nécessité de disposer d'une stratégie industrielle dans une Europe intégrée.

SECONDE TABLE RONDE : ÉQUILIBRE DE LA FISCALITÉ DU NUMÉRIQUE

A. INTERVENTIONS

Mme Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies »

Cette seconde séquence de notre matinée traite de la recherche de l'équilibre entre l'ensemble des redevables de la e-fiscalité, qu'il s'agisse des fournisseurs d'accès à Internet, des éditeurs, des annonceurs et des consommateurs, une attention particulière étant portée à la façon dont la fiscalité sur les biens et les services pourrait être appliquée à ceux qui sont aujourd'hui en situation d'évasion fiscale.

M. Olivier Ezratty, consultant et conseiller en stratégie d'innovation

Alors que l'on a en France l'habitude curieuse de commencer à parler de fiscalité avant de s'intéresser aux caractéristiques économiques du secteur auquel elle s'applique, il me semble indispensable de rappeler quelques ordres de grandeur fondamentaux. Parmi les segments de l'industrie numérique, celui des télécommunications pèse deux mille milliards de dollars au niveau mondial, et affiche une rentabilité de l'ordre de 9 % ; les matériels électroniques grand public représentent mille milliards de dollars pour une rentabilité de 5 à 6 % ; la publicité atteint 500 milliards de dollars, dont une partie bénéficie aux fournisseurs de contenu, environ 100 milliards alimentant des entreprises telles que Google, Yahoo ! ou MSN. Viennent ensuite l'industrie du logiciel, avec 260 milliards de dollars et le secteur de la musique et du cinéma qui ne représentent en tout et pour tout que quelques dizaines de milliards de dollars.

Nous avons tendance à nous concentrer sur les contenus, c'est-à-dire sur la partie la plus petite et la moins profitable de l'ensemble qui lui sert souvent de faire-valoir. Les enjeux industriels se concentrent en haut de la filière numérique, là où se trouvent les fournisseurs de plateformes mondiales dans le domaine du matériel, des services ou du logiciel. La question essentielle pour l'Europe est bel et bien de revenir dans la bataille mondiale que se livrent les créateurs de ces plateformes.

Egalement concerné par cette bataille, le monde de la télévision est à la veille de subir de très grandes migrations de valeur. Or les pouvoirs publics se passionnent déjà pour la fiscalité qui pourrait être appliquée par exemple à

Google TV sans s'interroger sur l'évolution d'ensemble du modèle et la façon de participer, ne serait-ce qu'à l'échelle européenne, à la course à la création de plateformes. Le risque fondamental serait de se tromper de bataille en se concentrant sur une fiscalité qui bénéficierait à des activités locales à très faible marge plutôt que d'encourager la constitution de nouveaux acteurs. Un meilleur équilibre doit être trouvé entre cette fiscalité de gagne-petit, et une action plus dynamique à la hauteur des enjeux mondiaux.

Parallèlement, il est toujours possible d'optimiser la fiscalité applicable à certains grands acteurs étrangers présents en France, d'autant plus que ceux-ci utilisent souvent pour leurs filiales le statut d'agents commissionnés. Ce statut d'optimisation fiscale a pour effet de déplacer le résultat de cette dernière au profit de la maison mère située aux États-Unis ou en Irlande alors même que les employés des filiales sont considérés comme des salariés du groupe à part entière. L'État, qui aimerait bien les taxer plus, souhaiterait dans le même temps attirer leurs sièges sociaux ainsi que leurs centres de recherche. Google a récemment annoncé une implantation en France.

Je n'ai pas de solution toute prête à vous proposer mais il me semble qu'il est dans tous les cas, essentiel d'associer à la réflexion sur la fiscalité une approche du secteur en termes de création de valeur et de marge. A force de cloisonner, nous avons toujours un train de retard.

M. Marc Tessier, président de VideoFutur Entertainment Group

Ces grandes envolées confirment que nous ne traitons les enjeux spécifiques aux médias qu'en deuxième lieu. Comment prendre pleinement en compte les conséquences de la dématérialisation de l'économie sur la fiscalité des États, à un moment où ces derniers sont particulièrement à la recherche de recettes ? La bataille de la localisation fiscale dépasse de loin les considérations techniques, elle exige volonté politique et adaptation aux réalités concrètes.

Nous disposons encore d'opérateurs puissants, y compris dans la partie la plus rentable des activités. Si l'on peut s'interroger sur l'origine des technologies utilisées ou sur les risques d'évasion fiscale, les principaux fournisseurs d'accès restent de grandes sociétés nationales réalisant des marges substantielles. La situation actuelle demeure donc confortable, pouvant même donner le sentiment que nous pouvons continuer de débattre et de décider entre nous, alors que l'avenir peut nous échapper.

Les médias ont longtemps constitué des activités très rentables et riches en emplois. Ces activités, telles que le cinéma ou la musique, ont vu récemment leur rentabilité affectée par les évolutions technologiques. Comment s'adapter à cette nouvelle donne ?

Quant à la télévision, je pense comme Olivier Ezratty que les professionnels n'ont pas pris la mesure des changements qui les attendent, à commencer par la délocalisation du métier d'éditeur. La question qui se pose

est celle des instruments, pas uniquement fiscaux, nous permettant de conserver en France une capacité de création, afin d'éviter par exemple que nos créateurs ne partent à Hollywood. Il est d'ailleurs assez significatif que des comédiens français soient favorisés pour les prochains oscars et qu'*Hugo Cabret* de Martin Scorsese ait, par son contenu même, un lien avec notre territoire et notre histoire.

La situation actuelle est-elle optimale ? Non, et il importe que nous mettions en place des pôles de création performants à l'échelle internationale, comme nous l'avons fait par exemple dans le domaine de l'animation et dans une moindre mesure dans le domaine des jeux vidéo. On peut dépasser une politique franco-française.

Nous sommes face à des évolutions globales, dépassant de loin le secteur des médias ou le cas de Google, et qui se traduisent par le fait qu'un certain nombre d'acteurs étrangers, tout à fait légitimement, créent de la valeur ajoutée en France sans y être taxés, et ce indépendamment du taux de TVA qui pourrait leur être appliquée. Va-t-on réinventer des fiscalités spécifiques ? Mieux vaut mener une réflexion d'ensemble avec nos partenaires européens, que de rechercher des réponses sectorielles. J'approuve la croisade de Jacques Toubon mais elle ne porte que sur un aspect marginal au regard de cette évolution.

Notre mission consacrée au secteur audiovisuel et à la télévision a mis en lumière le risque d'un cercle vicieux consistant à taxer davantage les acteurs de la diffusion en France au moment où leurs parts de marché diminuent, afin de compenser l'effet de cette baisse de l'assiette sur le financement de la création. Il n'est en effet pas possible d'y faire contribuer les acteurs installés à l'étranger, y compris en Europe, faute d'harmonisation au niveau de l'Union. Ce processus redoutable menacera l'efficacité économique de nos acteurs et je ne souhaite pas, disant cela, me prononcer sur la légitimité de ces contributions ou sur le point de savoir s'ils doivent porter davantage sur les industries techniques ou sur les créateurs de contenus car au final, ce sont toujours les consommateurs qui paient.

Oui, le multilinguisme au sein de l'Europe représente un handicap, qui conduit par exemple certaines grandes entreprises françaises à tourner en anglais.

La première conclusion de notre rapport est qu'après plusieurs décennies de rendement croissant, le système de financement de la création est entré dans une phase de rendements décroissants, même si ce n'est pas encore très sensible parce que le secteur est encore en croissance – cela pourrait ne pas durer. Al Jazira établira-t-elle en France sa chaîne sportive à vocation paneuropéenne ? Elle quitterait plus facilement le territoire que Canal+. Tout cela nous amène à conclure, sans proposer de remise en cause fondamentale des règles du jeu, que nous allons davantage dans le sens d'un allègement des contributions que de leur renforcement.

Seconde conclusion : il ne saurait y avoir de mécanisme de financement de l'aval vers l'amont du secteur sans intervention de l'État. Si celui-ci disparaissait, l'ensemble de la création serait en moins de cinq ans attiré à Hollywood par le seul jeu des forces du marché. On pourrait alors craindre que nous n'ayons pas d'autre choix que de substituer une industrie publique à nos industries privées, le cauchemar ! Un système d'épargne collective actuel ne coûte rien au budget de l'État et il contribue même à son financement puisque l'État utilise sa trésorerie.

Mme Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies »

Nous en sommes convaincus.

M. Marc Tessier, président de VideoFutur Entertainment Group

Troisième axe du rapport, la recherche d'un mode de financement équilibré qui ne soit pas trop pénalisant pour les acteurs. Je déplore l'absence de réflexion théorique sur la fiscalité. On l'a bien vu avec la taxe Google : chaque fois que l'on avance une idée, les fiscalistes s'empressent de nous répondre que c'est impossible, à tel point qu'on peut penser que si l'on souhaitait aujourd'hui établir une TVA au niveau communautaire, ils nous répondraient aussi que n'est pas possible. A l'inverse, lorsque l'on donne instruction aux services, ils y travaillent et trouvent des solutions, comme le montre l'exemple de l'harmonisation à l'horizon 2015.

Bien que n'étant pas fiscalistes, nous nous sommes jetés à l'eau en nous prononçant en faveur d'une taxe sur les flux entrants : ils sont aisément identifiables et correspondent davantage à la réalité que les prélèvements aveugles sur les abonnements *triple play*, comme s'ils étaient l'*alpha* et l'*oméga* de la commercialisation du numérique. Si MegaUpload ne paie pas la taxe, l'intermédiaire par lequel il rentre sur notre marché le fera pour lui ; le fournisseur d'accès serait ainsi le collecteur de la taxe mais n'en supporterait pas le coût. Cette solution ne conviendra pas aux spécialistes, mais il fallait réagir à l'érosion générale des ressources fiscales. On nous la décrit tous les jours, mais on ne fait rien ! Quand j'étais au CNC, la question s'était posée de réintégrer les chaînes thématiques. Il m'a fallu un an pendant lequel je n'ai entendu que des arguments contre, jusqu'à ce qu'un arbitrage fasse prévaloir l'intérêt collectif. Je lance donc un appel à l'imagination fiscale pour répondre aux défis actuels de la e-fiscalité.

Mme Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies »

Ne pas être spécialiste donne peut-être plus de créativité. Des fiscalistes participeront à nos prochains travaux.

M. Benoît Tabaka, secrétaire général du Conseil national du numérique (CNN)

Le Conseil national du numérique suit les questions de fiscalité, comme par exemple la taxe Google. Nous avons constaté qu'en France, si l'on n'a pas de pétrole, on a des taxes mais également beaucoup d'idées. Le numérique constitue ainsi un terrain d'innovation y compris en matière fiscale.

Première question : à qui profite la fiscalité du numérique ? Si c'est au financement de la culture, cela renvoie à un débat qui n'a pas été tranché : une nouvelle économie doit-elle financer un secteur en transition, transfère-t-on la valeur ou bien taxe-t-on simplement sa création ? Deuxième question, taxe-t-on le numérique pour déployer les réseaux à très haut débit ? On évalue l'investissement à un milliard d'euros par an.

Mme Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies »

Il y a une loi.

M. Benoît Tabaka, secrétaire général du Conseil national du numérique (CNN)

On s'interroge sur l'abondement public du Fonds d'aménagement numérique des territoires.

Troisième approche, il peut s'agir d'une contribution classique au budget de l'État versée par les consommateurs ou des acteurs économiques créateurs de valeur, de grands opérateurs, qu'ils soient américains tels Google, Amazon ou Apple, ou français, comme Price Minister ou Dailymotion. Enfin, la fiscalité du numérique pourrait reposer sur les intermédiaires techniques, les fournisseurs d'accès à Internet, le débat sur ce point restant ouvert.

Mais ce qui importe, ce sont les enjeux de compétitivité du secteur en termes d'innovation, de croissance et d'emplois difficilement délocalisables. N'en déplaise aux Cassandre, les sièges sociaux ne sont pas partis à Luxembourg City. Contrairement aux acteurs de la musique, les grandes stars françaises du numérique n'ont pas cédé aux sirènes de l'expatriation.

Qui paie quoi ? Apple, Amazon, Google et Facebook tirent près de 2,5 milliards d'euros de revenu de leurs activités en France, devraient y payer 600 millions d'impôt sur les sociétés alors qu'ils n'en payent que 4 millions. Les idées ne manquent pas pour tenter de remédier à cette situation, la première consistant à établir un bilan global de la contribution de ces entreprises à notre économie, notamment en termes d'emplois au regard des avantages dont ils bénéficient tel que le crédit impôt-recherche. La seconde idée est de taxer les flux entrants, avec cet inconvénient que l'utilisation de la bande passante n'est pas corrélée à la création de valeur ajoutée : Google gagne plus d'argent avec son moteur de recherche qu'avec iTunes. Les grands acteurs internationaux risquent en outre d'installer leurs systèmes de

connexion dans des pays étrangers ou de passer par des systèmes de transit : comme l'achat en gros est dix fois moindre, l'impôt le sera également.

L'établissement virtuel stable, discuté au niveau communautaire dans le cadre du projet d'assiette commune consolidée pour l'impôt sur les sociétés (ACCIS) pourrait constituer un moyen de profiter des revenus d'activité réalisés par ces acteurs sur notre territoire. Mais sa mise en œuvre prendra une dizaine d'années au moins, ce qui est très long au regard de la situation de nos finances publiques. Est-on en mesure de renoncer aujourd'hui à 600 millions de recettes supplémentaires ? Peut-être doit-on taper sur la table comme on l'a fait pour le livre électronique. Une commissaire européenne est alors venue à Avignon reconnaître que la réglementation européenne n'était plus adaptée, ce qui n'a d'ailleurs pas empêché la Commission de nous assigner en justice.

Une autre solution pourrait aussi consister à prendre en compte les signes extérieurs de richesse, des voitures de luxe aux hôtels particuliers en passant par les bâtiments acquis en plein Paris à des prix sans rapport avec l'impôt acquitté.

La mise en place d'une fiscalité du numérique exige clairement que ses objectifs soient bien définis au préalable. La Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI) explique que nous avons gagné 13 millions grâce à Hadopi ? Nous pourrions prélever 15 millions de TVA sur la musique d'iTunes ! Le prix de la lutte contre le piratage est le développement de l'offre légale à l'étranger. Nous devrions plutôt viser la défense de nos entreprises du numérique et leur compétitivité face aux acteurs étrangers.

B. DÉBAT AVEC LA SALLE

M. Olivier Guillemot, directeur juridique et financier du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)

Le CNC intervient dans le cinéma et l'audiovisuel et, de plus en plus, dans le multimédia, le jeu vidéo et Internet : le centre que souhaite André Gattolin existe déjà ! Nous n'avons pas vocation à taxer le numérique mais sommes depuis l'origine chargés de faire contribuer à la création l'ensemble des acteurs qui tirent des revenus de la distribution des œuvres, l'aval finançant ainsi l'amont. Il est vertueux que l'ensemble des créations financent la création.

Pourriez-vous me préciser dans quelle enceinte communautaire est aujourd'hui discutée l'idée très intéressante d'établissement virtuel stable, et y a-t-il des modèles fiscaux permettant de retrouver le chiffre de 600 millions d'euros de pertes de recettes ?

On a trop tendance à raisonner par secteur à opposer l'aval et l'amont, alors que ces secteurs se nourrissent les uns les autres dans leur développement comme en témoigne l'actuelle croissance du secteur des télécommunications, conséquence du dynamisme des contenus. L'envie du

consommateur est plus grande maintenant que la télévision est disponible sur les *smartphones*. Ceux qui contribuent ont droit à un retour grâce à de nouveaux contenus.

M. Olivier Ezratty, consultant et conseiller en stratégie d'innovation

L'excès d'aide publique quelle qu'en soit la forme, a mécaniquement tendance à éloigner les *startups* du marché et des attentes des clients, la dérive du système étant même allée – d'après certaines rumeurs – jusqu'à faire financer un documentaire par le grand emprunt pour plusieurs millions d'euros.

M. Marc Tessier, président de VideoFutur Entertainment Group

Le CNC n'accorde de concours public qu'en fonction du succès de l'œuvre.

M. Olivier Ezratty, consultant et conseiller en stratégie d'innovation

L'anecdote est trop belle pour être vraie. Cependant, il n'y a pas que le cinéma...

M. Marc Tessier, président de VideoFutur Entertainment Group

Mon observation vaut pour les biens culturels en général, une partie des financements du Centre national du livre (CNL) étant fondée sur le même principe. Il ne s'agit pas de subventions, mais d'un système de redistribution sur la base du succès.

M. Olivier Ezratty, consultant et conseiller en stratégie d'innovation

La gestion de la fiscalité des entreprises étrangères établies en France relève de Bercy, qui concilie approche fiscale et réflexion industrielle en négociant avec les Google et Microsoft. C'est plutôt rassurant. Si l'idée de révision du statut d'agent commercial est intéressante, la recette escomptée de 600 millions d'euros ne constituerait un gain net qu'au cas où ces grandes entreprises ne délocaliseraient pas à cause de la taxation.

M. Benoît Tabaka, secrétaire général du Conseil national du numérique (CNN)

L'adoption de la notion d'établissement public virtuel suppose un accord unanime des États membres de l'Union, sachant que le Luxembourg, l'Irlande, les Pays-Bas, ou encore Malte n'y sont pas favorables. Il faudrait que deux grands États comme l'Allemagne prennent une initiative, et exercent une pression sur leurs partenaires tout en mettant en place une solution temporaire qui ne pénaliserait pas nos entreprises. Quant à la définition de l'établissement public virtuel, elle peut s'inspirer des lignes directrices de l'OCDE en matière de fiscalité du commerce électronique, qui retiennent le critère du lieu d'implantation des serveurs.

Pour rentrer dans une logique de chaîne de valeur, il est essentiel d'encourager le dialogue et la synergie entre l'industrie culturelle et celle du numérique ainsi que de développer l'offre légale. Pourquoi le CNC, tendant la main aux acteurs du numérique, ne participerait-il pas au financement de la fibre ? Nous sommes en effet dans une logique d'écosystème, qui ne doit pas se concevoir uniquement dans le sens du secteur du numérique vers celui de la culture, mais également dans le sens inverse. L'exemple de la chronologie des médias, dont témoigne l'affaire récente de MegaUpload rappelle la nécessité de développer une offre légale attractive et accessible au consommateur.

Mme Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies »

C'est le Sénat, au moment de la loi relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information (DADVSI), qui avait incité le CNC à être convaincant auprès des différents acteurs. Nous avons encore raccourci par amendement la chronologie des médias.

M. Olivier de Baillenx, directeur des relations institutionnelles d'Iliad (Free)

Les choses n'avancent pas très vite, les accords signés par les acteurs viennent d'être reconduits ! On discutera après... J'alerte le législateur.

En effet, il serait peut être opportun que la France prenne une initiative forte pour la TVA sur le lieu de consommation et provoque le débat comme elle vient de le faire pour le livre numérique.

Taxer les flux ? L'essentiel du chiffre d'affaires des grandes sociétés, comme Google ou Facebook, provient de la publicité. Cela offre la possibilité de faire pression sur elles par le biais des annonceurs qui leur achètent les espaces. Même si elle a été mal défendue, la taxe Google mériterait donc d'être rediscutée.

M. Benoît Tabaka, secrétaire général du Conseil national du numérique (CNN)

On s'interroge davantage de savoir qui l'on veut taxer plutôt que ce que l'on veut taxer. Dépassons le débat de la taxe Google. Si l'on taxe la publicité en ligne, on affecte effectivement Google, dont 99,9 % de ses revenus en sont issus, mais pas Amazon dont le *business model* repose sur la vente de produits physiques. Taxer la seule publicité introduirait dès lors une distorsion, les grands annonceurs pouvant en outre contourner facilement la disposition en achetant les espaces à partir de l'étranger. Amazon s'acquitte de la TVA en France sur les produits qu'elle y commercialise, tel n'est pas le cas d'iTunes dont le *business model* repose sur la vente de services.

La TVA sur le lieu de consommation ne concernerait que le secteur de l'offre légale, à savoir le e-book, la musique, la vidéo, les séries télévisées, soit moins de 100 millions d'euros de chiffre d'affaire, beaucoup moins que

les 2 milliards d'euros de revenus de Google et Amazon réunis. L'application d'une telle TVA à taux réduit rapporterait, au mieux, 7 millions d'euros au budget de l'État. Faut-il se battre au niveau européen pour obtenir cela grâce à la TVA à taux réduit ? Ne serait-il pas préférable de se battre au niveau français pour taxer tous les revenus d'activité dégagés par les acteurs étrangers et récupérer 500 millions ? Les enjeux de la fiscalité numérique n'ont jamais été posés correctement. Accélérer le passage au recouvrement de la TVA sur les lieux de consommation est nécessaire, mais cela prendra dix ans pour réaliser ce qui devrait être fait en 2015.

M. Marc Tessier, président de VideoFutur Entertainment Group

Les dispositifs communautaires ont déjà reterritorialisé une grande partie de la TVA. Reste le cas de la ressource publicitaire : si le siège social de l'entreprise se situe en Irlande, il sera difficile d'appliquer un autre taux que celui appliqué dans ce pays, car la commande y aura été passée. Pour ce qui est de la TVA, chaque type de transaction pose des problèmes spécifiques.

Les réseaux peuvent se financer autrement que par des taxes. Ont-ils réellement besoin de subventions ? Je n'en suis pas convaincu. En matière de fiscalité, il n'y a pas de bons impôts, hormis l'impôt zéro. Si l'on considère que toutes les taxes indirectes entraînent des inconvénients, ne restent plus que l'impôt sur le revenu ou la redevance que paye le consommateur. Est-ce vraiment ce que vous souhaitez ? Ces impôts risquent d'être rapidement considérés comme confiscatoires. Lorsqu'on examine un impôt, il faut considérer ses avantages et ses inconvénients. La taxe sur les flux comporte des inconvénients, mais disposons-nous d'un substitut ?

M. Olivier Ezratty, consultant et conseiller en stratégie d'innovation

J'ai entendu dire que les taxes qui financent les industries culturelles améliorent leur compétitivité. Je n'en suis pas si certain. Pourquoi ne pas utiliser une partie de la redistribution pour financer la traduction en anglais de certaines œuvres ? Cela améliorerait leur compétitivité. Ubisoft ou Gameloft ont une emprise mondiale parce qu'elles produisent en français mais surtout en anglais. Nous ne devons pas nous cantonner à aider des activités sur le marché intérieur.

M. Marc Tessier, président de VideoFutur Entertainment Group

Bruxelles interdit les aides à l'export.

M. Olivier Ezratty, consultant et conseiller en stratégie d'innovation

De plus, les prix de vente des contenus diminuent. Voyez l'évolution du prix des logiciels du fait des magasins d'application qui sont passés de dizaines d'euros à quelques euros pièce. Du fait de cet effet volume à l'échelle mondiale, la valeur perçue a considérablement baissé, ce qui oblige les producteurs de contenus à se positionner sur des plateformes que nous ne contrôlons pas. Il faut donc développer des logiques de volume et arrêter de

financer des activités à perte qui n'améliorent pas la compétitivité de notre pays.

M. Yves Le Mouël, directeur général de la Fédération française des Télécoms (FFT)

L'innovation fiscale s'ajoute à l'existant, sans s'y substituer. Cela nous inquiète parce que l'innovation doit avoir un effet de levier.

L'État lorgne sur les poches des opérateurs dont les marges diminuent depuis 2011. Cette année, la baisse se poursuivra du fait de l'arrivée de Free. Or, pendant ce temps, ils investissent de 6 à 7 milliards par an, soit un montant équivalent à celui de l'électricité ou du rail, et trois fois plus que pour les autoroutes. Les opérateurs doivent en effet répondre à la demande : dans les cinq ans à venir, les besoins en haut débit seront multipliés par 25, voire 50. Les réseaux se construisent donc dès maintenant et ils impliquent de lourds investissements. Or, pendant ce temps, l'État continue à ponctionner les opérateurs. Il y a donc lieu d'élargir l'assiette fiscale : tous les acteurs qui bénéficient de la culture française doivent être taxés de façon équitable.

Très prochainement, le Parlement va se pencher sur la TVA sociale qui aura sur le secteur des télécoms un impact extrêmement fort. Il y a un an, les opérateurs ont prélevé l'augmentation de la TVA sur le *triple play* sur leurs marges. Il en ira probablement de même pour la TVA sociale : leur capacité d'investissement va donc se réduire une nouvelle fois de plusieurs centaines de millions. Alors qu'ils payent un peu plus d'un milliard de fiscalité spécifique, une nouvelle augmentation aura un effet toxique sur l'économie française et sur sa capacité à prélever de l'impôt. Le numérique a un effet de levier sur toute l'économie : lorsqu'on multiplie le débit par deux, le PIB augmente de 0,3 %. Méfions-nous d'une fiscalité mal employée qui reposerait sur une mauvaise assiette.

Nous devons nous mettre autour d'une table pour que la créativité fiscale s'applique à bon escient.

Mme Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies »

C'est ce que nous faisons aujourd'hui.

Mme Laura Boulet, directrice des affaires publiques et juridiques de l'Union des annonceurs

On a beaucoup parlé d'une taxe sur la publicité en ligne, qui risque d'avoir un effet pervers sur le financement de la culture. Si la publicité en ligne est taxée, les gros annonceurs déplaceront leurs investissements publicitaires vers d'autres médias et les petits annonceurs seront évincés de ce média. Sans investissements publicitaires, le financement de la culture se réduirait. Les annonceurs ne bénéficient d'ailleurs pas des contenus : ils

payent pour être à leur proximité d'autant plus cher que ces contenus font de l'audience.

Mme Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies »

La taxe Google, que préconisait la commission des finances, ne devait pas spécifiquement bénéficier aux contenus culturels.

M. Olivier Hugon-Nicolas, délégué général du Syndicat des distributeurs de loisirs culturels (SDLC)

La distribution est au centre de la problématique, qu'il s'agisse de la distribution de produits ou de services culturels ou du numérique. Le Sénat l'a bien compris et je l'en remercie. Nous essayons de concurrencer les trois acteurs qui occupent une position dominante en investissant dans les plateformes et dans des offres de musique et de livres. Ce matin, il a été question du rapport rédigé par Bercy et le ministère de la culture sur la TVA applicable au livre numérique. Une étude sur les marges des libraires démontre son indéniable impact. Entre les 40 % de baisse du prix entre le livre physique et le livre numérique, et la TVA, notre marge est diminuée de moitié.

Une politique industrielle européenne est indispensable pour que nous puissions continuer à rencontrer notre public et nos consommateurs.

CONCLUSION

Mme Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies »

Nous voici arrivés au terme d'une matinée qui a été dense et riche en échanges. Je remercie sincèrement chacun d'entre vous d'avoir participé à ces deux tables rondes. Je retiens d'abord la méthode qui a consisté à vous réunir et vous faire interagir, confrontant différents points de vue. Comme cela a été dit à plusieurs reprises, nous devons bâtir un « écosystème » en rassemblant tous les acteurs. Ceux qui réalisent les contenus, ceux qui réalisent les équipements et les infrastructures, les fabricants de logiciels d'application ... jusqu'aux utilisateurs. Il y a quelques années, les antagonismes étaient forts entre chacun. Aujourd'hui les choses ont évolué, nous pouvons nous parler et évoquer des solutions communes, même s'il reste beaucoup à faire sur divers sujets. Je tiens à vous dire que ce travail de collaboration se poursuivra le 14 février à l'occasion du forum sur la fiscalité du numérique organisé par la commission des finances. En tant que « Grand témoin », je serai amenée à y faire un compte rendu des échanges qui ont eu lieu aujourd'hui. La réflexion se prolongera également au sein de la commission des affaires européennes pour laquelle je prépare un rapport sur ces sujets.

Car en effet, bien des combats restent à mener au niveau européen. Encore une fois, je vous remercie de votre présence et vous dis à bientôt car notre groupe d'études sera amené à organiser d'autres rencontres.